



บทบรรณาธิการ

วารสารเศรษฐกิจและสังคม

ปีที่ 40 ฉบับที่ 1 เดือนมีนาคม-เมษายน 2546

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเด็นในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้รับการกล่าวถึง และอยู่ในความสนใจของหลายฝ่ายมาโดยตลอด สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน จากสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก คือ IMD และ WEF ว่าอยู่ในอันดับค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก จึงทำให้ทุกฝ่ายต่างตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งของประเทศให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในเวทีเศรษฐกิจโลก โดยได้มีการกำหนดให้นโยบายและแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เป็นยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9

รัฐบาลชุดปัจจุบันก็เล็งเห็นความสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยกำหนดให้เป็น “วาระแห่งชาติ” ที่ทุกภาคส่วนของสังคมจะต้องมีบทบาทร่วมผลักดันด้วยกัน เพื่อนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทยทุกคน

วารสารเศรษฐกิจและสังคม จึงขอเสนอกรอบแนวคิด ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งในระดับภาพรวมและระดับสาขา อาทิ การเพิ่มผลผลิต การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร สิ่งทอ ยานยนต์ และธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งได้ถูกกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในระดับโลก นอกจากนี้ ยังได้ถ่ายทอดแนวคิดของบุคคลสำคัญที่มีบทบาทในเรื่องเหล่านี้ อาทิ น.พ.พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ และอาจารย์แก้วสรร อติโพธิ ซึ่งท่านสามารถติดตามอ่านเรื่องราวที่น่าสนใจต่างๆ ได้ในวารสารฯ ฉบับนี้ค่ะ

พบกับใหม่ฉบับหน้า... สวัสดิ์ค่ะ

ไปรษณียบัตร

บทความ ข้อคิดเห็นและข้อเขียนต่างๆ ในวารสารเศรษฐกิจและสังคมเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน มิใช่เป็นความเห็นของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ดำเนินการโดย

สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

962 ถนนกรุงเกษม เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100

โทร. 0-2282-4840-2 โทรสาร 0-2281-6635, 0-2282-2559

<http://www.nesdb.go.th> e-mail: dsid@nesdb.go.th

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์สหมิตรพรินต์ติ้ง

โทร. 0-2903-8257-9 โทรสาร 0-2921-4587 กด 0

คณะที่ปรึกษา

เลขาธิการฯ นายจักรมณท์ ผาสุกวนิช

รองเลขาธิการฯ นายสมเจตน์ เตรศุภ

รองเลขาธิการฯ นายสันติ บางอ้อ

รองเลขาธิการฯ นายพรชัย รุจิประภา

รองเลขาธิการฯ นายโกมล ชอบชื่นชม

รองเลขาธิการฯ นายวิษณุ พูลสุข

รองเลขาธิการฯ นายบุญยงค์ เวชมนีศรี

รองเลขาธิการฯ น.ส.พรรณราย ชันถกิจ

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ น.ส.วิไลพร ลีวเกษมศานต์

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นายกิตติศักดิ์ สิ้นธุวนิช

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นายอุทิศ ชาวเธียร

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นายวิฑิต รัชชตาตะนันท์

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นายสุรนนท์ วงศ์วิทยากำจร

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นางจุฑามาศ บาระมีชัย

ที่ปรึกษาด้านนโยบายฯ นายอาคม เต็มพิทยาไพสิฐ

บรรณาธิการอำนวยการ

น.ส.พรพิมล วรดิลก

บรรณาธิการบริหาร

นางนิตยา กมลวทันนิศา

บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา

นายวรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

น.ส.อัจฉรา ภาคิกะวีย์วัฒน์

น.ส.กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง

กองบรรณาธิการ

นางโกสุมภ์ วนิชชานนท์ นางภาณี ชนาธิปกรณ์

นางวิภาวดี ชวนบุญ น.ส.ช่อผกา แก้วใหญ่

น.ส.มนนิภา สังข์ศักดิ์ดา น.ส.วัชรีย์ พุ่มทอง

นางนิสวันต์ พิชญ์ดำรง น.ส.กานดา ชูเชิด

นายธีระพงษ์ มาลัยทอง น.ส.รวีวรรณ เลียดทอง

ฝ่ายการเงิน

นายเทวินทร์ อมิตรพ่าย

ฝ่ายจัดการ

นางนุชดา ตั้งคณานุกูลชัย นางจันทนา กระจำงเนตร

นางพรปรีชา แสงเงิน นายสุพล สนวนชัยัน

น.ส.ธันชนก มีสุข น.ส.สิริลักษณ์ พลรักษ์

ฝ่ายศิลปกรรม

นายขจรศักดิ์ วาวิระนิช นายเนาวฤทธิ์ ฤทธิแปลก

ฝ่ายภาพ

น.ส.สุวิมล พิมพ์วงศ์



ปีที่ 40 ฉบับที่ 1
เดือนมีนาคม - เมษายน 2546

มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการ

พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแนวคิด

เกี่ยวกับการพัฒนาประเทศแก่สาธารณชน

ทั่วไป ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการรายงาน

ความเคลื่อนไหวสถิติทางเศรษฐกิจและสังคม

ให้ผู้อ่านทราบข้อเท็จจริง อย่างถูกต้อง

กับสถานการณ์

วารสารเศรษฐกิจและสังคม

สารบัญ

ลัทธิภาษณ์พิเศษ

- ☛ น.พ.พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช : การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ต้องเริ่มต้นจากคำถาม ไม่ใช่คำตอบ..... 4
- ☛ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ : ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน..... 9
- ☛ แก้วสรร อติโพธิ : กระบวนการ Clustering : คำตอบของการเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขัน..... 15

ขีดความสามารถของไทย

- ☛ ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ..... 21
- ☛ การเพิ่มผลผลิตกับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ..... 28
- ☛ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) เพื่อยกระดับความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศไทย..... 32

ยุทธศาสตร์สายสาขา

- ☛ อุตสาหกรรมอาหาร : จากฟาร์มถึงผู้บริโภค..... 42
- ☛ อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย : โอกาสสู่ศูนย์กลางแฟชั่นโลก..... 50
- ☛ อุตสาหกรรมยานยนต์กับเศรษฐกิจไทย..... 57
- ☛ ทูตงานตะวันออก : การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าจับตามอง..... 62

เจาะลึกแผนฯ 9

- ☛ แผนฯ 9 กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ..... 67

เรื่องน่ารู้

- ☛ Cluster : กรณีตัวอย่างที่มีชื่อเสียง..... 70

คอลัมน์ประจำ

- ☛ มติบอร์ดสภาพัฒน์ : โครงการลงทุนในกิจกรรมสนับสนุน ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ แห่งที่ 2 (สุวรรณภูมิ)..... 75
- ☛ หมุนตามโลก : ดำเนินสู่ความเป็นเลิศของโนเกีย..... 78
- ☛ หลากหลายเรื่องราวจากเลขาธิการสภาพัฒน์ : การแปลงสินทรัพย์เป็นทุน..... 81

เรื่องเด่นในฉบับ



4. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน : ต้องเริ่มต้นจากคำถามไม่ใช่คำตอบ

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน โดยควรพิจารณาว่า ขณะนี้ ประเทศอยู่ที่จุดใด มีจุดอ่อนและจุดแข็งในเรื่องใดบ้าง จากนั้น จึงเลือกแข่งขันในเรื่องที่เรามี ศักยภาพและความได้เปรียบ อาทิ การมีแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีวัฒนธรรมที่ดึงดูด และมีสังคมที่เปิดกว้าง เป็นต้น ท่านผู้อ่านสามารถติดตามแนวคิดในการผลักดันนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้จากบทสัมภาษณ์ **น.พ.พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน**

9. ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

การปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้ก้าวทันในเวทีโลกด้วย สำหรับประเทศไทยได้เลือกนโยบายการพัฒนาแบบสองแนวทาง โดยการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก หรือที่เรียกว่า Local Link, Global Reach ซึ่งจะต้องเลือกแข่งขันในสิ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบอยู่แล้ว บนพื้นฐานการสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกัน และผลักดันร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ติดตามรายละเอียดของแนวคิดยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้จากบทสัมภาษณ์ **ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และที่ปรึกษารองนายกรัฐมนตรี (ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์)**

32. การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

ปัจจุบันภาคการผลิตและบริการของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรง ส่งผลให้เกิดการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่ประเทศคู่แข่ง จึงเกิดแนวคิดที่จะนำรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) มาปรับใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับจุลภาค มาเสริมนโยบายและมาตรการระดับมหภาค ในอันที่จะผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็น “วาระแห่งชาติ” ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติ สามารถติดตามอ่านรายละเอียดได้ในบทความ “การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย”

42. อุตสาหกรรมอาหาร : จากฟาร์มถึงผู้บริโภค

ปัจจุบันประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกสินค้าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของมูลค่าการค้าอาหารของโลก หรือคิดเป็นอันดับที่ 14 ของโลก บทความเรื่อง “อุตสาหกรรมอาหาร : จากฟาร์มถึงผู้บริโภค” จึงนำเสนอบทวิเคราะห์โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมอาหาร โอกาสทางการตลาด และแนวโน้มความต้องการสินค้าอาหารไทยในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์โอกาสการเป็นครัวของโลกภายใต้สถานการณ์การแข่งขันในยุคปัจจุบัน

ประชุมคณะกรรมการบริหารการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการบริหารการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (กทภ.) ครั้งที่ 2/2546 โดยที่ประชุมมีมติเห็นชอบใน 7 เรื่อง คือ 1) โครงการลงทุนระบบสารสนเทศท่าอากาศยาน (AIMS) 2) โครงการลงทุนระบบสารสนเทศด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 3) การจัดหาระบบสารสนเทศและระบบเอกซเรย์ ในเขตปลอดอาคาร 4) การแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 5) โครงการลงทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 6) โครงการลงทุนโรงแรมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ 7) โครงการก่อสร้างอาคารสำนักงานท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



รองนายกฯ สมคิด มอบนโยบายแก่ สศช.

นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี มอบนโยบายและประชุมหารือกับผู้บริหาร ว่า สศช.เป็นองค์กรที่มีความสำคัญสูงสุดองค์กรหนึ่งในการพัฒนาประเทศ ซึ่งงานที่ สศช. ดูแลอยู่ค่อนข้างมากและมีความสำคัญ โดยนโยบายที่ให้ ความสำคัญเป็นพิเศษและขอมอบหมายเพิ่มเติมมี 4 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) การเร่งรัดจัดทำแผนพัฒนายุทธศาสตร์รายภาค 2) แนวคิดการสร้างกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศ 3) การสร้างระบบเศรษฐกิจตามแนวชายแดนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน 4) การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

สศช.นำทีมผู้บริหารอบรมเป็นผู้นำยุคใหม่

นายจักรมณฑ์ ผาสุกวณิช เลขาธิการ สศช. นำทีมผู้บริหารเข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การพัฒนาผู้บริหารให้เป็นผู้นำยุคใหม่ (Executive Team Building Workshop)” ระหว่างวันที่ 7-9 มีนาคม 2546 ณ โรงแรมโรตการ์เด็นเอไพร์ม รีสอร์ท จ. นครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารได้เรียนรู้ทฤษฎี GRID ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นให้มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของผู้บริหารให้เป็นผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ ด้วยองค์ประกอบของผู้นำที่สำคัญ 6 ประการ คือ ความคิดริเริ่ม การหาข้อมูล การเป็นผู้สนับสนุน การแก้ไขความขัดแย้ง การตัดสินใจ และการวิพากษ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างทีมงานที่ดี และสามารถปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรตามทฤษฎีของ GRID ได้





นายกรัฐมนตรีร่วมพิจารณาข้อเสนอของภาคเอกชน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในฐานะฝ่ายเลขานุการได้จัดการประชุมของภาคเอกชนกับนายกรัฐมนตรี ณ ห้องประชุม 501 ตึกบัญชาการ ทำเนียบรัฐบาล โดยมี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ซึ่งที่ประชุมได้พิจารณาข้อเสนอของภาคเอกชน จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การส่งเสริมงานแสดงสินค้านานาชาติ 2) ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมก่อสร้างไทย และ 3) อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

กนภ. อนุมัติแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนและการบูรณาการแผนชุมชน

นายสุวิทย์ คุณกิตติ รองนายกรัฐมนตรี ได้เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการนโยบายกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น (กนภ.) ณ ห้องประชุมเดชา สนิทวงศ์ สศช. ซึ่งที่ประชุมได้ให้ความเห็นชอบแนวทางการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน ซึ่งประกอบด้วย การบูรณาการงบประมาณของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องให้ลงสู่กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน จำนวน 16,555 หมู่บ้าน ใน 75 จังหวัดทั่วประเทศ โดยพื้นที่เป้าหมายดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ทั้งนี้ การกำหนดพื้นที่เป้าหมายการแก้ไขปัญหาความยากจนดังกล่าวนี้จะช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรของภาครัฐได้ลงสู่พื้นที่ที่มีความยากจนหนาแน่นก่อน



แถลงข่าวผลิตภัณฑ์มวลรวม ประจำไตรมาสที่ 4/2545 และแนวโน้มปี 2546

นายจักรมณฑ์ ผาสุกวณิช เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เรื่อง “ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ไตรมาสที่ 4/2545” ณ ห้องประชุมเดชา สนิทวงศ์ สศช. ว่า เศรษฐกิจไทยโดยรวม ปี 45 ขยายตัวร้อยละ 5.2 โดยที่ไตรมาสสุดท้ายของปีขยายตัว ร้อยละ 6.1 จากไตรมาสเดียวกันปี 44 สูงกว่าการขยายตัวร้อยละ 5.8 ในไตรมาสที่ 3 เล็กน้อย แม้ว่าจะได้รับความเสียหายจากภาวะน้ำท่วม และความกังวลเรื่องภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ และอิรัก และความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและเกาหลีเหนือที่จะมีมากขึ้น ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกเพิ่มขึ้นรวมทั้งเศรษฐกิจหลักของ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพ ยุโรป ได้ชะลอตัวลงและคาดว่า ปี 2546 เศรษฐกิจยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2545 โดยคาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวร้อยละ 4-5



มีระบบกฎหมายที่เป็นทางการอยู่แล้ว แต่ประชาชนเข้าไม่ถึงหรือไม่สามารถปฏิบัติตามได้ นายเดอ ฮิตโตได้เสนอแนะว่าสิ่งที่รัฐบาลควรทำได้แก่ (1) ศึกษาและสำรวจสถานการณ์และศักยภาพของคนจนโดยละเอียด (2) ทำความเข้าใจว่าคนจนสามารถเก็บออมได้ (3) พัฒนาระบบกฎหมายด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างมีเอกภาพเพื่อใช้แปลงสินทรัพย์และงานของคนจนเป็นทุน (4) ความไม่มีระเบียบในสังคมและกลุ่มอิทธิพลต่างๆ เกิดขึ้นจากการไหลเข้าของคนจนจำนวนมากสู่สังคมเมือง (5) คนจนไม่ใช่ปัญหา แต่เป็นคำตอบ และ (6) การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างทุนทางเศรษฐกิจเป็นความท้าทายทางการเมือง เพราะมีความสัมพันธ์กับประชาชน การเข้าใจสัญญาทางสังคม และการตรวจสอบแก้ไขระบบกฎหมายของประเทศ

การเดินทางมาเยือนเมืองไทยของนักเศรษฐศาสตร์ชาวเปรูตามคำเชิญของรัฐบาลไทย เพื่อที่จะแลกเปลี่ยนทัศนะและแนะนำการดำเนินนโยบายในเรื่องนี้ นายเดอ ฮิตโต ได้บรรยายถึงปัญหาสำคัญที่ทำให้ประเทศซีกโลกใต้ไม่ประสบความสำเร็จอย่างประเทศในซีกโลกเหนือ เนื่องจากประชาชนของประเทศในซีกโลกใต้ ซึ่งคิดเป็น 5 ใน 6 ของประชากรโลกไม่สามารถเข้าถึงทุนได้ และประชาชนในประเทศตะวันตกมีความไว้วางใจกฎหมายสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนามาก ซึ่งการไว้วางใจอยู่บนพื้นฐานของเอกสารที่เป็นตัวแทนทางกฎหมาย ซึ่งจะระบุและบังคับตัวบุคคลถึงความมั่งคั่งและความเป็นเจ้าของ เช่น หนังสือเดินทาง บัตรเครดิต สิทธิในทรัพย์สิน เป็นต้น



ดังจะเห็นได้จากกรณีของเมืองเดนเวอร์ รัฐโคโลราโด ประเทศสหรัฐฯ สามารถนำตึกไปจำนองเป็นหลักประกันเพื่อให้ได้เงินทุนไปค้าขายได้ ขณะที่เมืองเม็กซิโกซิตี ประเทศเม็กซิโก กลับไม่สามารถนำตึกไปจำนองได้

นอกจากนั้น คนจนในประเทศกำลังพัฒนามีทุนที่เรียกว่าทุนที่ตายแล้ว (Dead Capital) หรือทุนนอกระบบกฎหมายเป็นจำนวนมาก อาทิ ในประเทศอียิปต์ คนจนเป็นเจ้าของของทุนที่ตายแล้วประมาณ 245 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็น 55 เท่าของเงินลงทุนจากต่างประเทศ อีกทั้ง ยังมีอุปสรรคขัดขวางในการเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินและสิทธิในการดำเนินกิจการในเรื่องการมีขั้นตอนจำนวนมากในการสร้างบ้าน โรงงานต่างๆ หรือการดำเนินธุรกิจนอกระบบ **สำหรับประเทศไทย ควรมีการออกกฎหมายมารองรับหรือใช้วิธีอะไรก็ได้ เพื่อให้เศรษฐกิจนอกระบบเข้ามาสู่ระบบให้ได้ ซึ่งมีมูลค่ามหาศาลทั้งภาคเกษตร การค้า และเงินกู้นอกระบบ**

สำหรับการปฏิรูปกฎหมายให้สิทธิในทรัพย์สินนั้น เป็นกระบวนการที่ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและเป็นกลยุทธ์ระยะยาวในการสร้างชาติซึ่งต้องใช้เวลาเพื่อพัฒนาทรัพย์สินต่างๆ ให้สามารถใช้ได้ตามวัตถุประสงค์และสร้างสิ่งที่มีมูลค่าหรือทุน เช่น ญี่ปุ่นใช้เวลา 4-7 ปี สวิตเซอร์แลนด์ 20 ปี

สหรัฐฯ 32 ปี และเยอรมนี ใช้เวลาเกือบร้อยปี เป็นต้น การปฏิรูปกฎหมายต้องมาจากระดับรากหญ้า การให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกันโดยปรับปรุงและแก้ไขบนพื้นฐานสัญญาประชาคมในสังคม มี 4 ขั้นตอนคือ **หนึ่ง รักรากฐานของตนเอง โดยพิจารณาภาวะเบียดที่มีอยู่ สอง การประสานให้เป็นระบบเดียวกัน สาม มีระบบสื่อสารสร้างความเข้าใจให้กับสังคม และสี่ รวบรวมและออกกฎหมาย** ทั้งนี้ เพื่อให้คนจนได้รับสิทธิในทรัพย์สินตามกฎหมาย เป็นการเปิดโอกาสให้เข้าสู่ตลาดทุน เกิดสภาพคล่องที่เป็นเงินทุนหรือเงินให้ยืมไปลงทุนในกิจการเพื่อเพิ่มผลผลิตของชาติให้มากยิ่งขึ้น **หากประเทศไทยต้องการประสบความสำเร็จในเรื่องนี้จะต้องเริ่มทำอย่างจริงจังตั้งแต่วันนี้ และต้องผลักดันกฎหมาย ท้องถิ่น ให้เป็น กฎมีปัญญาของชาติให้ได้ หากได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ก็จะทำให้กฎหมายของชาติเข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์ได้**

ในความคิดเห็นของผม นั้น ผมคิดว่าเป็นแนวคิดที่ดี สามารถนำมาประยุกต์และปรับใช้กับประเทศไทยได้ สิ่งที่จะต้องรีบทำก่อนคือ การลดขั้นตอนในการขออนุญาตต่างๆ เพื่อให้มีความรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันมีพระราชบัญญัติ กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ มากมาย ที่ทำให้คนทำธุรกิจมีความยากลำบากและเกิดช่องทางให้เจ้าหน้าที่คอร์รัปชัน การลดขั้นตอนจะช่วยทำให้คนมีงานทำหรือเกิดกิจกรรมการผลิตได้รวดเร็วขึ้น และเกิดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะต้องมีการจัดตั้งกรรมการขึ้น

มาชุดหนึ่งเพื่อปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่ล่าช้าต่อไป และการแปลงสิทธิต่างๆ และการเชื่อถือเอกสารที่เป็นตัวแทนทางกฎหมาย ควรมีการสร้างสิ่งที่ทำให้เกิดการเชื่อถือและมีการรับรองสิทธิต่างๆ โดยรัฐเป็นผู้ค้ำประกันหรือรับรอง ก็จะช่วยให้คนที่ด้อยโอกาสหรือผู้ที่ไม่มีหลักทรัพย์มีโอกาสทำมาหากิน ซึ่งสิทธิมิใช่หมายถึงทุนที่เป็นเงินเท่านั้น แต่จะต้องรวมถึงสิทธิที่จะไปทำมาหากินด้วย เช่น ถ้าคุณเกิดในประเทศไทยหรือมีบัตรประชาชนก็มีสิทธิเข้าโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค และได้รับการศึกษาฟรี 12 ปี เป็นต้น

สำหรับการดำเนินการของไทยนั้น สศช. ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีอยู่ในประเทศ ได้เสนอแนวทางการใช้ประโยชน์สินทรัพย์ฯ ต่อคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2546 และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแนวทางการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนทั้ง 5 ประเภท โดยจะมีโครงการนำร่องในระยะ 2-3 เดือนนี้ และในระยะยาวจะต้องดำเนินการควบคู่กับการปฏิรูปที่ดินทั้งระบบ ซึ่งจะทำให้การปฏิรูปการจัดสรรทรัพย์สินของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลใช้อย่างเต็มระบบภายในวันที่ 1 มกราคม 2547 รวมทั้งได้กำหนดหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนปฏิบัติการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน และจัดทำรายละเอียดโครงการนำร่องให้แล้วเสร็จภายใน 3 เดือน โดยสินทรัพย์ทั้ง 5 ประเภท ประกอบด้วย

1. **สินทรัพย์ที่เป็นที่ดิน** เอกสารสิทธิที่ไม่สามารถใช้เป็นหลักประกัน

เงินกู้ได้ เช่น ที่ดินในความรับผิดชอบของ ส.ป.ก. นิคมสร้างตนเอง และอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งภาครัฐต้องกำหนดแนวทางเพื่อให้เอกสารสิทธิดังกล่าวสามารถใช้เป็นหลักประกันสินเชื่อสถาบันการเงิน ทั้งนี้ **กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์** เป็นผู้รับผิดชอบ กำหนดกลไกการจัดทำเอกสารแสดงสิทธิให้เป็นปัจจุบัน และกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินราคาที่ดินในความรับผิดชอบ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพิจารณาของธนาคาร พร้อมทั้งแก้ไขระเบียบให้สามารถนำเอกสารแสดงสิทธิเป็นหลักประกันการกู้ยืม (ห้ามแก้กฎหมาย) นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐจะต้องตรวจสอบทรัพย์สินที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ และจัดทำแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด

2. **สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา** ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้และมีฐานะเป็นทรัพย์สินสิทธิ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า การออกแบบผังภูมิของวงจรรวม และพันธุ์พืช 4 ประเภท (พันธุ์พืชใหม่ พันธุ์พืชพื้นเมืองเฉพาะถิ่น พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป และพันธุ์พืชป่า) ลิขสิทธิ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ความลับทางการค้า และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยให้**กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรรณงค์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่สถาบันการเงิน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชน** รวมทั้งเร่งรัดการจัดระบบการจดทะเบียนออกหนังสือแสดงสิทธิให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น การ

กำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินราคาทรัพย์สินทางปัญญาโดยใช้หลักการประเมินราคาตามมูลค่าทางเศรษฐกิจ มูลค่าการตลาด และต้นทุนของทรัพย์สินทางปัญญา ขณะเดียวกันให้ทำโครงการนำร่องด้วย

3. **สินทรัพย์ประเภทเครื่องจักร** การใช้เครื่องจักรเป็นหลักประกันสินเชื่อจากธนาคาร ยังมีปัญหาเรื่องการจัดจำนองในทรัพย์สินที่จัดจำนองแล้ว โดยเจ้าหน้าที่ผู้รับจำนองไม่ทราบ และการขอสินเชื่อยังไม่กว้างขวาง ได้มอบให้**กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการรับแจ้งข้อมูลการจำนองเครื่องจักร จากสถาบันการเงิน และผลักดันให้เกิดศูนย์ข้อมูลเครดิต** เพื่อให้บริการข้อมูลในเรื่องการจำนองเครื่องจักร โดยประสานกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพื่อแจ้งให้ธนาคารพาณิชย์ที่รับเครื่องจักรค้ำประกันเงินกู้ส่งข้อมูลดังกล่าวเข้าสู่ระบบของสำนักทะเบียนเครื่องจักรกลาง ตลอดจนกำหนดแนวทางการสนับสนุนการจดทะเบียนเครื่องจักรของผู้ประกอบการรายเล็ก โดยเฉพาะธุรกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและให้สถาบันการเงินรัฐเป็นผู้นำในการพิจารณาให้สินเชื่อ

4. **ที่สาธารณะ** สิทธิชั่วคราวในการใช้ประโยชน์จากที่สาธารณะไม่สามารถใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ เนื่องจากกระบวนพิธีการใช้ประโยชน์จากที่สาธารณะของประชาชน ไม่สามารถโอนสิทธิจากผู้ค้าที่มีปัญหาการชำระหนี้เงินกู้ให้แก่ผู้ค้ารายใหม่ได้ และมีใบอนุญาตเพื่อประกอบธุรกิจการค้าระยะเวลาเพียง 1

การแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

เมื่อไม่นานมานี้ หลายท่านคงได้ยืมข่าวเกี่ยวกับเรื่องนโยบายการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุนของรัฐบาลที่กำลังได้รับการผลักดันให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และเป็นนโยบายระดับจุดภาคที่จะทำให้เกษตรกรและคนระดับรากหญ้าสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริหารเงินทุนของตนเองได้ ซึ่ง พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้นำความคิดนี้มาจากนักเศรษฐศาสตร์ชาวเปรู ชื่อ **นายเฮอนานโด เดอโซโต** ผู้ที่เป็นเจ้าสำนักความคิดการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน และประธานสถาบันเพื่อเสรีภาพและประชาธิปไตย ที่ได้รับการยกย่องจากนิตยสารไทม์ส์ว่า เป็นบุคคล 1 ใน 5 ที่มีอิทธิพลทางความคิดมากที่สุดของทวีปละตินอเมริกาในศตวรรษที่ 20

นายเดอ โซโต ได้เขียนหนังสือเล่มหนึ่งที่มีอิทธิพลมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการพัฒนาทางการเมืองคือ **“ความลับของทุน : ทำไมทุนนิยมสำเร็จในโลกตะวันตก แต่ล้มเหลวในที่อื่น”** (The Mystery of Capital : Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else) ซึ่งปัญหาสำคัญที่ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาไม่ประสบความสำเร็จอย่างประเทศพัฒนาแล้ว คือคนจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ คนจนจำนวนมากมีที่ดิน แต่ที่ดินของพวกเขาไม่ถูกรับรองโดยกฎหมาย จึงไม่สามารถที่จะนำเอาไปเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมได้ ดังนั้น ถ้าคนจนสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งทุนใน



ระบบได้และการไปถึงเอาทุนที่ยังไม่ถูกนำมาใช้มาสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น ก็จะเป็นบุญแก่สำคัญในการสร้างเศรษฐกิจที่มั่งคั่งไม่ใช่แค่คนจนเท่านั้น แต่สำหรับประเทศชาติทั้งหมดโดยรวม

นายเดอ โซโต ได้เขียนถึง ทุนหมายถึง (1) ลักษณะทางกายภาพของทรัพย์สิน และ (2) ศักยภาพในการสร้างผลผลิตส่วนเกินที่มาจากการขายการแปลงสภาพ และการสร้างผลผลิตใหม่ ซึ่งคุณลักษณะประการที่สองเป็นสิ่งที่ประเทศในแถบตะวันตกมี แต่ประเทศกำลังพัฒนาไม่มี อันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบทุนนิยมทำงานในประเทศตะวันตก แต่ไม่ทำงานในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย ทั้งนี้ **การสร้างทุนในประเทศซีกโลกตะวันตก มีกระบวนการที่แน่นอนในการนำเข้าสู่ระบบที่เป็นทางการซึ่งทำให้เกิดการแปลงสินทรัพย์ซ่อนเร้น หรือ สินทรัพย์ที่ใช้ประโยชน์ไม่ได้ (Dead Asset) มาเป็นสินทรัพย์เปิดเผยหรือสินทรัพย์ที่ใช้ประโยชน์ได้ (Active Asset) ระบบที่เป็นทางการก่อให้เกิดผล 6**

ประการแก่ประเทศแถบตะวันตก คือการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจแก่สินทรัพย์ การรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่กระจัดกระจายให้อยู่ในระบบเดียว การสร้างความรับผิดชอบแก่ประชาชนในประเทศ ความสามารถในการแบ่งย่อยขนาดของทรัพย์สินให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและประชาชน การสร้างระบบเครือข่ายที่เชื่อมโยงประชาชนเข้าด้วยกัน และการปกป้องการซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนสินค้า

ในความเป็นจริงแล้วประเทศกำลังพัฒนามีความมั่งคั่งมาก และสิ่งที่ประเทศยากจนต้องการไม่ใช่เงิน แต่เป็นความเข้าใจถึงความสำคัญของสถาบันทางกฎหมายและระบบการเมืองที่จะสร้างระบบที่ดินทำกินให้คนจนเข้าถึงได้ง่าย ดังจะเห็นจากความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในประเทศแถบตะวันตกมาจากระบบกฎหมายที่รวมประชากรทุกคนให้เข้าสู่ระบบเดียวกันสร้างโอกาสในการผลิตและสร้างมูลค่าส่วนเกินแก่ระบบเศรษฐกิจภายใต้ตลาดที่ขยายตัวมากขึ้น ประวัติศาสตร์ของประเทศอเมริกาแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากระบบที่ไม่เป็นทางการมาเป็นระบบที่เป็นทางการเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสำคัญในด้านกฎหมายที่สอดคล้องกับความต้องการทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน ประวัติศาสตร์แสดงให้เห็นอีกว่าอุปสรรคทางกฎหมายที่มากขึ้น จะทำให้นขนาดของเศรษฐกิจนอกระบบใหญ่ขึ้น

ประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย

ปีเท่านั้น โดยให้กรุงเทพมหานคร และกระทรวงมหาดไทยเป็นเจ้าภาพเรื่องการให้ประโยชน์จากทางเท้าสาธารณะและแผงลอย โดยให้พิจารณาอย่างรอบคอบและรัดกุมในการช่วยเหลือประชาชน การกำหนดหลักเกณฑ์ในการออกเอกสารสิทธิและดำเนินการจัดทำเอกสารสิทธิให้กับผู้ค้า เพื่อใช้เป็นหลักประกันสินเชื่อ โดยร่วมกับธนาคารของรัฐโดยเฉพาะธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทยเป็นแกนนำในการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ค้า

5. สิทธิการเช่า แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สิทธิการเช่าที่ดินของราชพัสดุ การจัดประโยชน์ที่ดินศาสนสมบัติ สิทธิการเช่าอาคารของการเคหะแห่งชาติ และการจัดระเบียบการเช่าที่ดินและอาคารพาณิชย์ของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ปัจจุบันสิทธิการเช่าสามารถนำมาเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากธนาคาร แต่ยังมีปัญหาว่าธนาคารยังไม่มี ความมั่นใจ และเชื่อถือคุณค่าของสิทธิการเช่า และยังไม่มีระบบการประเมินราคาที่น่าเชื่อถือ ได้มอบหมายให้กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เป็นแกนกลางในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดหลักเกณฑ์ และจัดระบบการประเมินสิทธิการเช่าให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการออกเอกสารแสดงสิทธิ เพื่อใช้เป็นหลักประกันในการกู้ยืมจากธนาคารและสถาบันการเงิน นอกจากนี้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดระบบสิทธิ

การเช่าอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ดินการทำเรือแห่งประเทศไทย

อีกทั้ง คณะรัฐมนตรีได้มอบหมายให้ธนาคารของรัฐ เป็นแกนหลักในการกระจายสินเชื่อ และมอบหมายให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำศูนย์ข้อมูลกลาง

นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้จัดตั้งกลไกดำเนินงาน ได้แก่ 1) คณะกรรมการนโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน มีหน้าที่กำกับนโยบายและแนวทางการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนทั้งระบบ และการปฏิรูปที่ดิน โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน 2) คณะกรรมการบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน มีหน้าที่กำกับการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมี นายพันศักดิ์ วิญญรัตน์ เป็นประธาน และ 3) สำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เพื่อทำหน้าที่กำกับและติดตามการดำเนินงานของหน่วยงานเจ้าภาพในแต่ละสินทรัพย์ และดูแลภาพรวมการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน และการปฏิรูปที่ดิน รวมทั้งทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการนโยบาย และคณะกรรมการบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรีได้มอบหมายให้ธนาคารของรัฐ เป็นแกนหลักในการกระจายสินเชื่อ

และมอบหมายให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำศูนย์ข้อมูลกลาง

ผมขอเรียนสรุปว่า การแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุนหรือการทำให้ประชาชนผู้ถือสิทธิในสินทรัพย์บางอย่างสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือกู้ยืมเงินทุนได้นั้น เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสร้างโอกาสแก่ประชาชนโดยเฉพาะคนจนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ สามารถแปลงสินทรัพย์ของตนเองให้เป็นทุน เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการสร้างงาน สร้างรายได้ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยมีหลักการสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนคือ เอกสารแสดงสิทธิของสินทรัพย์แต่ละประเภทต้องเป็นเอกสารแสดงสิทธิแบบมีเงื่อนไข(Conditional Right on Legal Document) โดยรัฐสามารถกำกับและควบคุมการโอนสิทธิ (Transferable) ได้ และสินทรัพย์แต่ละประเภทต้องมีการประเมินราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับมูลค่าทางการตลาดและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินทรัพย์ในแต่ละประเภทด้วย ซึ่งจะช่วยก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ประชาชนมีรายได้มากขึ้น ฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น และในที่สุดก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย



ตำนานสู่ความเป็นเลิศของ..... “โนเกีย”



“

“โนเกีย”

ยังคงเป็นอัครวิญมาขาว

เกือบจะให้ฟินแลนด์

ติดอันดับหนึ่งในห้าของ

ประเทศที่มีขีดความสามารถ

ในการแข่งขันดีเยี่ยม

”

NOKIA
CONNECTING PEOPLE



เกริ่นนำ

จากผลการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ประจำปี 2002 ที่จัดทำโดย World Economic Forum พบว่า **ฟินแลนด์ยังคงมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ดีเยี่ยม เป็นอันดับ 2** โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทชั้นนำในฟินแลนด์ที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยตลาด โดยมุ่งพัฒนา “คุณภาพผลิตภัณฑ์” มากกว่าต้นทุน ประกอบกับมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีเงินทุนสำรองสะสมมากเพียงพอที่จะทำให้บริษัทมีความมั่นคงและมีศักยภาพในการขยายการลงทุน

การที่เศรษฐกิจของประเทศฟินแลนด์กระเตื้องขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 15 ปีมานี้ เห็นจะต้องยกความดีความชอบให้กับการดำเนินธุรกิจของโนเกีย บริษัทชั้นนำในรูปแบบการสื่อสารที่เคลื่อนที่ได้ซึ่งทำหน้าที่เป็นอัครวิญมาขาวกอบกู้ธุรกิจโนเกียในฟินแลนด์ที่ซบเซาลงหลังจากยุคสหภาพโซเวียตล่มสลาย เนื่องจาก ก่อนหน้านั้นธุรกิจโนเกียในฟินแลนด์มีความผูกพันอย่างแนบแน่นกับอดีตประเทศผู้นำค่ายคอมมิวนิสต์อย่างมาก

บริษัทโนเกีย ได้เปิดเผยผลประกอบการของบริษัทในไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ว่า บริษัทมียอดขายสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 3 ของปีที่แล้ว ซึ่งคิดเป็น 7,224 ล้านยูโร (ประมาณ 3.2 แสนล้านบาท) และมีผลกำไรจากการประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 คิดเป็น 1,219 ล้านยูโร (ประมาณ 5.4 หมื่นล้านบาท) ขณะที่มีกำไรจากส่วนต่างของผลประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.9 และมีรายได้ต่อหุ้นเพิ่มขึ้น 0.18 ยูโร (ประมาณ 8 บาท) โดยมีเงินหมุนเวียนเพื่อการทำธุรกิจเพิ่มขึ้น 2.2 พันล้านยูโร (ประมาณ 96.8 พันล้านบาท) ผลการดำเนินการของโนเกียในช่วงที่ผ่านมา ตอกย้ำถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและการสะสมประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาเป็นเวลายาวนาน

จุดกำเนิดของโนเกีย

นับตั้งแต่ปี 1865 บริษัทโนเกียได้ถือกำเนิดขึ้นจากการรวมตัวของบริษัทธุรกิจ 3 ประเภท คือ บริษัท South-Western Finland เป็นบริษัทอุตสาหกรรมด้านป่าไม้ บริษัท Finnish Rubber Works Ltd. เป็นบริษัทค้ายางของฟินแลนด์ และบริษัท Finnish Cable

Works Ltd. เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเคเบิล บริษัทโนเกียได้เริ่มดำเนินการทำธุรกิจอย่างจริงจัง ตั้งแต่ปี 1980 เป็นต้นมา โดยเริ่มให้ความสำคัญกับธุรกิจโทรคมนาคมและตลาดอิเล็กทรอนิกส์ แล้วขยายธุรกิจโดยควบรวมบริษัทโทรคมนาคมชั้นนำหลายแห่งเข้าด้วยกัน เช่น บริษัท Mobira บริษัท Salora บริษัท Televa หรือแม้กระทั่งบริษัท Luxor ของสวีเดน และในปี 1987 โนเกียได้เริ่มเจาะธุรกิจด้านอิเล็กทรอนิกส์ และได้ขยายธุรกิจโดยรวมบริษัท Standard Elektrik Lorenz ของเยอรมนี และบริษัท Oceanic ของฝรั่งเศสเข้าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท นอกจากนี้ โนเกียยังได้รวมบริษัท Mallefer ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจในด้านเคเบิลของสวีตเซอร์แลนด์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทด้วย

จากจุดกำเนิดของบริษัทโนเกียที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า ช่วงทศวรรษ 1980 นับเป็นช่วงทศวรรษทองของโนเกีย ที่บริษัทได้เริ่มฉายแวบความเป็นผู้นำในธุรกิจโทรคมนาคมเหนือบริษัทอื่นๆ ในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย หลังจากที่ได้รวมแผนกที่รับผิดชอบด้านข้อมูลของบริษัท Ericsson และได้ขยายการดำเนินงานไปทำธุรกิจประเภทเคเบิลผ่านการควบรวมบริษัท NKf ซึ่งเป็นบริษัทด้านเคเบิลรายใหญ่ของประเทศเนเธอร์แลนด์ ในปี 1989

ช่วงหันเหสู่ธุรกิจโทรคมนาคม

ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 โนเกียได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ หันมาให้ความสนใจกับการทำธุรกิจโทรคมนาคมเป็นหลัก โดยเริ่มลดบทบาทของตนเองลงในเรื่องธุรกิจประเภทเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารและการดำเนินธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรมเบื้องต้นที่ดำเนินมาตั้งแต่ต้น ดังนั้น ในช่วงระหว่างปี 1990 นี้ จึงนับเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงของบริษัทโนเกีย ซึ่งทางบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ง่าย และความพยายามในการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้บริษัทกลายเป็นผู้นำในธุรกิจโทรคมนาคม ที่สามารถเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถใช้กับเครือข่ายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบโทรศัพท์มือถือพร้อมหน้ากากที่มีสีสันสดใส หรือการนำระบบ Digital มาใช้ร่วมกับการส่งคลื่นสัญญาณ GSM ในยุโรป

เมื่อสิ้นปี 2001 โนเกียได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 18 ประเภท เพื่อสนองความต้องการผู้บริโภคใน 10 ประเทศทั่วโลก และมีหน่วยงานรับผิดชอบด้านงานวิจัยและการพัฒนาในประเทศต่างๆ 15 ประเทศ ครอบคลุมบริษัทที่ทำธุรกิจในประเทศต่างๆ ถึง 130 ประเทศ ในปัจจุบันบริษัทโนเกีย มีบริษัทสาขาที่อยู่ภายใต้การบริหารของโนเกีย 4 บริษัท ได้แก่

1) **บริษัท Nokia Mobile Phones** เป็นบริษัทผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมียุทธศาสตร์เน้นสร้างความเติบโตของธุรกิจเป็นหลัก มุ่งสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ และสร้างความน่าเชื่อถือของตราสินค้าของโนเกีย ตลอดจนอาศัยความเข้มแข็งของเครือข่ายทางธุรกิจในด้านอุปสงค์และอุปทานในการทำกำไรให้บริษัท

2) **บริษัท Nokia Networks** เป็นบริษัทชั้นนำในการผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่สามารถใช้กับเครือข่ายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง อันรวมถึงเครือข่ายการสื่อสารประเภท IP และบริการประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องับเครือข่ายดังกล่าว โดยมีกลยุทธ์ที่มุ่งขยายเครือข่ายทางธุรกิจในพื้นที่ต่างๆ ตามกลยุทธ์ 3 G

3) **บริษัท Nokia Ventures Organization** เป็นบริษัทที่คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ วางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ บุกเบิกตลาด จัดสรรทุนในกิจกรรมการลงทุนของบริษัท

4) **บริษัท Nokia Research Center** เป็นบริษัทของโนเกียที่รับผิดชอบด้านการ



วิจัยตลาด เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท โดยในช่วงปีที่ผ่านมา โนเกียได้ทุ่มทุนเพื่อการวิจัยเป็นเงินประมาณ 3 พันล้านยูโร รวมทั้งได้ว่าจ้างเจ้าหน้าที่และนักวิจัยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 18,600 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของโนเกีย

สาเหตุแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัทโนเกีย เป็นผลมาจากปัจจัยเสริมทั้งภายในและภายนอกบริษัท ในส่วนของปัจจัยภายในนั้น ประกอบด้วย ความแข็งแกร่งในการทำงานของทีมงาน โดยเฉพาะความสามารถทางด้านการทำวิจัยและการวางกลยุทธ์ในการพัฒนา ความกล้าหาญที่จะกล้าออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ได้อย่างรอบด้าน ตามหลักการพื้นฐานในการบริหารของโนเกียที่มุ่งจัดการสิ่งที่แตกต่าง ด้วยวิธีการที่แตกต่าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในทุกสถานการณ์ นอกเหนือจากความสามารถในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ หรือในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดของทีมงาน

ในขณะที่ปัจจัยเสริมจากสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยทางการเมืองในประเทศฟินแลนด์ ได้สนับสนุนให้ความต้องการของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพรรคการเมืองของฟินแลนด์ประสบความสำเร็จในการบรรลุข้อตกลงร่วมกับประเทศอื่นๆ ในการนำเอาระบบคลื่น GSM มาใช้ทั่วยุโรป เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 1991 นอกจากนี้ นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากกว่าต้นทุนหรือราคาขายที่ถูก จึงทำให้บริษัทโนเกียเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภค

บทสรุป

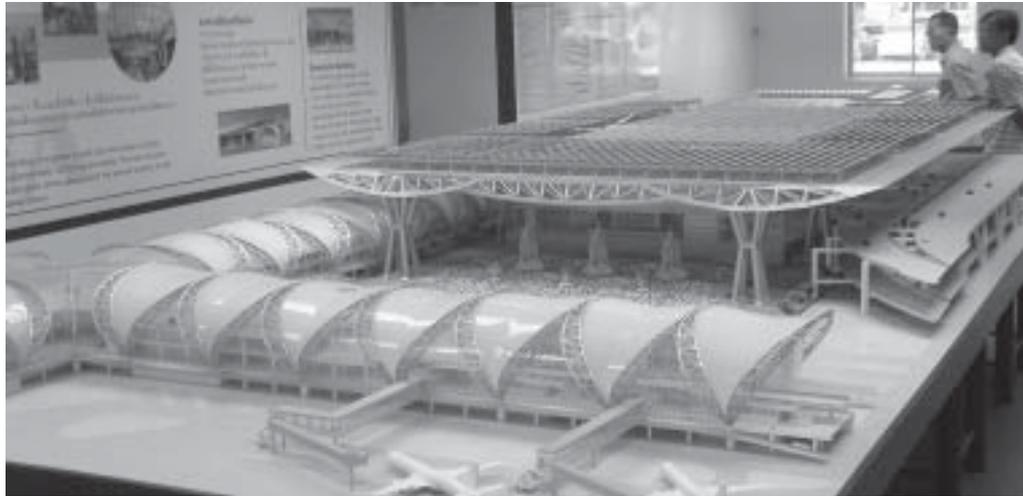
ฟินแลนด์ เป็นประเทศที่ได้รับการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน จากสถาบัน World Economic Forum ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ให้อยู่ในอันดับ 2 อันเป็นผลมาจาก การดำเนินธุรกิจในประเทศได้ทุ่มเทงบประมาณส่วนใหญ่ไปในส่วนของการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สร้างความแตกต่าง และสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้จาก หลักการบริหาร และกลยุทธ์ของบริษัทชั้นนำ “โนเกีย” ที่มุ่งจัดการสิ่งที่แตกต่าง ด้วยวิธีการที่แตกต่าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในทุกสถานการณ์ นอกจากนี้ นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนให้มีการขยายเครือข่ายของระบบคลื่น GSM มาใช้ทั่วยุโรป ส่งผลให้บริษัทสามารถแข่งขัน และขยายตลาดได้มากขึ้น

ข้อมูลอ้างอิง

1. <http://www.nokia.com>
2. http://www.research.fi/tk-ohj_en.html
3. <http://www.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content/Global+Competitiveness+Programme>
4. “ไทยแลนด์ ลู ลู ตอนที่ 1.” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับประจำวันอังคารที่ 3 ธันวาคม 2545



โครงการลงทุนในกิจกรรมสนับสนุน ๗ ทำอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งที่ 2 (สุวรรณภูมิ)



รัฐบาล พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร มีนโยบายที่จะดำเนินการก่อสร้างทำอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นการเร่งด่วน เพื่อให้สามารถเปิดบริการได้ทันปี 2548 แทนทำอากาศยานกรุงเทพ ซึ่งมีสภาพแออัดและขาดความคล่องตัว โดยต้องการให้ทำอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นทำอากาศยานที่มีขีดความสามารถในการรองรับการขนส่งทางอากาศสูง เป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นประตูสู่อินโดจีน และเป็นทำอากาศยานชั้นนำที่มีมาตรฐานการให้บริการติดอันดับโลก

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น จำเป็นต้องมีกิจกรรมการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นอย่างครบวงจรและมีคุณภาพพร้อมสำหรับการเปิดให้บริการได้ทันเวลา บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จึงได้เสนอโครงการ 4 โครงการให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินงาน ณ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้เสนอโครงการลงทุนในกิจกรรมสนับสนุนเพื่อคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพิจารณา ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินงาน ณ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ของบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

กระทรวงคมนาคมได้เสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการ สศช. ให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินงานในกิจกรรมสนับสนุน 4 โครงการ คือ โครงการคลังสินค้า (Air Cargo Terminal Facilities) โครงการครัวการบิน (Catering Facilities) โครงการอุปกรณ์บริการภาคพื้น และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการซ่อมบำรุง [Ground Service Equipment (GSE) and Maintenance Facilities] และโครงการระบบให้บริการเชื้อเพลิงอากาศยาน (Aircraft Fuelling Systems) โดยยกเว้นในส่วนขอระบบท่อส่งน้ำมัน (Hydrant) ซึ่งคณะกรรมการบริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีมติอนุมัติแล้ว โดยให้โครงการคลังสินค้ามีผู้ประกอบการ 2 ราย โครงการครัวการบิน มีผู้ประกอบการ 3 ราย โครงการอุปกรณ์บริการภาคพื้น มีผู้ประกอบการ 2 ราย และโครงการระบบให้บริการเชื้อเพลิงอากาศยาน มีผู้ประกอบการ 2 ราย

มีระยะเวลาดำเนินการ 20 ปี มีรูปแบบการลงทุนในลักษณะ Build-Transfer-Operate (BTO) ซึ่งรัฐเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินแต่เอกชนได้สิทธิ์ในการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินแล้วจ่ายส่วนแบ่งรายได้และค่าเช่าพื้นที่ให้แก่รัฐสำหรับการลงทุนในกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 โครงการ มีวงเงินลงทุนทั้งสิ้น 22,998.05 ล้านบาท

คณะกรรมการ ศสช. ได้พิจารณาข้อเสนอการขออนุมัติการให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินงานทั้ง 4 โครงการแล้ว เห็นด้วยกับการให้เอกชนเข้าร่วมงานในกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 โครงการ เนื่องจากเป็นการลดภาระการลงทุนภาครัฐ และการดำเนินโครงการดังกล่าว จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมการขนส่งทางอากาศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีประสิทธิภาพ และสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์เมื่อเปิดให้บริการ ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาสู่ความเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศของภูมิภาค และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ

นอกจากนี้ยังมีความเห็นเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ควรมีการพิจารณากำหนดระดับคุณภาพการให้บริการ (Level of service) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการออกแบบก่อสร้างกิจกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานที่มีระดับคุณภาพการให้บริการที่จูงใจให้สายการบินและผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

- ควรมีการพิจารณาเร่งรัดแผนการดำเนินงานของกิจกรรมสนับสนุน เพื่อให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิสามารถเปิดให้บริการได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งควรกำหนดตำแหน่งที่ตั้งของกิจกรรมสนับสนุนต่างๆ ให้เกิดความชัดเจนและสอดคล้องกับ Master Plan ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อให้กิจกรรมทั้ง 4 โครงการ สามารถดำเนินการได้พร้อมกับการเปิดใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยไม่เกิดความล่าช้าออกไปอีก

- ควรจัดหามาตรการและแนวทางการเพิ่มรายได้ ในส่วนของรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการบิน เช่น รายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ ค่าเช่า และการบริการ เป็นต้น เพื่อให้มีรายได้เพียงพอกับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในช่วงดำเนินการก่อสร้าง และช่วงเปิดดำเนินการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ยังคงขีดความสามารถในการแข่งขันกับท่าอากาศยานอื่นในต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

- ควรเร่งจัดทำแผนการประมาณการทางการเงิน (Cash Flow) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อให้ทราบถึงสถานะทางการเงินตลอดจนภาระทางการเงินที่จะเกิดขึ้นในอนาคตรวมทั้งข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของ ทอท. ทั้งนี้เพื่อให้ ทอท. สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- สำหรับการจัดทำรายงานผลการศึกษาและวิเคราะห์โครงการที่ประสงค์จะให้เอกชนเข้าร่วมงานฯตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535 ควรจะต้องจัดทำรายงานการศึกษาตามประเด็นหัวข้อประกาศของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอย่างละเอียด เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำเงื่อนไขการลงทุน การประกาศเชิญชวน และการเจรจาต่อรอง ให้โครงการสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. โครงการลงทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการท่าอากาศยานไทย (ทอท.) ให้เป็นผู้ประกอบการรายแรกที่จะได้รับสัมปทานดำเนินการในกิจกรรมสนับสนุนที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 6 กิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย โครงการพาณิชย์สินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ (Cargo) โครงการครัวการบิน (Catering) โครงการบริการลานจอดและอุปกรณ์ภาคพื้น (Ground Service Equipment) โครงการศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยาน (Aircraft Maintenance) โครงการบริการลูกค้า (Customer Service) และโครงการศูนย์ปฏิบัติการ (Operation Center) โครงการนี้มีเป้าประสงค์เพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานชั้นนำของโลก

รักษามาตรฐานการบริการให้ติดอันดับ World Class ในขณะเดียวกัน เพื่อรักษาส່วนครองตลาดของแต่ละธุรกิจ และรักษาส່วนแบ่งกำไรให้คุ้มค่าต่อการลงทุน

ซึ่งตามข้อเสนอโครงการใช้เวลาดำเนินงาน 4 ปี ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2545-2548 มีวงเงินลงทุนทั้งหมด



13,735.51 ล้านบาท มีอายุโครงการ 20 ปี ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเฉลี่ย (IRR) 13.28% ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 9 เดือน ทั้งนี้ โดยในหลักการ บกท. จะใช้แหล่งเงินทุนภายใน ซึ่งได้จากการดำเนินงานเป็นหลัก หากไม่เพียงพอจะพิจารณาจากแหล่งเงินทุนภายนอก ซึ่งได้แก่ การขายหุ้น เพิ่มทุน การกู้เงิน การออกพันธบัตร และการเช่าซื้อ โดยจะเลือกแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ และมีความเสี่ยงน้อยที่สุด คณะกรรมการ ศศช. ได้พิจารณาโครงการฯ แล้ว เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2545 และเห็นชอบในหลักการให้ บกท. ดำเนินโครงการฯ โดยจะเป็นผู้ให้บริการหลักในการสนับสนุน

การขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรที่สนามบินสุวรรณภูมิ อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการฯ เห็นว่ายังมีความเสี่ยงอีกหลายด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ และฐานะการเงินของ บกท. ในระยะยาว ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน เนื่องจากยังไม่มีกำหนดระดับคุณภาพการให้บริการ (Level of Service) เพื่อใช้เป็นมาตรฐานสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้บริการในสนามบิน รวมทั้งยังไม่มีกำหนดพื้นที่ดำเนินการที่ชัดเจน อาจส่งผลกระทบต่อความล่าช้าของแผนการดำเนินการ ทำให้มีความเสี่ยงสูงที่จะไม่สามารถเปิดให้บริการในเดือนสิงหาคม 2548 ได้

2. ความเสี่ยงด้านการลงทุนของโครงการ เนื่องจากสมมติฐานในการคิดผลตอบแทนโครงการหลายประการยังไม่ชัดเจน เช่น การประมาณวงเงินลงทุนโครงการ แหล่งเงินและต้นทุนทางการเงิน ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน และอัตราค่าสิทธิประโยชน์ (Concession Fee) ที่ บกท. จะต้องเจรจากับ ทอท. ให้ได้ข้อยุติ รวมทั้งความชัดเจนของสิทธิพิเศษในการยกเว้นภาษีอากรในการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ของโครงการด้วย

3. ความเสี่ยงด้านการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขันของ บกท. เช่น การประมาณฐานะเงินสดของ บกท. อยู่บนสมมติฐานการขายหุ้นเพิ่มทุน 300 ล้านหุ้น มูลค่า 9,000 ล้านบาท ในปี 2546-2547 ภายใต้สถานการณ์โลกที่มีความไม่แน่นอนสูง หากไม่สามารถขายได้จะกระทบต่อฐานะเงินสด นอกจากนี้ การประมาณฐานะการเงินยังไม่ครอบคลุมแผนการจัดซื้อเครื่องบินและการปรับปรุง In-flight Entertainment อีกกว่า 80,000 ล้านบาท ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่ บกท. จะดำเนินแผนการดังกล่าวในช่วง 5 ปีข้างหน้า

เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว คณะกรรมการบริหารการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ(กทภ.) จะต้องเร่งรัดประสานให้ ทอท. บทม. และ บกท. สร้างความชัดเจนในการกำหนดระดับคุณภาพการให้บริการและที่ตั้งของกิจกรรมสนับสนุน พิจารณาเร่งรัดแผนการดำเนินงาน ประสานและเตรียมความพร้อมในการจัดการพื้นที่คลังสินค้าแบบปลอดอากร (Custom Free Zone - CFZ) และเร่งเจรจาค่าสิทธิประโยชน์ระหว่าง บกท. กับ ทอท. โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ และมีความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการรายอื่น และเมื่อมีความชัดเจนของปัจจัยต่างๆ แล้ว ให้ บกท. จัดทำรายละเอียดโครงการเสนอ กทภ. พิจารณาความเหมาะสมของการลงทุนก่อนการดำเนินการต่อไป

ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาโครงการการให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการของ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และโครงการลงทุนของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แล้ว มีมติเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2546 เห็นชอบ และให้ดำเนินการต่อไปได้ตามความเห็น ของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



Cluster:

กรณีตัวอย่างที่มีชื่อเสียง



กรณีศึกษาในต่างประเทศ

กรณีการพัฒนาคลัสเตอร์ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับว่าเป็นตัวอย่างการพัฒนาที่มีชื่อเสียง ได้แก่ การรวมกลุ่มกิจกรรมผลิตไวน์ในแคลิฟอร์เนีย การรวมกลุ่มผลิตแฟชั่นเครื่องหนังและเสื้อผ้าของอิตาลี ซึ่งทำการผลิตสินค้าและจำหน่ายในลักษณะครบวงจร การรวมกลุ่มผลิตสิ่งทอ อาหารทะเล และการท่องเที่ยวในโมร็อกโก เช่นเดียวกับการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศในซิลิคอนวัลเลย์ หรือกลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในฮอลลีวูด เป็นต้น

คอนวัลเลย์ หรือกลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในฮอลลีวูด เป็นต้น

ในที่นี้ จึงได้นำเอากรณีศึกษาจำนวน 2 กรณี ได้แก่ สิ่งทอ ที่ปราโต ในอิตาลี ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมการผลิตดั้งเดิม (Traditional Industry) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ที่ซิลิคอนวัลเลย์ ในสหรัฐอเมริกา สำหรับอุตสาหกรรมไฮเทค

1. คลัสเตอร์สิ่งทอ - เขตอุตสาหกรรมสิ่งทอปราโต (Prato) อิตาลี

ความเป็นมา

หลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 ระบบการผลิตในระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่ดำเนินการโดยบริษัทขนาดใหญ่เพียงไม่กี่แห่ง ซึ่งมาจากการรวมบริษัทและผลิตสิ่งทอที่มีคุณภาพต่ำ แต่เมื่อมีการแข่งขันทั้งจากภายในและต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทหลายแห่งต้องปิดกิจการหรือแยกส่วนการผลิตออก โดยให้เช่าเครื่องจักร หรือขายเครื่องจักรแล้วให้จ่ายเงินในช่วงที่ทำการผลิต จากวิธีการเช่นนี้จึงมีการจัดตั้งบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการคนเดียวขึ้น บริษัทเหล่านี้ มีการขยายออกไปทั่วอาณาเขต และมีความสามารถในการผลิตแบบง่าย ๆ

ในช่วงที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วที่สุดในประเทศอิตาลี ระบบการผลิตนี้ได้ขยายตัว โดยการมีตัวกลาง (Broker) ในการเชื่อมโยงบริษัทเล็ก ๆ เหล่านี้เข้ากับตลาด การพัฒนาเช่นนี้ได้รับการสนับสนุนจากระบบเครือข่ายของการกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าขนาดเล็ก

สภาพปัจจุบัน

ปัจจุบันเขตอุตสาหกรรมปราโตมีพื้นที่กว่า 700 ตร.กม. ใกล้กับเมืองฟลอเรนซ์ในเขต Toscana มีพนักงานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอจำนวนทั้งสิ้น 45,000 คน หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 60 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมท้องถิ่น พนักงานทั้งหมดนี้ทำงานอยู่ในบริษัทท้องถิ่น 8,000 บริษัท โดยร้อยละ

* สุธรรม วาณิชเสนี คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิราวิไล โลพันธ์ศรี ผู้เชี่ยวชาญอาวุโส ฝ่ายวิจัยอุตสาหกรรม 3 บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ละ 80 ของบริษัทเหล่านี้เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก (Artisan firms) ลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจก็คือขนาดเฉลี่ยของผู้ประกอบการและบริษัท/ผู้ประกอบการจำนวนมากเหล่านี้สามารถดำเนินการไปสู่เป้าหมายร่วมกันได้ที่รวมถึงสินค้าคุณภาพสูง การส่งมอบที่รวดเร็ว และราคาที่แข่งขันได้

ปราโตได้รวมเอาข้อดีของการผลิตระดับอุตสาหกรรม ดังเช่นประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือที่เข้ากับข้อดีของผู้ประกอบการฝีมือขนาดเล็กที่มีความยืดหยุ่นและความรวดเร็วในการตอบสนองต่ออุปสงค์ของตลาด ทั้งนี้ ระบบการผลิตเป็นการแบ่งกระบวนการผลิตออกเป็นขั้นตอนที่กระจายให้กลุ่มบริษัทขนาดกลางและเล็กเหล่านี้ แต่ละกลุ่มจะชำนาญการเฉพาะขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นปั่นด้าย (spinning), ย้อมผ้า (dying), yarn twisting, beaming, ทอผ้า (weaving) และ finishing ธุรกิจที่สำคัญรองลงมาคือการผลิตเครื่องจักรสิ่งทอ ซึ่งมีจำนวน 200 บริษัท และมีรายได้ 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ประมาณร้อยละ 60 ของเครื่องจักรที่ผลิตนี้ถูกส่งออก ในปี 1996 มูลค่าการผลิตสิ่งทอประมาณ 4,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีการส่งออกกว่าร้อยละ 60



ตำแหน่งที่ตั้งของปราโตตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมมาก ซึ่งอยู่กึ่งกลางระหว่างเมือง Milan และ Rome ใกล้กับถนน 2 สายตัดผ่าน ทางรถไฟ 2 สายตัดผ่าน และทางสนามบินโดยสามารถบินสู่เมืองหลวงหลัก ๆ ในยุโรปได้ทุกวัน การขยายตัวของอุตสาหกรรมท้องถิ่นได้มีการจัดตั้งสวนอุตสาหกรรม (industrial parks) ขึ้น คือ Macrolotto มีพื้นที่ 400 hectares มีการฝึกอบรมเพื่อให้เป็นมืออาชีพจากสถาบันที่มีชื่อเสียง เช่น Tullio Buzzi Textile Institution และมหาวิทยาลัย Florence ให้การอบรมเกี่ยวกับ Mechanical Engineering, Business Administration, Chemistry, Biology and Law

ธนาคารท้องถิ่น (Cassa di Risparmio) ให้การสนับสนุนในการพัฒนาระบบในการจัดหาสินเชื่อระยะสั้นให้กับบริษัทขนาดเล็ก ประกอบกับกฎหมายแห่งชาติให้การส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุน กองทุนพิเศษ

(Artigiancassa) ที่ทางธนาคารนำมาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทขนาดเล็ก

ปราโตเป็นผู้นำของโลกในด้านการผลิตผ้าขนสัตว์ เส้นด้าย สำหรับสิ่งทอที่ใช้สวมใส่ สิ่งทอสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ไหมพรม และสิ่งทออื่น ๆ สำหรับเครื่องเรือนและใช้ในอุตสาหกรรม มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นเคียงข้างกับผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม อาทิ ไหมพรม ผ้าลินิน ผ้าฝ้าย ผ้าไหม และเส้นใยสังเคราะห์ ความสำเร็จของปราโตมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดทั้งในด้านของความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ความสามารถในการดัดแปลงแผนการผลิตล่วงหน้า และความสามารถในการรักษาระยะเวลาเฉลี่ยในการส่งของทุก 6 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิ - ฤดูร้อน และฤดูใบไม้ร่วง - ฤดูหนาว โรงงานเหล่านี้จะมีการนำเสนอลิ้นด้ายชนิดใหม่ ๆ 2,000 ชนิด และเสนอการออกแบบผ้าแนวใหม่ถึง 60,000 แบบ

โครงสร้างและการดำเนินการ

บริษัทต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเขตอุตสาหกรรมสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

- กลุ่มบริษัทที่ดูแลงานด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งแบ่งบริษัทออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรก คือ บริษัทมุ่งเน้นกิจกรรมด้านการขาย โดยไม่ต้องลงทุนผลิต (impanatori) ประเภทที่สอง คือ บริษัทอุตสาหกรรม ซึ่งจะควบคุมความสัมพันธ์ของขั้นตอนต่างๆ ในวงจรการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผลิตภัณฑ์
- กลุ่มของบริษัทรับช่วง เป็นกลุ่มของบริษัทเล็ก ๆ แต่ละบริษัทจะเชี่ยวชาญในการผลิตใน

ขั้นตอนที่แตกต่างกันไป ในขั้นตอนการผลิตจะแบ่งขั้นตอนการผลิตออกเป็นประมาณ 10 ขั้นตอน ตามชนิดสินค้าที่ผลิตและจำนวนบริษัทในแต่ละขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างกันไป

- กลุ่มบริษัทนำเข้าวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
- กลุ่มบริษัทผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือทางเทคนิค

องค์ประกอบในวงจรการผลิตนั้นค่อนข้างแยกออกเป็นส่วน ๆ บริษัทที่รับผิดชอบด้านการตลาดจะรับข้อมูลจากลูกค้า แล้วซื้อวัตถุดิบในการผลิตจากผู้นำเข้าหรือผู้ผลิตเส้นใย หลังจากนั้นจะหาผู้ร่วมสัญญาทำการผลิตสิ่งทอ จะเห็นได้ว่าระบบนี้อยู่บนพื้นฐานของการใช้ความสัมพันธ์และการเจรจาต่อรองเป็นอย่างดี

2. คลัสเตอร์ซิลิคอนวัลเลย์

ซิลิคอนวัลเลย์ เป็นคลัสเตอร์ตัวอย่างที่หลากหลาย ๆ แหล่งทั่วโลกพยายามที่จะลอกเลียนแบบ เป็นคลัสเตอร์ที่มีพลวัตและความซับซ้อนสูงบริษัทชั้นนำทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของโลกมักเปิดและ/หรือดำเนินการที่นี้เป็นส่วนใหญ่ ในช่วงทศวรรษ 1990 แรงงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาที่มีสูงถึงร้อยละ 10 ในปี 1999 มูลค่าเพิ่มโดยรวมต่อพนักงานสูงถึง 115,000 เหรียญสหรัฐฯ เทียบกับค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศสหรัฐอเมริกาที่ 78,000 เหรียญสหรัฐฯ และมีการลงทุนโดย venture capital สูงถึง 13 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

ซิลิคอนวัลเลย์ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1,500 ตารางไมล์ มีศูนย์กลางอยู่ที่ Palo Alto แผ่กระจายไปสู่ San Mateo County และ Santa Clara County โดยมีประชากรประมาณ 2.5 ล้านคน ซิลิคอนวัลเลย์มีพร้อมทั้งบริษัทผู้ประกอบการชั้นนำ มหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก สถาบันวิจัย ผู้จัดสินค้า/วัตถุดิบพิเศษ และผู้ให้บริการงานเฉพาะด้านต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ตลอดจน venture capitalist และ angel investors ไปจนถึงธนาคารพาณิชย์ นักกฎหมายที่มีความชำนาญเฉพาะทางด้านการลงทุน และการจดทะเบียนสิทธิบัตร บริษัทจัดหางาน ฯลฯ

ซิลิคอนวัลเลย์ มีข้อได้เปรียบในด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบการ ความสัมพันธ์ของคนในซิลิคอนวัลเลย์เป็นความสัมพันธ์ที่สร้างสะสมมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในด้านวิชาชีพ ธุรกิจ และสังคมที่นำไปสู่ความร่วมมือ การแข่งขันและการป้อนกลับซึ่งกัน ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการแพร่กระจายของความรู้ แนวคิด ผู้คนและเงินทุน ทั้งนี้ Saxenian (1994) ได้กล่าวถึงซิลิคอนวัลเลย์ไว้ว่าเป็น “ระบบอุตสาหกรรมที่มีพื้นฐานอยู่บนเครือข่ายภูมิภาคที่ส่งเสริมการเรียนรู้โดยรวมและการปรับตัวที่ยืดหยุ่น โดยมีผู้ผลิตที่เชี่ยวชาญในระบบที่ซับซ้อนของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง”

ซิลิคอนวัลเลย์มีลักษณะเฉพาะของคลัสเตอร์ที่ส่งเสริมการรวมตัวอย่างหนาแน่น ทั้งนี้เนื่องจากขนาดของตลาดที่ทำให้ต้นทุนของสินค้าถูกลง มีตลาดแรงงานที่พร้อมสมบูรณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานที่มีความชำนาญพิเศษ พร้อมกับมีการเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ที่นำไปสู่การแพร่กระจายของความรู้และข้อมูล

กรณีตัวอย่างในประเทศ

ในกรณีของประเทศไทย คลัสเตอร์นั้นมีกระจัดกระจายแทบในทุกพื้นที่และทุกจังหวัด มีตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมไปจนถึงระดับชุมชน ดังเช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่รัฐบาลไทยกำลังเร่งส่งเสริมกันอยู่ ส่วนในระดับอุตสาหกรรม หน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชนเองก็กำลังหยิบยกประเด็นคลัสเตอร์ขึ้นเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้อุตสาหกรรมไทยเกิดขีดความสามารถแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งในทีนี้จะขอหยิบยกคลัสเตอร์แห่งหนึ่งที่กำลังพยายามสร้างแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลง โดยผลักดันให้เกิด “Dynamic Cluster” ขึ้น ซึ่งแม้ว่าขณะนี้กำลังอยู่ในขั้นเริ่มต้น

แต่ก็นับเป็นบันไดแห่งประสบการณ์ที่ดีที่จะช่วยให้แนวทางพัฒนาคลัสเตอร์ในทางปฏิบัติของประเทศไทยเห็นเป็นรูปเป็นร่าง และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถแข่งขันโดยรวมได้ในที่สุด

“ลำปาง เมืองเซรามิก”

หากเรามองย้อนรอยถึงอดีตของเซรามิก เมืองลำปางแล้ว จะพบว่าคลัสเตอร์แห่งนี้ก็เช่นเดียวกับที่อื่นในโลกที่มีประวัติศาสตร์เป็นฉากเบื้องหลัง การเติบโตของคลัสเตอร์นี้ในระยะเริ่มต้นล้วนเป็นผลจากการค้นพบแหล่งแร่ดินขาวที่อำเภอกำแพงแสนในช่วงปี 2498 - 2499 ซึ่งหลังจากนั้นก็เกิดการอพยพและก่อตั้งโรงงานของกลุ่มคนจีนที่มีถิ่นฐานในประเทศไทยมาลงทุนเปิดโรงงานด้วยขามขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตสมัยนั้นค่อนข้างล้าสมัย มีปัญหาขาดแคลนความเชี่ยวชาญด้านวัตถุดิบ คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ การขายสินค้าจึงมีการตัดราคากันอย่างรุนแรง ราคาที่ขายได้จะต่ำมาก

ในปี 2516 เพื่อขจัดปัญหาด้านราคาขณะนั้น ผู้ผลิตในกลุ่มด้วยขามจึงเริ่มหันมารวมตัว พบปะสังสรรค์กัน มีการเจรจาต่อรองในเรื่องของราคาที่เหมาะสม และส่งผลให้ราคาด้วยขามตราไก่ขณะ



นั้นสามารถปรับสูงขึ้นมาได้ ภายใต้ความร่วมมือดังกล่าว “ชมรมเครื่องปั้นดินเผา ลำปาง” จึงเกิดขึ้น โดยมีกิจกรรมสำคัญหลาย ๆ ด้าน ที่เห็นเด่นชัดและเป็นตัวอย่างของการสร้างความร่วมมือที่ดี คือ การลงทุนหุ้นร่วมกันเพื่อจัดซื้อแก๊สให้กับสมาชิกในราคาถูกลงถึง 10% ในปี 2526 ซึ่งนอกจากเป็นการลดต้นทุนให้ผู้ผลิตแล้ว ยังช่วยให้ยอดขายเซรามิกเพิ่มขึ้นและส่งผลดีต่อผู้ค้าแก๊สทั้งในด้านของปริมาณการสั่งซื้อที่สูงถึงอาทิตย์ละ 2,000 ถังและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ และการเรียกเก็บหนี้ได้ด้วย

นอกจากนี้ความร่วมมือในรูปแบบของชมรมยังช่วยสร้างพลังให้ผู้ผลิตในลำปางประสานงานกับหน่วยงานของรัฐได้ดียิ่งขึ้นมีการยกระดับชมรมเป็นสมาคม เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในพื้นที่ได้เต็มรูปแบบยิ่งขึ้น มีการจัดนิทรรศการเซรามิกภาคเหนือขึ้นในจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกในปี 2532 สร้างความร่วมมือกับภาครัฐในการนำเสนอข้อมูลเพื่อพิจารณาเปิดศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผาภาคเหนือ ซึ่งศูนย์แห่งนี้ได้ก่อสร้างดำเนินการเสร็จในปี 2536 และยังประโยชน์ต่อเนื่องให้ผู้ผลิตเซรามิก โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดลำปางและเชียงใหม่เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ตลอดจนการทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (Testing laboratory) ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญให้คลัสเตอร์แห่งนี้ก้าวหน้าเติบโตเป็นอย่างมากในช่วง 4-5 ทศวรรษที่ผ่านมา

ปัจจุบัน ยอดขายในคลัสเตอร์แห่งนี้พุ่งสูงขึ้นเป็นอย่างมาก เฉพาะยอดส่งออกเพียงอย่างเดียวก็สูงถึงเกือบ 4,000 ล้านบาทในปี 2545 กระโดดขึ้นกว่า 1 เท่าตัวนับตั้งแต่ปี 2541 มีจำนวนโรงงานเกือบ 200 โรงงาน เกิดการจ้างงานเฉพาะจากโรงงานเซรามิกเป็นจำนวนถึงเกือบ 10,000 คน สินค้าที่ผลิตก็กระจายหลากหลายนอกเหนือไปจากด้วยขามที่ผลิตในระยะเริ่มแรก มีสินค้าทั้งในกลุ่มของใช้และตกแต่งบ้าน รวมไปถึงลูกกรงเซรามิก ลูกถ้วยไฟฟ้า กระเบื้อง และสุขภัณฑ์ เกิดธุรกิจต่อเนื่องไม่ว่าเป็นโรงงานผลิตดินขาวล้าง ดินผสมสำเร็จรูป (Compound Clay) การผลิตสี บิสกิต ทำแม่พิมพ์ เครื่องจักร รวมถึงธุรกิจบริการ เช่น ขนส่ง ตัวแทนจำหน่ายสี เคมีภัณฑ์ น้ำเคลือบ ฯลฯ

แต่ท่ามกลางกระแสแข่งขันด้านเซรามิกในตลาดโลกที่เป็นไปอย่างรุนแรง ความได้เปรียบที่

เคยเกิดจากความพร้อมของวัตถุดิบหรือค่าจ้างแรงงานเองที่กำลังลดบทบาทลง การใช้ดินในลำปางที่กำลังขยับขยายไปสู่การใช้ดินจากแหล่งอื่น เช่น ระนอง นราธิวาส ที่มีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ของลำปางในขณะนี้มากกว่า หรือแม้แต่ทิศทางการใช้ดินผสมสำเร็จรูปซึ่งมาจากโรงงานนอกเขตคลัสเตอร์ ก็มีผลสำคัญทำให้ต้นทุนผลิตของผู้ประกอบการสูงขึ้น เช่นเดียวกับค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนาม ฯลฯ ประเด็นสำคัญในขณะนี้ ก็คือภายใต้สถานการณ์แวดล้อมปัจจุบัน ทำอย่างไรเชรามิก เมืองลำปางจึงจะเป็น “Dynamic Cluster” มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพียงพอต่อการรักษาขีดความสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

จากประสบการณ์ขององค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติหรือ UNIDO พบว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้เกี่ยวข้องให้เกิดขึ้นอย่างแน่นแฟ้น ซึ่งอาจอยู่ในรูปของ Network หรือ

การพัฒนากิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมนับเป็นแนวทางเสริมสร้างความสามารถแข่งขันที่ดี และมีผลสำเร็จเป็นตัวอย่างแล้วในหลาย ๆ ประเทศ ตัวอย่างเช่นในประเทศอินเดีย ปัจจุบันมีคลัสเตอร์ซึ่งประสบความสำเร็จในฐานะ “Dynamic Cluster” ถึง 4 คลัสเตอร์ มีกลไกทำงานของความร่วมมือระหว่างผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ มี Network ระหว่างผู้ผลิตทั้งเพื่อพัฒนา

ด้านการตลาด (เช่น ทำ Common Shop, การจัดงาน Buyer-Seller Meet) และด้านผลิต (เช่น ร่วมมือกันพัฒนาระบบสินค้าคงคลัง) ซึ่งกลไกดังกล่าวได้เกิดความยั่งยืน (Sustainability) มีการพัฒนาหน่วยงาน /

สมาคมที่แข็งแกร่งขึ้นรองรับการสร้างและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล นอกจากนี้ผู้เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์ยังมีปฏิสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันตลอดเวลา โดยภาพรวมพลวัตของคลัสเตอร์จึงเป็นส่วนสำคัญทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น มีสมาคมที่เกื้อหนุนกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการของผู้ผลิต เกิดการพัฒนาคุณภาพผู้ประกอบการและความสามารถการดำเนินงานช่วยลดต้นทุน สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และขยายตลาดไปสู่ผู้ซื้อหรือ Buyer ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศได้

ในลำปาง ความเป็นพลวัตของคลัสเตอร์นี้แม้จะมีปรากฏขึ้น ดังเช่น การแบ่งปันคำสั่งซื้อ (Share Order) การร่วมกันจัดซื้อวัตถุดิบก๊าซ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งพร้อมจะช่วยเหลือกันในการแก้ไขปัญหาการผลิต การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเองก็เริ่มมีมากขึ้น มี Network เล็ก ๆ อยู่ในลำปางกันหลายกลุ่มที่ต่างช่วยเหลือกัน ซึ่งแม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นเพียงความร่วมมือแบบหลวม ๆ แต่บางครั้งก็เป็นความร่วมมือแบบหนาแน่นก็ยังมีผลให้สมาชิกในกลุ่มได้มองเห็นประโยชน์ เช่น การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้ ฯลฯ อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวก็จะกระจายผลอยู่ในวงแคบยังมีผู้ผลิตจำนวนมากทั้งรายใหญ่ และ SMEs ที่ยังไม่ได้ใช้แนวคิดการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ให้เกิดประโยชน์ การผลักดันเชรามิก เมืองลำปางให้เป็น “Dynamic Cluster” ที่เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด ตั้งแต่ผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ หน่วยงาน / องค์กรทั้งเอกชนและภาครัฐในพื้นที่จึงนับเป็นเรื่องจำเป็นที่จะช่วยให้คลัสเตอร์แห่งนี้สามารถยืนหยัดเติบโตและแข่งขันในเวทีโลก จนกลายเป็น “ลำปาง เมืองเชรามิก” ได้ในที่สุด



หมายเหตุ : โครงการพัฒนาคลัสเตอร์เชรามิก ลำปาง เป็นความร่วมมือระหว่างบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กับสภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, สมาคมเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดลำปาง และศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนธันวาคม 2545 และคาดว่าจะหมดระยะโครงการในปี 2548

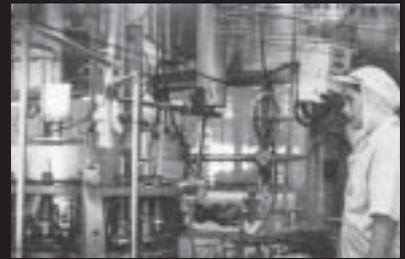
แผนฯ 9

กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

“

ความสามารถในการแข่งขัน
ของไทย ยังคงต่ำกว่า
หลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย
สาเหตุสำคัญมาจากความล้าหลัง
ในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยี รวมทั้งการพัฒนา
นวัตกรรม

”



ในช่วง ทศวรรษที่ผ่านมา
ประเด็นในเรื่องความสามารถในการ
แข่งขันของประเทศเป็นเรื่องที่กล่าวถึง
และได้รับความสนใจจากหลายฝ่าย
ทั้งภาครัฐและเอกชนมาโดยตลอด
สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการที่
ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับขีด
ความสามารถในการแข่งขันจาก
สถาบันที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลก 2 แห่ง
ได้แก่ สถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนา
ด้านการจัดการ (International Institute
for Management Development : IMD)
และ World Economic Forum : WEF ว่า
อยู่ในอันดับค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับ
ประเทศต่างๆ ในโลก (IMD อยู่ในอันดับที่
34 ในปี 2545 จาก 49 ประเทศ และ
WEF อยู่ในอันดับที่ 31 จาก 80 ประเทศ)
จึงทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงความ
สำคัญของการสร้างความเข้มแข็งของ

ประเทศอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งได้มีการ
กำหนดให้นโยบายการเพิ่มขีดความ
สามารถในการแข่งขันของประเทศ เป็น
ยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งในแผน
พัฒนาฯ ฉบับที่ 9

ขีดความสามารถในการ แข่งขันของไทย

ผลการจัดอันดับความสามารถ
ในการแข่งขันของประเทศ โดย IMD
และ WEF ดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นว่า
ความสามารถในการแข่งขันของไทย
ยังคงต่ำกว่าหลายประเทศในภูมิภาค
เอเชีย โดยอยู่ในอันดับที่สูงกว่า
ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย แต่
อยู่ในอันดับต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์
มาเลเซีย ไต้หวัน และเกาหลี ทั้งนี้
สาเหตุสำคัญมาจาก **ความล้าหลังใน
เรื่องของการพัฒนาวิทยาศาสตร์**

และเทคโนโลยี การขาดประสิทธิภาพ
ในเรื่องของนวัตกรรม มีการพึ่งพาต่าง
ประเทศสูงทั้งในเรื่องวัตถุดิบ เงินทุน
เทคโนโลยีและตลาด (ค่าใช้จ่ายใน
การวิจัยและพัฒนา มีเพียงร้อยละ 0.10
ของ GDP และบุคลากรทางการวิจัย
และพัฒนา มีประมาณ 15,000 คนทั้ง
ประเทศ) ขณะที่แรงงานไทยจำนวน
**มากมีการศึกษาเพียงระดับ
มัธยมศึกษาตอนต้น** และไม่ได้รับ
การพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อ
เนื่องให้สอดคล้องกับโครงสร้างการ
ผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป

สำหรับความสามารถในการ
บริหารจัดการของภาครัฐ แม้จะ
สะท้อนตัวเลขที่ดีขึ้น แต่ก็ยังอยู่ใน
ระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นโดย
รวม เช่นเดียวกับประสิทธิภาพของ
ธุรกิจ ซึ่งแสดงออกมาในรูปของผลิต

ภาพการผลิตโดยรวม (Total Factor Productivity : TFP) และผลิตภาพรายสาขาการผลิตที่สำคัญ คือ สาขาเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ก็ยังคงมีปัจจัยที่อ่อนด้อย โดยเฉพาะการขาดทักษะทางด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ขาดการเรียนรู้และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และขาดปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

ประเด็นการพัฒนาที่ท้าทาย

ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประเทศไทยจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยสถานะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อสามารถเตรียมพร้อมและดำรงสถานะการแข่งขันของประเทศไว้ได้ในเวทีโลก โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ คือ

● **ระเบียบเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมโลก (New Global Economic Order)** ทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวโดยหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยกระแสโลกาภิวัตน์ได้นำไปสู่การขยายตัวของการค้า การลงทุน การบริการ และการเคลื่อนย้ายประชากรและแรงงาน ตลอดจนการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงสู่ทุกส่วนของโลก ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ค่านิยม วัฒนธรรม และวิถีทางการค้าอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ประเทศไทยจึงต้องมีการเตรียมพร้อมที่ดี และสร้างภูมิคุ้มกัน เพื่อรักษาสมรรถนะทางเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตต่อไปได้อย่างมีคุณภาพ

● **การเปิดเสรี (Liberalization) และการกีดกัน (Protectionism)** ซึ่งดำเนินคู่ขนานกันในระบบเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน ส่งผลกระทบที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ประเทศมหาอำนาจมีความได้เปรียบของการแข่งขันสูงขึ้น

เนื่องจากมีอำนาจต่อรองมากกว่าประเทศกำลังพัฒนา ทำให้ช่องว่างระหว่างประเทศร่ำรวยและประเทศยากจนขยายตัวมากขึ้น จำเป็นที่ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญต่อมาตรการด้านการค้า การลงทุน และการเจรจาทางการค้าที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศมากขึ้น

● **การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของภูมิภาค (Regionalization)** ที่มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นได้ส่งผลต่อการปรับโครงสร้างในด้านการค้า การลงทุนของประเทศต่างๆ ในโลก และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านความได้เปรียบเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันประเทศไทยจึงจำเป็นต้องอาศัย



ศักยภาพทางทำเลที่ตั้งของประเทศให้เป็นประโยชน์ โดยเสริมสร้างความร่วมมือกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างอำนาจต่อรองของประเทศ

● **ความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม (Multi-Dimensional Linkage)** ที่กลายมาเป็นองค์ประกอบของการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ซึ่งก่อให้เกิดแนวคิด “Think Global and Act Local” อันหมายถึงการพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสาน

ระหว่างรสนิยมมาตรฐานเดียวกันในโลกกับรสนิยมท้องถิ่นที่แตกต่างกันไป บนพื้นฐานของระบบบริหารจัดการที่มีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับระบบบริหารจัดการและกลไกต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีโลก

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในแผนฯ 9

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดเป้าหมายหลักเพื่อนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 2 ประการ คือ

ประการแรก : การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มสมรรถนะภาคการผลิตให้แข่งขันได้ โดยให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.0 ต่อปี และภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.5 ต่อปี โดยผลิตภาพการผลิตรวมในภาคเกษตรเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.5 ต่อปี ผลิตภาพการผลิตรวมในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.5 ต่อปี และผลิตภาพของแรงงานเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี

ประการที่สอง : สร้างความเชื่อมโยงและความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจภายในและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยให้การส่งออกขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี รวมทั้งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7-8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี ตลอดจนสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ แนวทางการดำเนินงานในแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 จึงประกอบด้วย

1. การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและการค้า โดยพัฒนาคุณภาพคน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและวิธีการผลิต ในการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าให้ตรงความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างสมดุลระหว่างการผลิตกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระจายความเสี่ยงที่เกิดจากการเปิดเสรีการค้าและการลงทุน และเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจยุคใหม่

2. การเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มสมรรถนะภาคการผลิตและบริการ โดยใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่ได้พัฒนาขึ้นแล้วให้คุ้มค่า และพัฒนาให้มีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐาน

“

รัฐบาลได้ตระหนักถึง

ความสำคัญของการเพิ่ม

ขีดความสามารถในการแข่งขัน

ของประเทศ โดยกำหนดเป็น

“วาระแห่งชาติ” ที่ทุกฝ่าย

ในสังคมจะจับตากัน

”

3. การผลักดันขบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศ โดยการพัฒนาเทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิตทั้งการพัฒนาเครือข่ายประสานความร่วมมือภาครัฐ เอกชน และประชาชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ

4. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระบบสหกรณ์ ให้เป็นฐานรากที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศ ตลอดจนเน้นความเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและบริการอย่างเป็นระบบครบวงจร

5. การปรับปรุงระบบเจรจาและความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศ ให้มีเอกภาพ เสริมสร้างอำนาจต่อรองของไทยในเวทีเศรษฐกิจการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

6. การส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานและ

กระจายรายได้ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย และการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

บทสรุป

การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 ดังกล่าวข้างต้น เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา ซึ่งต้องการความร่วมมือในทุกด้านทั้งในระดับมหภาค (Macro) และระดับจุลภาค (Micro) รวมทั้งความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ในการที่จะร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ตลอดจนการจัดแผนปฏิบัติการรองรับยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านที่กำหนดไว้ อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นโอกาสดีที่รัฐบาลชุดปัจจุบันได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการปรับตัวของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก ทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงได้กำหนดให้การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 เป็น “วาระแห่งชาติ” ที่ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมขับเคลื่อน เพื่อนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



ท่องเที่ยว

ทานตะวัน :

๑ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าจับตามอง



การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยจำนวนมหาศาล นับแสนล้านบาทต่อปี ซึ่งจัดว่าเป็นแหล่งสร้างรายได้สำคัญของประเทศที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว ดังปรากฏชัดเจนว่ารายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา

ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจนเป็นที่ประจักษ์แก่สายตาชาวโลก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่คงความสมบูรณ์และสวยงาม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีอันทรงคุณค่าที่ได้รับการอนุรักษ์และบูรณะอย่างดียิ่ง รวมทั้งชื่อเสียงของผลไม้ไทย กัญญาไม้ไทยที่มีคุณภาพดีเยี่ยม ประกอบกับ วิถีชีวิตความเป็นไทย และอัธยาศัยไมตรีอันดีของคนไทยที่หยิบยื่นให้แก่ผู้มาเยือน จึงเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง จนประเทศไทยถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเที่ยวมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงถึง 10.8 ล้านคน ในปี 2545 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2544 ที่มีจำนวน 10.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่งผลให้ภาคการบริการ โดยเฉพาะโรงแรมและภัตตาคารขยายตัวสูงขึ้นตามไปด้วย

การท่องเที่ยวมีความสำคัญจนถูกบรรจุไว้ในแผนชาติ

ชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวของไทยได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น เมื่อรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุง

พื้นที่ท่องเที่ยว พัฒนาระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาค และที่สำคัญที่สุดก็คือ การให้ความสำคัญกับภาคการบริการ โดยอาศัยจุดเด่นของคนไทย ที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ และมีความเต็มใจในการให้บริการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจประทับใจและเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยมากที่สุด เหตุผลดังกล่าวจึงเป็นจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยอยาก “เที่ยวทั่วไทย” รวมทั้งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติให้อยากเข้ามา “เที่ยวในเมืองไทย” ดังจะเห็นว่า ได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นับตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) เป็นต้นมาจนกระทั่งปัจจุบัน



ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือ “Eco-tourism” เริ่มได้รับความสนใจจากทุกฝ่ายมากยิ่งขึ้นซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งตัวนักท่องเที่ยว คนในชุมชน ตลอดจนภาครัฐและภาคเอกชนจะเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังครอบคลุมถึง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมในพื้นที่

นั้นด้วย ฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงนับเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นจุดที่ก่อให้เกิดประกายความคิดในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามมาด้วยเช่นกัน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความผูกพันกับวิถีชีวิตคนไทย

นอกจากวิถีชีวิตและความผูกพันของคนที่มีต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว วิถีไทยที่มีความผูกพันกับชีวิตความเป็นอยู่เกี่ยวกับการทำมาหากินดั้งเดิมที่อยู่คู่กับคนไทยและสังคมไทยมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ ก็คือ การเกษตร หรือเกษตรกรรม วิถีชีวิตของชาวนา ชาวไร่ ยังคงเป็นภาพชีวิตที่เจเนตาและยังคงมีให้เห็นในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศของแต่ละพื้นที่นับแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน แม้ว่าในปัจจุบันจะได้มีการนำวิทยาการหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการทำการเกษตรก็ตาม แต่ก็เป็นการพัฒนาที่ผสมกลมกลืนกับวิถีไทยได้อย่างลงตัว เพื่อเพิ่มคุณภาพและปริมาณผลผลิตให้ดีขึ้น เพียงพอดต่อความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดนั่นเอง

ปัจจุบันได้มีการนำแนวคิด เรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) เข้ามามีบทบาทในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากรายได้ที่ได้จากผลผลิตทางการเกษตร โดยการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะเน้นการชมความงามของพืชพรรณ เรือกสวน ไร่ นา ในท้องถื่นที่มีแหล่งชุมชนเกษตรที่แสดงให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียมประเพณี

ตลอดจนความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสกับกลิ่นอาย และบรรยากาศของการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย เช่น การทำไร่ ทำสวน การเลี้ยงสัตว์ การทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ สวนผลไม้ ตลอดจนการทำเกษตรที่เป็นการผสมผสานของธรรมชาติกับวิวัฒนาการสมัยใหม่

“

การท่องเที่ยว
เชิงเกษตร จึงเป็น
พื้นฐานในการส่งเสริม
ให้เกิดพัฒนาการ
ด้านการท่องเที่ยว
ในทิศทางที่ยั่งยืน
ได้เป็นอย่างดี โดย
ต้องมีการจัดการ
ที่ถูกต้องและเหมาะสม

”

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงเป็นพื้นฐานในการส่งเสริมให้เกิดพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี โดยต้องมีการจัดการที่ถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้ผลผลิตทางการเกษตรในบ้านเรานั้นมีข้อได้เปรียบกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของดิน น้ำและอากาศที่ส่งผลให้ผลไม้ไทยมีคุณภาพดีสามารถบริโภคได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ไม้ดอกไม้ประดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งกล้วยไม้ไทยก็มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก ทำให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่อยากเข้าไปสัมผัส เรียนรู้ ธรรมชาติและขั้นตอนการผลิตในแหล่งผลิตส่งผลให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวและกิจกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ตามมา

ทุ่งทานตะวัน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าจับตามอง

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่น่าจับตามองที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในช่วงต้นฤดูหนาวก็คือ เทศกาล “ทุ่งทานตะวันบาน” โดยมีแหล่งท่องเที่ยวหลักอยู่ในพื้นที่จังหวัดลพบุรีและจังหวัดสระบุรี ซึ่งเทศกาลทุ่งทานตะวันบานนี้จะเริ่มต้นในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนต่อเนื่องไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

ที่มงานวารสารเศรษฐกิจและสังคม จึงได้ให้ความสำคัญและนำกิจกรรม “ทุ่งทานตะวันบาน” มาเป็นตัวอย่าง เพราะทุ่งทานตะวันในพื้นที่แห่งนี้สามารถสร้างรายได้ให้เจ้าของไร่แต่ละแห่ง โดยสามารถเก็บค่าเช่าเยี่ยมชมได้ถึงสัปดาห์ละ 20,000-30,000 บาท กอปรกับเมล็ดทานตะวันยังเป็นพืชเศรษฐกิจ และเป็นพืชน้ำมันที่สำคัญของประเทศ ซึ่งผลผลิตในปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด นอกจากนี้ กระแสชีวิตยังเปิดโอกาสให้เมล็ดทานตะวันซึ่งมีคุณภาพสูงสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะแม่บ้านเกษตรกรให้มีรายได้เสริมเพิ่มขึ้น นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอีกด้วย

กระแสท่องเที่ยวสร้างแรงจูงใจให้ปลูกทานตะวันมากขึ้น

พื้นที่ในจังหวัดลพบุรีและสระบุรี เริ่มมีการปลูกทานตะวันมาตั้งแต่ปี 2528 โดยบริษัทแปซิฟิคเมล็ดพันธุ์ จำกัด ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่นี้มีการปลูกทานตะวันโดยการนำพันธุ์ลูกผสม แปซิฟิค 33 มาให้เกษตรกรปลูกในลักษณะของพืชไร่รุ่นที่ 2 หลังเก็บเกี่ยวพืชหลัก คือ ข้าวและข้าวโพด ทั้งนี้ในระยะแรกได้ประกันราคาซื้อในราคา กิโลกรัมละ 5 บาท ต่อมาเมื่อมีรายได้ดีขึ้น ชาวไร่จึงหันมาปลูกทานตะวันกันอย่างจริงจัง ซึ่งในเรื่องนี้ **คุณปราณี ฤทธิบุตร ประธานกลุ่มแม่บ้านเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์** ได้เล่าให้ทีมงานฟังว่า เนื่องจากผู้ว่าราชการจังหวัดสระบุรี คือ นายนิรันดร์ พานิชกิจ ซึ่งดำรงตำแหน่งในขณะนั้น ได้พยายามผลักดันให้จังหวัดสระบุรีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวของประเทศที่มีทุ่งทานตะวันเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ โดยท่านได้ส่งเสริมให้ชาวไร่ปลูกทานตะวันในเกือบทุกอำเภอของจังหวัดสระบุรี ดังจะเห็นได้จากปฏิทินการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เชิญชวนนักท่องเที่ยวมาชมเทศกาลทุ่งทานตะวันบานในจังหวัดสระบุรี จนกลายเป็นประเพณีของจังหวัด ซึ่งจะเริ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี



ผลของการประชาสัมพันธ์เทศกาลทานตะวันบานจนมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ กอปรกับความงาม ความสดใสดอกทานตะวันที่ได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาแวะชมความงาม และเก็บภาพแห่งความประทับใจไว้ได้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาเยี่ยมชมมากขึ้น ทำให้เกิดกิจกรรมการเข้าเยี่ยมชมไร่ ซึ่งในระยะแรกนั้น ชาวไร่ในจังหวัดสระบุรีปลูกทานตะวันเพื่อเก็บเกี่ยวเมล็ดไปจำหน่ายเท่านั้น แต่การที่นักท่องเที่ยวลงไปเยี่ยมชมเพื่อถ่ายภาพในแปลงปลูกจำนวนมากขึ้นจนทำให้ผลผลิตเสียหาย จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ชาวไร่เก็บค่าเข้าชมจาก

นักท่องเที่ยวรายละ 5-10 บาท ส่งผลให้เกิดรายได้จากการเก็บค่าเข้าชมชมทุ่งทานตะวัน เฉพาะช่วงวันเสาร์และอาทิตย์สูงมากถึง 20,000-30,000 บาทต่อแปลง รายได้จำนวนมากต่อสัปดาห์จากการเก็บค่าเข้าชมทุ่งทานตะวันที่ชาวไร่ได้รับ ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นรายได้ที่สูงกว่าการจำหน่ายเมล็ดทานตะวัน จึงเป็นจุดที่จูงใจให้เกษตรกรหันมาปลูกทานตะวันกันมากขึ้น ซึ่งในเรื่องนี้ **คุณสุขเกษม จิตรสิงห์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แปซิฟิคเมล็ดพันธุ์ จำกัด จ.สระบุรี** ได้เล่าให้ทีมงานฟังว่า การปลูกทานตะวันในประเทศไทยในระยะแรกมีพื้นที่ปลูกเพียง 500 ไร่ แต่ในปัจจุบันพื้นที่ปลูกทานตะวันทั่วประเทศมีจำนวนถึง 500,000 ไร่ โดยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ลพบุรี นครสวรรค์ และนครราชสีมา ทั้งนี้ การที่พื้นที่ปลูกทานตะวันมีจำนวนมากขึ้นส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั่นเอง

เทศกาลทุ่งทานตะวันสร้างรายได้แก่คนในชุมชน

การที่จังหวัดสระบุรีได้ประชาสัมพันธ์เทศกาลทุ่งทานตะวันบานจนมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศนี้ ยังเป็นการจุดประกายให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่องที่สร้างชื่อเสียงและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งได้ส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านที่มีผู้นำหัวก้าวหน้าพยายามคิดค้นหาประโยชน์ที่จะได้จากทานตะวันเพื่อให้อสอดคล้องกับเทศกาลจึงเกิดกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทานตะวัน จนกระทั่งเกิดเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สร้างชื่อเสียงไปทั่วประเทศ ก็คือ น้ำดอกทานตะวัน น้ำสมุนไพรน้องใหม่ ที่มีคุณค่าทางอาหารสูงและมีวิตามินที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นอีก อาทิ คุณก็เมล็ดทานตะวัน เมล็ดทานตะวันอบเกลือ น้ำผึ้งดอกทานตะวัน และยังก้าวสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ก็คือ การคิดค้นนำเมล็ดทานตะวันมาใช้ประโยชน์ด้านความงาม โดยการร่วมมือกับนักวิชาการในจังหวัดพัฒนาผลิตภัณฑ์ความงามภายใต้ชื่อ O-SUN ซึ่งประกอบด้วย ครีมบำรุงผิว และสบู่

คุณปรานี ฤทธิบุตร ประธานกลุ่มแม่บ้านเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ผู้คิดค้นผลิตภัณฑ์ น้ำดอกทานตะวันขึ้นเป็นเจ้าแรกของประเทศ ได้ย้อนอดีตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทานตะวันให้ฟังว่า เกิดจากความต้องการช่วยเหลือกันในกลุ่มซึ่งส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการก่อสร้างเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ให้มีรายได้ และมีงานทำตลอดปี นอกเหนือจากการทำไร่ จึงเริ่มมองจากสิ่งใกล้ตัวก่อนว่ามีวัตถุดิบอะไรในพื้นที่ “แรกๆ เริ่มมองที่ ‘กล้วย’ เพราะมีกล้วยปลูกตามหัวไร่ปลายนาเยอะ จึงนำมาแปรรูปเป็นกล้วยอบ แต่ก็มีปัญหาขึ้นมาอีกเพราะเตาอบระเบิดทำให้แม่บ้านได้รับบาดเจ็บ ทางกลุ่มก็เลยหยุดไป แล้วเริ่มมาคิดกันว่า จังหวัดเรามีชื่อเสียงเรื่องทานตะวัน เรายังจะเริ่มจากตรงนี้ จึงเริ่มศึกษาข้อมูลว่าทานตะวันมีประโยชน์อย่างไร สามารถใช้ส่วนใดมาทำประโยชน์ได้บ้าง ก็พบว่า ทานตะวันเป็นพืชที่ให้คุณค่าทางอาหารสูงมาก มีแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์กว่า 28 ชนิด มีวิตามิน 16 ชนิดและสารอาหารต่าง ๆ

“

ทุ่งทานตะวัน เป็นอีก
ตัวอย่างหนึ่งของ
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ที่สามารถยืนยัน
ถึงการนำศักยภาพ
ที่เป็นความได้เปรียบ
ที่มีอยู่แล้วบนวิถีชีวิต
ความเป็นไทย มาพัฒนา
ได้อย่างเหมาะสมกับ
ศักยภาพของประเทศ

”

จำนวนมาก รวมทั้งสามารถนำประโยชน์จากทานตะวันมาใช้ได้ตั้งแต่รากจรดปลายดอก
จุดนี้จุดประกายให้เราเริ่มต้นที่จะใช้ประโยชน์จากเกสรดอกทานตะวันมาทำเป็นน้ำ
ดอกทานตะวัน ช่วงทดลองในระยะแรก ทางกลุ่มฯ นำไปให้ท่านผู้ว่าฯ ชิม แล้วท่านก็ประสาน
สื่อมวลชนมาดูวิธีทำ ประกอบกับทางกลุ่มฯ นำน้ำดอกทานตะวันไปรับรองแขกในงานสำคัญๆ
ของจังหวัด และจัดจำหน่ายในช่วงเทศกาลทานตะวันบาน ทำให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง
ไปทั่วประเทศในช่วงปี 2544 ที่สำคัญก็คือ เราได้ระบุถึงประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการ
ที่ได้จากทานตะวันทำให้สินค้าเราได้รับความสนใจของตลาดมากยิ่งขึ้น รวมทั้งน้ำดอก
ทานตะวันของกลุ่มแม่บ้านเขื่อนป่าสักฯ ได้จดสิทธิบัตรกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาและ
ได้รับการรับรองจาก อย. แล้ว นี่เป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปทานตะวัน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์
ตามมาอีกหลายอย่าง อาทิ คุณก็เมล็ดทานตะวัน เมล็ดทานตะวันอบเกลือ น้ำผึ้งดอกทานตะวัน
และเครื่องสำอาง ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น”

ทานตะวัน พืชเศรษฐกิจที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาดเมืองไทย

ทานตะวันเป็นพืชน้ำมันมีความสำคัญรองจากถั่วเหลือง และเรพซีด โดยในระดับ
โลกมีอาร์เจนตินา รัสเซีย สหรัฐอเมริกาและอินเดีย เป็นแหล่งผลิตใหญ่ สำหรับ
สถานการณ์ทานตะวันในประเทศไทยนั้น **คุณสุขเกษม จิตรสิงห์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท
แปซิฟิคเมล็ดพันธุ์ จำกัด จ.สระบุรี ได้เล่าให้ทีมงานฟังว่า ปัจจุบันประเทศไทยเรานำเข้า
เมล็ดทานตะวันประมาณปีละ 10,000 ตัน เนื่องจากผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอ ซึ่งส่วน
ใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องที่ต้องใช้น้ำมันทานตะวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ปลาทูน่ากระป๋อง ปัจจุบันความต้องการเมล็ดทานตะวันใน
ตลาดยังมีสูงมาก โดยเฉพาะเพื่อผลิตน้ำมัน ซึ่งแต่ละโรงงานมีความต้องการสูงถึงวันละ 1,000 ตัน
และหากไทยเราสามารถผลิตได้ 200,000 ตัน ก็จะสามารถลดการนำเข้าจากต่างประเทศได้
นั่นหมายถึงเราต้องเพิ่มพื้นที่ปลูกอีกประมาณ 2-3 ล้านไร่

นอกจากนี้ คุณสุขเกษม ยังได้ย้ำให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์จากทานตะวันว่า
ทานตะวันเป็นพืชน้ำมันประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก น้ำมันทานตะวัน
นอกจากจะใช้บริโภคในรูปของน้ำมันสกัดและน้ำมันปรุงอาหารแล้วยังนิยมใช้ในอุตสาหกรรม
ทำเนยเทียม สบู่ สี น้ำมันชักเงา เครื่องสำอาง นอกจากนี้ ลำต้นหรือจวนดอกสามารถนำไปเผา
เป็นขี้เถ้าใช้เป็นเชื้อเพลิงในอุตสาหกรรมหลอมเหล็กได้อีกด้วย เนื้อเยื่อจากลำต้นใช้ทำกระดาษ
กากที่เหลือจากการสกัดน้ำมันมีโปรตีนสูงถึงร้อยละ 25-30 สามารถนำไปใช้เป็นอาหารสัตว์ได้

บทสรุป

ทุ่งทานตะวัน เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่สามารถยืนยันถึง
การนำศักยภาพที่เป็นความได้เปรียบที่มีอยู่แล้วบนวิถีชีวิตความเป็นไทย มาพัฒนาได้
อย่างเหมาะสมกับศักยภาพของประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสนับสนุนในเรื่องการท่องเที่ยว
แล้ว ยังสามารถจุดประกายความคิดของคนในชุมชน ให้รู้จักประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา
ท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างรายได้ที่เหมาะสมกับโอกาส พื้นที่ และชุมชน
ตลอดจนยังสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องทางการเกษตรในประเทศได้
อีกด้วย หากชุมชนสามารถดึงศักยภาพที่มีอยู่ของชุมชนมาบริหารจัดการให้ดี สามารถ
ดำเนินงานได้ครบวงจรแล้วย่อมมีส่วนผลักดันให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้นได้เช่นกัน



อุตสาหกรรมยานยนต์กับ เศรษฐกิจไทย

“

การขยายตัวของ
อุตสาหกรรมยานยนต์
เกี่ยวข้องกับการมีงานทำ
และคุณภาพชีวิตของคน
หลากหลายอาชีพ เป็นลูกโซ่
ต่อเนื่องกันไป



”

รถยนต์ จักรยานยนต์ : สินค้าที่ใคร ๆ ต้องการ

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งความเร่งรีบ ความเร็วเป็นความจำเป็นแทรกอยู่ในเรื่องต่างๆ จนทำให้รถยนต์และรถจักรยานยนต์ ถือเป็นปัจจัยที่ 5 ของคนเมือง และคนในภูมิภาค สัมกับที่นักเศรษฐศาสตร์ถือว่า Economy of Speed เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน อะไรที่ช่วยลดเวลา ย่นระยะทาง จึงเป็นที่ต้องการของคนในทุกท้องถิ่น ทำให้ไม่น่าแปลกใจเลยเมื่อเศรษฐกิจเริ่มฟื้น บ้านซึ่งเป็นปัจจัยที่ 4 (อสังหาริมทรัพย์) และรถยนต์/จักรยานยนต์เริ่มขายดีก่อนอื่น (เนื่องจากมาตรการรัฐบาลที่ใส่เข้าไปในภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อฟื้นภาคอสังหาริมทรัพย์ ถือได้ว่าเป็น

มาตรการที่โดนใจคนที่อยากมีบ้านซึ่งมีรายได้ชั้นกลาง-ต่ำอย่างมาก) ตามข่าวเศรษฐกิจที่รายงานตัวเลขการขยายตัวของยอดขายบ้าน ยอดจองบ้านเอื้ออาหารและยอดขายรถที่น่าตื่นเต้น และมีความหวัง

ที่บอกว่ามีความหวังนั้น น่าดีใจว่าเป็นความหวังของคนหลาย ๆ กลุ่มมิใช่ความหวังของคนแค่กลุ่มเดียว ตัวอย่างเช่น รัฐบาล ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบความอยู่ดีมีสุขของคนในประเทศ ก็เริ่มมองเห็นแว่วว่าคนจำนวนมากในอุตสาหกรรม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะมีรายได้ มีงานทำ ด้วยความเชื่อมั่นว่าจะไม่ตกราง เงินเดือนขึ้น มีโบนัส ฯลฯ มากขึ้น เป็นแหล่งภาษีที่จะย้อนกลับมาพัฒนาประเทศต่อไป ในส่วนของ

อุตสาหกรรมยานยนต์นั้น การผลิตรถยนต์ หรือ จักรยานยนต์ 1 คัน จะมีอุตสาหกรรมเชื่อมโยงมากมาย การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ จึงเกี่ยวข้องกับการมีงานทำและคุณภาพชีวิตของคนหลากหลายอาชีพ เป็นลูกโซ่ต่อเนื่องกันไป

สายโซ่ทางเศรษฐกิจและแหล่งรายได้ของคนหลายหมู่เหล่า

ประเทศไทยมีพัฒนาการด้านอุตสาหกรรมยานยนต์มาตั้งแต่ปี 2504 ทำให้มีการสะสมเทคโนโลยีและสร้างบุคลากรในวงการยานยนต์จำนวนมาก รวมทั้งความได้เปรียบของที่ตั้งของประเทศซึ่งอยู่ในศูนย์กลางของภูมิภาค ประกอบกับเสถียรภาพทางการเมือง

และนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นไปอย่างเสรี ทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการเชื่อมโยงกัน จนเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังจะเห็นได้ว่าการผลิตรถยนต์และธุรกิจรถยนต์ ประกอบด้วยกลุ่มที่เกี่ยวข้องหลัก ๆ เป็นจำนวนมากถึง 9 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ประกอบรถยนต์ 15 บริษัท ประกอบด้วยโรงงาน 16 โรงงาน
2. ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ 5 บริษัท ประกอบด้วยโรงงาน 5 โรงงาน
3. ผู้ประกอบรถยนต์ดัดแปลง 3 ราย
4. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 1,709 ราย
5. บริษัทแม่ผู้จัดจำหน่าย 15 ราย และผู้แทนจำหน่าย (Dealer) อีกจำนวนมาก
6. กลุ่มธุรกิจบริการหลังการขาย ได้แก่ กลุ่มผู้แทนจำหน่าย 1,052 ราย อยู่และศูนย์ซ่อมบริการรถยนต์ 1,200 ราย
7. กลุ่มธุรกิจต่อเนื่องอื่น ๆ เช่น กลุ่มเช่าซื้อ ขายรถมือสอง บริการขนส่งสินค้าทางเรือและทางอากาศ ฯลฯ
8. กลุ่มธุรกิจการเงินการธนาคาร
9. กลุ่มสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยผู้ผลิตบุคลากร หน่วยงานฝึกอบรม กลุ่มสมาคมและสถาบันเฉพาะทางต่าง ๆ

(แหล่งข้อมูล : สํารวจโดยสถาบันยานยนต์)

จากโครงสร้างข้างต้น จึงยืนยันได้เป็นอย่างดีว่าการผลิตรถ 1 คัน กว่าจะมาถึงมือเราหรือท่าน ทำให้มีผู้คนมีงานทำหลากหลายหน้าที่ ทั้งทำรายได้มาก หรือรายได้น้อย ทั้งในภาคการ

๑๑

ปัจจุบัน

กลุ่มผู้ผลิตรถยนต์

5 ค่ายใหญ่

ได้เข้ามาตั้งฐานการผลิต

อยู่ในประเทศไทยแล้วทั้งหมด

๑๑

ผลิตและบริการ ต่อเนื่องจนกระทั่งถึงสถานศึกษาที่ต้องผลิตบุคลากรมาป้อนให้โรงงานเป็นช่าง วิศวกร นักบัญชี นักการตลาด ผู้บริหาร นักวิจัย ช่างซ่อมตามอู่ซ่อม คนขับรถ คนส่งเอกสาร ฯลฯ จึงจะเห็นได้ว่าสายโซ่ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ตั้งแต่การผลิตจนกว่าจะได้รถยนต์ 1 คัน ไปจนถึงการขายให้ผู้บริโภค และกระบวนการหลังการขาย ไปจนหมดอายุการใช้งานของรถยนต์คันนั้น รวมถึงการพัฒนาเครื่องยนต์รุ่นใหม่ ๆ ขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับในอนาคต จึงเป็นสายโซ่ที่ยาวและเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก มากกว่าสถิติเบื้องต้นที่สถาบันยานยนต์แสดงตัวเลขไว้ว่า มีการจ้างงานในโรงงานประกอบรถยนต์ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนพลาสติก ยางรถยนต์ แม่พิมพ์ อยู่ประมาณ 1.2 แสนคน เพราะตลอดสายโซ่ยังมีงานในสาขาบริการทั้งการเงิน ขนส่ง บริการหลังการขายอีกจำนวนมาก ฉะนั้นเมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ฟุบตัวลงในช่วงวิกฤตผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้างจึงมีมาก

กำลังการผลิตและตลาดรถยนต์ในประเทศไทย

กำลังการผลิตรถยนต์ทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2542 (1999) มีจำนวน 60 ล้านคัน มีกำลังการผลิตหลักอยู่ใน 3 ทวีป คือ ยุโรป อเมริกา และ เอเชีย จำนวน 22.22 และ 10 ล้านคัน ตามลำดับ ทั้งนี้มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2548 (2005) จะมีกำลังการผลิตรวมทั่วโลกประมาณ 70 ล้านคัน โดยเอเชียและอเมริกาจะมีกำลังการผลิตเป็นอันดับ 1 เท่ากัน จำนวนทวีปละประมาณ 24 ล้านคัน ส่วนยุโรปจะยังคงมีกำลังส่งการผลิตอยู่ที่ 22 ล้านคันเท่าเดิม

การผลิตดังกล่าวประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิต 5 ค่ายใหญ่ๆ ได้แก่ GM Group, Ford Group, Daimler Chrysler Group, Toyota Group และ VW Group โดยมี GM Group เป็นผู้ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดจากยอดขายรวมทั่วโลกในปี พ.ศ. 2543 จำนวน 52.85 ล้านคัน คือ ประมาณ 12 ล้านคัน ปัจจุบันค่ายเหล่านี้ได้เข้ามาตั้งฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทยแล้วทั้งหมด โดยมีกำลังการผลิต และจำนวนบริษัทในเครือ ดังรายละเอียดตามตารางแสดงกำลังการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยเทียบกับโลก (ดูตาราง 1-2 ประกอบ)



ตารางที่ 1 : โครงสร้างอุตสาหกรรมรถยนต์

โครงสร้าง Original Equipment Manufacturer: OEMs

Major Vehicle Manufacturer	World Production Unit*	OEM	Distribution	Capacity Units	Type of Vehicle	Model
1. Toyota	5.78 m	Toyota Motor (Thailand)	Toyota Motor (Thailand)	100,000 140,000	Passenger car Pick-up	Toyota
2. GM	9.22 m	General Motor (Thailand) Co., Ltd Isuzu Motor (Thailand) Co., Ltd	-Chevrolet (Thailand) Co., Ltd -Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd	40,000 180,000	Passenger car Pick-up, truck	Chevrolet Zafira Isuzu
3. Ford (Mazda)	8.11 m	Auto Alliance (Thailand) Co., Ltd Thai Swedish Assembly Co., Ltd.	-Ford Sales and Service Thailand Co., Ltd -Mazda Sales Thailand Co., Ltd -Swedish Motor Pcl.	135,000 6,000	Pick-up Passenger car	Ford Ranger Mazda Fighter Volvo
4. Daimler Chrysler	5.89 m	Bangchan Thonburi MMC Sittipol	Daimler Chrysler (Thailand) Co., Ltd MMC Sittipol	23,000 20,000 190,000	OPV Passenger car PC, PU, Truck	Jeep Cherokee Mercedez Benz Mitsubishi
5. Volkswagen	5.16 m	Y.M.C. Assembly	Yontrakit Volkswagen Marketing	12,000	Passenger car	- Peugeot - Volkswagen Passat - Audi
6. Renault Nissan	5 m	Siam Motor Siam Nissan	Siam Motors & Nissan Sales Co., Ltd	60,000 50,000	Passenger car OPV, Pick-up	Nissan Suzuki
7. Honda	2.37 m	Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.	Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd	100,000	Passenger car	Civic Accord
8. BMW	1.3 m	BMW Manufacturing (Thailand) Co., Ltd	Bayerische Motoren Werke (Thailand) Co., Ltd	10,000	Passenger car	BMW

ตารางที่ 2 : กำลังการผลิตของประเทศไทย

Total Production Capacity (Units)	
Passenger Cars	348,000
OPV/Pickup/Truck	718,000
Total	1,066,000

ในปี พ.ศ. 2545 (2002) ประเทศไทยมีกำลังการผลิตรถยนต์รวม 1.066 ล้านคัน ประกอบด้วยรถยนต์นั่งจำนวน 3.48 แสนคัน และรถปิกอัพ รถบรรทุก และรถอื่นๆ จำนวน 7.18 แสนคัน โดยมีการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 40 จะเห็นได้ว่ามีทั้งค่ายผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลกจากค่ายตะวันตก ยุโรป และอเมริกา เข้ามาวางฐานการผลิตไว้ในประเทศไทยแล้วทั้งสิ้น แสดงให้เห็นว่าภาพของประเทศไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นที่ต้องตาต้องใจนักลงทุนด้านยานยนต์ของโลกอยู่มากทีเดียว (ดูตาราง 1-2 ประกอบ)

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบภาวะตลาดรถยนต์ในประเทศไทย สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้ ภาวะตลาดรถยนต์ปี 2545 มีการจำหน่ายรถยนต์ 584,951 คัน โดยส่งออก 175,485 คัน เปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายสูงสุดก่อนภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ คือปี 2539 ที่มียอดจำหน่ายภายในประเทศ 589,126 คัน ส่งออก 14,000 คัน และเปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายตกต่ำสุดในปี 2541 คือ 144,000 คัน ส่งออก 66,700 คัน ภาวะตลาดรถจักรยานยนต์ ยอดการจำหน่ายสูงสุดในปี 2538 คือ 1,417,195 คัน ยอดการจำหน่ายตกต่ำที่สุดในปี 2541 คือ 525,845 คัน ส่งออก 244,546 คัน ในขณะที่ในปี 2545 ยอด

การจำหน่ายจำนวน 1,270,000 คัน ส่งออก 710,000 คัน ภาวะตลาดชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในปี 2544 มูลค่าการส่งออก 57,957 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2545 มูลค่าการส่งออก 80,000 ล้านบาท

อนาคตการเป็นดีทรอยท์แห่งเอเชีย

ประเทศไทยตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะเป็นดีทรอยท์แห่งเอเชีย หมายความว่า ถ้าพูดถึงรถยนต์ในเอเชีย ก็จะต้องนึกถึงประเทศไทย (ขณะนี้ประเทศไทยผลิตรถยนต์เป็นลำดับที่ 17 ของโลก แต่เป็นอันดับที่ 1 ของโลกในการผลิตรถยนต์ปีค้อพขนาด 1 ตัน) การที่จะทำให้ปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นให้ได้ นั้น ประเทศไทยจะต้องก้าวขึ้นสู่ทางเลือกที่ตั้งเป้าไว้ในอีก 3 ปีข้างหน้า (2549) นั่นก็คือจะต้องทำเรื่องสำคัญๆ 4 เรื่อง ดังนี้

1. **ผลิตรถยนต์มากกว่า 1 ล้านคันต่อปี** ประกอบด้วยรถปิกอัพ 1 ตันประมาณ 7 แสนคัน (คือใช้กำลังผลิตเต็มประสิทธิภาพ) จะทำการส่งออกมากกว่า ร้อยละ 40 มีมูลค่าการผลิตมากกว่า 5 แสนล้านบาท

2. **ผลิตรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปมากกว่า 2.5 ล้านคันต่อปี** **ผลิตชิ้นส่วน CKD ส่งออกมากกว่า 2.5 ล้านชุดต่อปี** มีมูลค่าการผลิต

มากกว่า 1 แสนล้านบาท

3. **ผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ REM และ OEM ที่มีคุณภาพมาตรฐาน** เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ มีมูลค่าส่งออกมากกว่า 2 แสนล้านบาท และ

4. **มีความสามารถออกแบบวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ** โดยมีมูลค่าเพิ่มในประเทศมากกว่าร้อยละ 60

หากประเทศไทยประสบความสำเร็จตามเป้าหมายข้างต้น ก็หมายความว่า ในปี พ.ศ. 2549 เราจะมีผลผลิตจากอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างน้อยปีละ 8 แสนล้านบาท โดยมีผลประโยชน์ที่เป็นของคนไทยจริง ๆ อย่างน้อยร้อยละ 60 และจะยังมีรายได้จากกิจกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ ในสาขาการบริการอีกจำนวนมาก นั่นหมายถึงแหล่งงานและรายได้ของคนไทยในหลากหลายกลุ่มสาขาอาชีพ และเหนือสิ่งอื่นใด ก็คือ การที่เราเกาะติดอยู่กับเทคโนโลยีชั้นนำของโลก ทั้งในด้านวิศวกรรม การบริหารจัดการ การขนส่ง (Logistic) การตลาด เป็นต้น

ในด้านความเป็นไปได้ของเป้าหมายในการเป็น ดีทรอยท์แห่งเอเชีย นั้น **คุณนิพนธ์ ไชยธีรภิญโญ** รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้กรุณาให้ข้อวิเคราะห์ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ไว้ดังนี้

“จุดแรกที่จะทำให้ประเทศไทยเป็น ดีทรอยท์แห่งเอเชีย คือในสมัยท่านนายอานันท์ฯ ในปี 1991 ท่านลดภาษีนำเข้าลงมาเยอะนั้นเป็นจุดที่ 1 ส่วนจุดที่เป็น turnig point จุดที่ 2 คือปี 1997 ในขณะที่มีกำลังการผลิต 1 ล้านคันในปีนั้น เพราะว่าในตอนที่เกิดดี

“

ประเทศไทยมีฐานที่ดี

ในการที่จะก้าวไปสู่การเป็น

ดีทรอยท์แห่งเอเชีย

เป็นอย่างยิ่ง

”



ทรอยท์แห่งเอเชีย ครั้งแรก 1991-1992
สภาพพัฒนาฯ ได้ประมาณการณั้ ว่าปี
2000 ประเทศไทยต้องมียอดขาย หรือ
ผลิตรถยนต์ 1 ล้านคัน ทุกคนจึงเร่ง
ขยายกำลังการผลิต ซึ่งก็มาผลในปี
1997-1998 ซึ่งมีกำลังผลิตเกือบล้านคัน
แต่เมื่อฟองสบู่แตกในปี 1997 ปี 1998
เป็น bottom เลย ยอดขายเหลือ
144,000 คัน อันนี้เป็นจุดดีของ
ประเทศไทย เพราะกำลังการผลิต
เหลือมาก ทุก brand ก็พยายามหนีตาย
ก็คือต้องเน้นส่งออก และขณะ
เดียวกันต้องรักษาคนงานไว้ ซึ่งตอน
นั้นคาดว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวใน 2 ปี
ทุกคนจึงพยายามเจรจากับบริษัทแม่
ให้ช่วยเรื่องส่งออก เพื่อรักษาคนงาน
ไว้ซึ่งเป็นจุดดีมาก เพราะฉะนั้นตั้งแต่ปี
1998 เป็นต้นมา การส่งออกของเราดี

มาตลอด จนถึงปีที่แล้วการส่งออก peak
ที่ 175,000 คัน รวมมูลค่าการส่งออก
รวมกับเครื่องยนต์ และจักรยานยนต์
เรามีมูลค่าการส่งออกประมาณ
125,000 ล้านบาท”

จากประสบการณ์ที่ยาวนาน
ของประเทศไทยในวงการธุรกิจยาน
ยนต์ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า
ประเทศไทยมีฐานที่ดีในการที่จะก้าว
ไปสู่การเป็นดีทรอยท์แห่งเอเชีย
เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเรามีคนใน
อุตสาหกรรม มีฐานการผลิตที่เข้มแข็ง
ซึ่งทำการส่งออกอยู่จำนวนมาก
อย่างไรก็ดี ประเทศไทยจะต้องทำการ
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันใน
5 เรื่องที่สำคัญ ตามที่คุณนิพนธ์ฯ ได้
ฝากไว้ว่า

“ขีดความสามารถในการแข่ง

ขันนั้นวัดกันที่ 5 ตัว คือ QCDEM โดยที่
Q คือ Quality C คือ Cost D คือ Delivery
ซึ่งสมัยก่อนเราดูแค่ 3 ตัวแรกเท่านั้น
แต่สมัยใหม่ต้องดูเพิ่มอีก 2 ตัว ก็คือ E
กับ M โดย E คือ Engineering และ M
คือ Management เวลาวัดเดี๋ยวนี้อาจ
วัด 5 ตัวนี้ว่าจะสู้เขาได้หรือไม่ได้”

โดยสรุป ถ้าภาคเอกชนและ
รัฐบาล ร่วมมือร่วมใจกันเพิ่มความ
เข้มแข็งให้อุตสาหกรรมยานยนต์
สามารถแข่งขันได้ ทั้งในเรื่องต้นทุน
คุณภาพ และการส่งมอบสินค้าที่ทัน
เวลา มีการวิจัย และพัฒนาทาง
วิศวกรรมที่ทันสมัย และมีการบริหาร
จัดการที่แข่งขันได้แล้ว ประเทศไทยก็
สามารถก้าวสู่การเป็นดีทรอยท์แห่ง
เอเชียได้อย่างแน่นอน



หมายเหตุ บทความนี้เรียบเรียงโดยอาศัยข้อมูลจากสถาบันยานยนต์กระทรวงอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ บทสัมภาษณ์นายนิพนธ์
ไชยธีรภิญโญ รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย : โอกาสสู่ศูนย์กลางแฟชั่นโลก



ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยได้พัฒนาการจากที่เคยผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก แล้วสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยในแต่ละปีถึงกว่าแสนล้านบาทนั้น...มาถึงวันนี้ อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต้องเจอศึกหนัก เพราะหากนับถอยหลังไปอีก 2 ปีข้างหน้า ซึ่งจะมีการยกเลิกระบบโควตาและปล่อยให้อุตสาหกรรมประเภทนี้เข้าสู่ระบบการค้าเสรีนั้นคือสัญญาณเตือนภัยผู้ประกอบการไทยว่า จะต้องรับสภาพการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศที่ทวีความเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากชาวต่างชาติจะสามารถเข้ามาลงทุนและทำการค้าในประเทศไทยได้อย่างเสรี จนอาจทำให้ธุรกิจหลายแห่งต้องปิดตัวลงได้ ถ้าไม่เร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับสภาพดังกล่าวตั้งแต่นี้

หากใครที่สนใจติดตามข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงสิ่งทอแล้วจะพบว่า ทุกวันนี้เริ่มมีหลายฝ่ายนับตั้งแต่ฝ่ายรัฐบาล หน่วยงานของรัฐ ตลอดจนจนฝ่ายเอกชน ได้พยายามร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยเห็นพ้องกันว่า จะต้องปรับตัวไปสู่ทิศทางที่เป็นอุตสาหกรรมแฟชั่นของโลก ด้วยมีความเชื่อมั่นว่า หมดยุคสมัยแล้ว ที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจะต่อสู้กับประเทศคู่แข่งโดยอาศัย **“ความได้เปรียบ”** จากแรงงานถูกเป็นหลักเช่นอดีต แต่จะต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยหันมา **พัฒนาคุณภาพการออกแบบ สร้างตราสินค้าให้เป็นของไทยเอง** จึงจะเป็น **“ความเก่ง”** ที่สามารถใช้เป็นอาวุธในการต่อสู้กับคู่แข่งแล้วจะทำให้อุตสาหกรรมนี้อยู่รอด ตลอดจนถึงยังสามารถสร้างรายได้ที่สูงขึ้นต่อไปได้

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจะก้าวไกลไปถึงการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นโลกได้หรือไม่นั้น ท่านสามารถติดตามและวิเคราะห์ไปพร้อมๆ กับบทความเรื่อง **“อุตสาหกรรมสิ่งทอ : โอกาสสู่ศูนย์กลางแฟชั่นโลก”** โดยคุณสุชาติ จันทรานาคราช นายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ผู้ซึ่งคลุกคลีอยู่ในวงการนี้มายาวนานกว่า 30 ปี ได้ให้เกียรติมาแสดงความคิดเห็นพร้อมชี้แนะถึงประเด็นสำคัญๆ เกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

“สิ่งทอ” มีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย

“สิ่งทอไทย” นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ ทั้งยังมีความเชื่อมโยงกันอย่างครบวงจรของกระบวนการผลิต นับตั้งแต่ **อุตสาหกรรม**

ต้นน้ำ อันหมายถึง การผลิตเส้นใย ทั้งที่เป็นเส้นใยจากธรรมชาติ อาทิ การปั่นด้าย และเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งจะเป็นวัตถุดิบสำหรับ**ป้อนอุตสาหกรรมกลางน้ำ** อันได้แก่ การทอผ้า ถักผ้า ฟอกย้อมพิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ จากนั้นก็เชื่อมโยงไปยัง**อุตสาหกรรมปลายน้ำ**คือ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จากโครงสร้างดังกล่าว อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยไม่น้อย โดยสามารถนำตัวเลขต่างๆ ที่ปรากฏในปี 2544 มาพิจารณาให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นก็คือ จากโรงงานที่ผลิตเส้นใยเส้นด้าย ทอผ้า ถักผ้า และเครื่องนุ่งห่มที่มีอยู่ทั้งหมด 4,139 โรงงาน มีการจ้างงาน 1,034,790 คน ปริมาณการผลิต 2,844.5 พันตัน มูลค่าการส่งออกรวม 206,182.90 ล้านบาท และมีมูลค่าการนำเข้ารวม 90,430.10 ล้านบาท¹ สามารถบ่งบอกถึงความสำคัญได้ว่า ในแง่ของการ**สร้างรายได้**ให้แก่ประเทศ ซึ่งพิจารณาได้จากผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่มีอยู่จำนวน 5,123,418 ล้านบาท²

การส่งออกสิ่งทอไทยมีส่วนช่วยสร้างรายได้ให้ประเทศอยู่ 5 % ขณะเดียวกันก็ยังมี**ความสำคัญ**ในแง่ของการจ้างงานอีกด้วย เมื่อนำตัวเลขการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอไปเปรียบเทียบกับตัวเลขการจ้างงานที่มีอยู่ทั้งหมด 32,104,300 คน³ พบว่า อุตสาหกรรมนี้ได้มีส่วนช่วยให้คนไทยมีงานทำถึง 3.2 %

สิ่งทอไทยโตได้ด้วยปัจจัยภายนอกหนุนส่ง

แม้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอได้มีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยมานานหลายทศวรรษ โดยพบว่ามีรายได้หลักของอุตสาหกรรมสิ่งทอนั้นได้มาจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นสำคัญ ซึ่งในแต่ละปีเรามีการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากถึง 3,150 ล้านเหรียญสหรัฐหรือ 120,000 - 130,000 ล้านบาท ดังนั้น จึงย่อมมีส่วนโดยตรงที่จะช่วยกระตุ้นให้อุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำขยายตัวตามมา แต่ที่ผ่านมาลักษณะการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบของ**ผู้รับจ้างผลิตสินค้า** (Original Equipment Manufacturer - OEM) ให้แก่ยี่ห้อต่างๆ ของโลกถึงกว่า 90 % ที่ได้ส่งออกทั้งหมดจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้มากเท่าที่ควร

หากพิจารณาต่อไปอีกว่าเพราะเหตุใดไทยจึงสามารถ**ส่งออกสิ่งทอ**ได้มากมายเช่นนั้น คงมีคำตอบที่พอสรุปได้ว่า ที่ผ่านมายุ่งใยยังโชคดีที่มี**ปัจจัยภายนอกเกื้อหนุน**เป็นหลัก โดย “**สุชาติ จันทรานาคราช**” ได้วิเคราะห์ว่ามีอยู่ 2 ปัจจัยคือ

ปัจจัยที่ 1 มีระบบโควตาควบคุม เพราะนับจากที่เริ่มมีการกีดกันทางการค้าสิ่งทอของโลกเมื่อ 60 กว่าปีที่แล้ว ได้ส่งผลให้มีการใช้มาตรการควบคุมปริมาณการนำเข้า หรือที่เรียกว่า “**กำหนดโควตา**” มาโดยตลอด ทั้งนี้เพื่อจัดระเบียบการค้าสิ่งทอและลดอุปสรรคต่างๆ ให้แก่ประเทศสมาชิกภายใต้ข้อตกลงการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศ (Multi Fibre Arrangement : MFA) โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2517 จนถึงปี 2537 จากนั้นก็มีการปรับเปลี่ยนสถานะมาเป็นความตกลงสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขององค์การการค้าโลก (Agreement on Textiles & Clothing : ACT) ในปี 2538 และจะสิ้นสุดลงในปี 2547

ภายใต้กติกาการค้าสิ่งทอของโลกดังกล่าวนั้น ปรากฏว่า ไทยได้เข้าเป็นสมาชิก MFA มาตั้งแต่ปี 2518 จวบจนมีการเปลี่ยนเป็น ACT ไทยก็ยังคงเป็นสมาชิกอยู่ ด้วยเหตุนี้เอง จึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ยังมี



¹ การประชุมของภาคเอกชนกับนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2546
² สำนักบัญชีประชาชาติ, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
³ รายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักร 2544, สำนักงานสถิติแห่งชาติ

โอกาสที่จะส่งออกได้มาก โดยในปัจจุบันสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกราว 1.98 % ขณะที่คู่แข่งที่น่ากลัวสำหรับไทย คือจีนซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกสิ่งทอได้มากที่สุดนั้น มีสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกอยู่ถึง 16 %

“การที่มีระบบโควตาควบคุมนั้นหมายความว่า ผู้นำเข้าจะต้องเลือกซื้อสินค้าจากประเทศที่มีโควตา จึงไม่สามารถจะซื้อทุกอย่างจากจีนได้ แต่ถ้านับจากวันที่ 1 มกราคม 2548 ที่ระบบโควตาถูกยกเลิกตามข้อตกลงในเวทีการค้าโลกคือ WTO ซึ่งจะเป็นการแข่งขันที่น่ากลัวแล้ว เมื่อนั้นประเทศไทยจะอยู่ในฐานะอะไร” “สุชาติ จันทรานาคราช” ทิ้งแง่คิดไว้ก่อนที่จะเผยแพร่ทางออกในลำดับต่อไป

มาถึง**ปัจจัยที่ 2** ซึ่งเกี่ยวข้องกับ**“ค่าเงินบาท”** นั้น คุณสุชาติบอกว่า การประกาศให้เงินบาทลอยตัวจนค่าเงินบาทลดลงมาก ก่อนจะเกิดเป็นวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 นับเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องที่สุด เพราะทำให้การส่งออกของไทยยังคงขยายตัวสูงเช่นทุกวันนี้

“ถ้าย้อนหลังไปประมาณ 3-4 ปี จะเห็นว่า มูลค่าการส่งออกของไทยตกลงแต่ปริมาณการส่งออกมากขึ้นนั้นเป็นเพราะราคาต่อหน่วยลดลง ส่วนผู้ประกอบการเองก็มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ทำให้เรายังสามารถส่งออกได้ถ้าไม่มีการลดค่าเงินบาทในปี 2540 ธุรกิจการส่งออกจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งประเทศไทยอาจจะมีปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจมากกว่านี้”

“

ถ้านับจากวันที่

1 มกราคม 2548

ที่ระบบโควตาถูกยกเลิก

ซึ่งจะเป็นการแข่งขันที่น่ากลัวแล้ว

เมื่อนั้นประเทศไทย

จะอยู่ในฐานะอะไร

”

เพิ่มขีดความสามารถให้สิ่งทอไทยพร้อมรับการเปิดเสรี

อย่างไรก็ตาม ขณะที่เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ที่มุ่งไปสู่การแข่งขันทางการค้าและการลงทุนโดยเสรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสิ่งทอโลกเริ่มเข้าสู่ระบบการค้าเสรีตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นไป ปัจจัยหลักที่มีผลหนุนส่งการส่งออกด้วยมูลค่าสูงดังที่กล่าวมาคงไม่เพียงพอที่จะทำให้สิ่งทอไทยสามารถต่อสู้กับคู่แข่งในเวทีการค้าโลก แล้วทำให้สิ่งทอไทยมีมูลค่าส่งออกสูงได้อีกต่อไป ตรวบใดที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยยังคงเป็นผู้รับจ้างผลิตโดยอาศัย “ค่าจ้างแรงงานถูก” เป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขัน ขณะที่ภาครัฐเองก็ยังไม่สามารถกำหนดนโยบายและหามาตรการที่จะมาเกื้อหนุนให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ มีความแข็งแกร่ง และพึ่งตนเองได้อย่างแท้จริงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมขนาดกลางลง

มาจนถึงขนาดยอม

หากพิจารณาจากทฤษฎีว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันของชาติของศาสตราจารย์ Porter แล้ว **“ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” (Comparative Advantages)** เช่นการมีทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานราคาถูก คงเป็นหลักการและเหตุผลที่พอจะนำมาสรุปภาพการผลิตสิ่งทอไทยดังที่กล่าวมา พร้อมชี้แนะทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมนี้ต่อไปได้ โดย Porter บอกว่า การอาศัยความได้เปรียบนั้น นอกจากจะผลิตได้แต่เพียงสินค้าที่ด้อยคุณภาพ แข่งขันด้วยการตัดราคากันแล้ว ยังไม่มีหนทางใดที่พอจะสร้างความมั่งคั่งของชาติที่แท้จริงได้ แต่ถ้าประเทศใดที่แข่งขันด้วยการอาศัย **“ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน”** หรือ **Competitive Advantages** ก็จะทำให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ขายในราคายุติธรรม แล้วจะนำมาซึ่งการสร้างรายได้ที่เป็นส่วนเกินขึ้นมายกระดับการครองชีพของประชาชนได้ ขณะเดียวกันก็จะเกิดการออม การลงทุน และขยายขอบเขตของนวัตกรรมอย่างเท่าทันตลอดเวลา แม้จะประสบปัญหาเศรษฐกิจโลกก็สามารถปรับตัวและฟื้นตัวได้⁴

“สุชาติ จันทรานาคราช” ได้ทำนายไว้ว่า ถ้าอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยไม่เร่งปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันกันภายในอีก 2-3 ปีข้างหน้าแล้ว อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยซึ่งเป็นตัวหลักนั้น จะมีผู้ประกอบการที่ต้องหายไปอย่างน้อย 35 % และจะมียอดการส่งออกตกลงไปอีกประมาณ 15-20 % แต่ถ้าคุณทั้งหมดทั้งระบบ จะมีผู้

⁴ “โครงการพัฒนาเศรษฐกิจในเชิงกลยุทธ์จุลภาค” เพื่อความสามารถในการแข่งขันของชาติ, แก้วสรร อดิโพธิ์ ถอดความจาก David B. Flood ผู้เชี่ยวชาญการวางแผน บริษัท เจ.อี.ออสติน /ที่ปรึกษาทางเทคนิคขององค์การยูเนสโก, เอกสารโรเนียว



ประกอบการหายไปถึง 1 ใน 4 ที่เดียว
“พอโควิดหมดไป ผมคิดว่ามีผู้ประกอบการอยู่ 2 ประเภทคือ ผู้ประกอบการที่ทำมานานแล้ว พอแล้ว ไม่อยากปรับปรุงแล้ว ถ้าไรก็พอได้ ก็จะไม่ทำอะไรเลย กับผู้ประกอบการอีกประเภทหนึ่งที่ยังมองเห็นถึงอนาคต เห็นตลาดโลกเป็นอย่างไร ก็จะปรับปรุงตัวเอง ผู้ประกอบการประเภทหลังนี้จะอยู่รอด แต่ประเภทแรกนั้นจะตายไป ขณะนี้มีโรงงานที่ยังไม่ทันอะไรก็จะปิดตัวแล้ว ผมพยากรณ์เลยว่า 1 ใน 4 จะตายไป... 2 แสนราย เหลือไว้เพียง 8 หมื่นราย ก็น่าจะพอแล้ว ซึ่งผมว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นการร่อนตะแกรง คนที่ความสามารถ ที่แข็งแรง ต้องอยู่รอด คนที่ไม่แข็งแรงก็ไม่ควรอยู่ เพราะจะเป็นภาระของระบบของภาครัฐที่จะมาอุ้มต่อไป”

การปรับตัวโดยหันมาสร้างความแกร่งให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย จึงเป็นเรื่องที่ทำหายความสามารถทั้งของผู้ประกอบการและของภาครัฐที่จะร่วมกันพัฒนาให้อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีคุณภาพและมีความแข็งแกร่งเพื่อพร้อมรับการเปิดเสรีได้ โดยจะมีแนวทางและวิธีการทำ

อย่างไรนั้น มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. รัฐต้องดูแลเรื่องค่าเงินบาทและอัตราแลกเปลี่ยนให้เหมาะสม ดูเหมือนว่าเรื่องค่าเงินบาทเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลมากสำหรับผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อการส่งออก โดย “สุชาติ จันทรานาคราช” บอกกับวารสารฯ ว่า เป็นเรื่องที่รัฐบาลจะต้องขบคิดให้มากขึ้น แม้คุณสุชาติจะเห็นด้วยกับแนวคิดของรัฐบาลที่จะปล่อยให้ค่าเงินบาทเป็นไปตามกลไกการตลาด แต่ก็มีความเห็นเพิ่มเติมว่า ถ้ารัฐสามารถดูแลและกำหนดให้ค่าเงินบาทเคลื่อนไหวตรงตามความเป็นจริงของเศรษฐกิจของประเทศ โดยไม่อ่อนไหวไปตามภาวะจิตวิทยา คือ ไม่มีการตื่นตระหนกไปตามภาวะของตลาดมากเกินไปแล้ว จะทำให้การนำเข้า การส่งออก มีเสถียรภาพมากกว่าที่เป็นอยู่เช่นทุกวันนี้ และการทำธุรกิจก็จะง่ายขึ้นด้วย

“ผมคิดว่ารัฐบาลควรจะมีนโยบายที่จะทำให้ค่าเงินบาททรงตัวอยู่ในระดับที่ทำกำไร ทำประโยชน์ให้กับผู้ส่งออก และประเทศชาติโดยรวม ... ทุกครั้งที่เงินบาทแข็งขึ้น ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกของไทยก็จะน้อยลงตามไปด้วย เพราะผมทำธุรกิจการส่งออกมา ผมมีความเชื่อมั่นว่า อัตราเงินที่มีความมั่นคง มีเสถียรภาพ และไม่แข็งจนเกินไป จะเป็นการส่งเสริมการส่งออก ทำให้สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามา และเศรษฐกิจของชาติก็จะมีความแน่นอนตามมา แต่ทุกวันนี้ผมไม่เห็นว่ามีใครมาพูดเน้นในเรื่องนี้เลย”

2. สามารถสนองตอบ

ความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลกที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงจากเดิมนั้น ทำให้เราได้ยินคำศัพท์ใหม่ๆ ขึ้นมาอีกหลายคำ ไม่ว่าจะเป็น Modern/High Performance Economy, Economy of Speed, Knowledge-Based Economy ซึ่งก็มีความหมายบ่งบอกว่าต่อไปนี้ เศรษฐกิจของโลกจะก้าวเข้าสู่ระบบที่มีสมรรถนะสูง โดยนวัตกรรมและองค์ความรู้ใหม่ๆ จะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด สำหรับในภาคการผลิตนั้น จะต้องมีการผลิตที่ยืดหยุ่นเพื่อตอบสนองตลาดและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การตลาดจะแข่งขันกันที่นวัตกรรม คุณภาพสินค้า และความสามารถในการย่นระยะเวลาการนำสินค้าออกสู่ตลาดได้เร็วกว่าและในราคาที่ถูกลง

ทำอย่างไรอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจะสามารถปรับตัวไปสู่ทิศทางดังกล่าวได้นั้น ขณะนี้พบว่า ในส่วนของผู้ประกอบการเอง กำลังให้ความสนใจและมีความตื่นตัวกับเรื่อง “Supply Chain Management” หรือห่วงโซ่อุปทานกันมาก โดยสถาบันพัฒนาสิ่งทอไทยถึงกับกำหนดให้เป็นกลยุทธ์หนึ่งในแผนปฏิบัติการของสถาบันฯ เพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือแม้แต่สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ก็ได้เริ่มสร้างเครือข่าย Supply Chain แล้ว ขณะเดียวกันภาครัฐก็เห็นถึงความสำคัญและพร้อมที่จะให้การสนับสนุนเรื่องดังกล่าวเช่นกัน

“เรื่องของการค้าขายของ

โลกในขณะนี้ เป็นเรื่อง Economy of Speed อยู่ที่ว่า ใครเร็วกว่าคนนั้นเอาไป เป็นเรื่องของ Quick Response จะทำอะไรถึงจะทำให้ผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อได้รับสินค้าเร็วที่สุด นั้น มีหลายคนพูดถึง Supply Chain กันมากกว่า จะต้องมีการส่งวัตถุดิบ หรือสินค้า หรือบริการ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งในเวลาที่สั้นที่สุด ต้นทุนน้อยที่สุด และรวดเร็วที่สุด โดยจะต้องมีท่าเรือ ถนน สนามบิน การสื่อสาร ช่วยอำนวยความสะดวกได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สิ่งต่างๆ เหล่านี้ประเทศไทยยังล้าหลังมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ” “สุชาติ จันทรานาคราช” กล่าว

3. ข้อมูลข่าวสาร/การติดต่อสื่อสารจะต้องทันสมัย คุณสุชาติเห็นว่า ระบบข้อมูลข่าวสารที่มีความทันสมัย จะมีความสำคัญมากในการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งไม่ใช่เฉพาะในภาคเอกชนเท่านั้น แต่หมายรวมถึงภาครัฐด้วย ซึ่งข้อมูลข่าวสารนั้นจะต้องมีความโปร่งใส สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลข่าวสารของทางราชการจากหน่วยงานต่างๆ ได้หมด แล้วสามารถเรียกดูได้อย่างรวดเร็ว โดยผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ อินเทอร์เน็ต ทั้งนี้จะต้องมีหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางคอยกำกับดูแลให้ระบบทันสมัยและสอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารเป็นการเฉพาะจึงจะเป็นการสนับสนุนเรื่อง Economy of Speed ได้อีกทางหนึ่ง

“ผมเข้าใจว่ากระทรวง ICT (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) ที่ตั้งขึ้นมาใหม่นี้ จะเป็น

ศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของประเทศให้อยู่ในที่เดียวกัน เป็นข้อมูลที่มาจากรฐานข้อมูลเดียวกัน สามารถวิเคราะห์ในพื้นที่ฐานเดียวกัน แล้วประมวลออกมาให้เป็นข้อมูลแห่งชาติ โดยจะต้องไม่ใช่ข้อมูลลับ แต่ต้องเผยแพร่ให้สาธารณะรับทราบ ความโปร่งใส หรือธรรมาภิบาล ก็ก็จะเกิดขึ้น ผู้บริหารระดับสูงก็จะสามารถกดปุ่มดูจากอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ได้ว่า ณ ขณะนี้ GDP มีเท่าไร ณ เวลานี้ตัวสุดท้ายของที่ส่งออกจากประเทศไทย คิดเป็นมูลค่าเท่าไร การจ้างงานมีกี่คน มีคนว่างงานเท่าไร คนเกิดกี่คน..นั่นคือข้อมูลที่ใช้สำหรับตัดสินใจได้”

“แต่ถ้าข้อมูลไม่ทันสมัย ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ ต่างหน่วยงานต่างทำเหมือนตัวเลขทางเศรษฐกิจซึ่งมีการพยากรณ์ไม่เหมือนกัน เพราะมาจากพื้นฐานข้อมูลที่แตกต่างกัน มาจากคนละอาจารย์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ จะทำให้ผู้ลงทุนลังเล มีการตัดสินใจช้า ทำให้โอกาสนั้นหายไป”

“ผมเห็นว่า การมีข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องมาบริหาร เป็นปัจจัยที่ไม่เฉพาะลดเรื่องการคอร์รัปชันเพียงอย่างเดียว ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของประเทศ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศมากขึ้น ในอนาคต ประเทศชาติเราจะก้าวหน้าแค่ไหนขึ้นอยู่กับตรงนี้”

4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีประสิทธิภาพ ปรับกฎระเบียบต่างๆ ให้เกื้อหนุนการเพิ่มขีดความสามารถ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ได้ระบุไว้ว่า การปรับ

“
ถ้าข้อมูลไม่ทันสมัย
ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ
จะทำให้พลังกุลลงเล
มีการตัดสินใจช้า
ทำให้โอกาสนั้นหายไป

”
สิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งเป็นบริการพื้นฐานต่างๆ ตลอดจนการปรับกฎระเบียบต่างๆ ให้มีความเหมาะสมทันสมัยนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเกื้อหนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งขณะนี้คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) ก็เห็นด้วยกับแนวทางดังกล่าวและได้กำหนดเรื่องเหล่านี้เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่จะผลักดันไปสู่การปฏิบัติ โดยเริ่มมีกิจกรรมที่สนองตอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวบ้างแล้ว อาทิ การจัดตั้งศูนย์บริการการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ การพิจารณาการให้สิทธิประโยชน์ตามมาตรา 36 (1)(2) เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบภายในประเทศและการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ การพิจารณาปรับเงื่อนไขการกู้เงินจากกองทุนเพื่อการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศมุ่งสู่เศรษฐกิจที่มีสมรรถนะสูงต่อไป

อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงและพัฒนาเรื่องดังกล่าว เท่าที่ผ่านมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปีของการ

พัฒนาประเทศ ก็ปรากฏว่า ยังไม่สามารถพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการรองรับการขยายตัวของภาคการผลิตและบริการได้อย่างเท่าทันโดย “สุชาติ จันทรานาคราช” บอกกับวารสารฯ ว่า ทำเรื่อง ถนน การขนส่ง สนามบิน การบริการจากภาครัฐ ที่จะเป็นการอำนวยความสะดวกกับผู้ใช้บริการต่างๆ นั้น ไม่อยู่ในระดับที่ได้มาตรฐานโลกซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ชี้วัดว่ามีประสิทธิภาพ จึงเป็นเรื่องที่ต้องเร่งดำเนินการต่อไป

“ถ้าปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพแล้วก็หมายความว่า ผมสามารถจะส่งสินค้าเมื่อไหร่ก็ได้ เช่น สินค้าของผมผลิตเสร็จตอนตี 3 ผมก็สามารถเอาสินค้าไปส่งที่ทำเรื่องตอนตี 3 แล้วมีคนรับสินค้าและส่งเข้าคลังสินค้าตอนตี 3 จนจบกระบวนการได้ โดยผมไม่ต้องรอเวลาจนถึง 8 หรือ 9 นาฬิกา ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ เป็นสิ่งที่จำเป็นมากๆ ที่จะทำให้ขีดความสามารถของประเทศมีมากหรือน้อย”



สุชาติ จันทรานาคราช

“เรื่องการติดต่อสื่อสารจากส่วนกลางไปยังต่างจังหวัดหรือภูมิภาคก็เช่นกัน ถ้าสมมุติว่า มีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย ผู้บริหารระดับสูงที่ ต้องการ ลงทุน ในภาคอุตสาหกรรมที่ขอนแก่น ร้อยเอ็ด หรืออุบลราชธานี เขาอาจจะไม่ต้องเดินทางไปด้วยตนเอง และทุกอาทิตย์เขาสามารถคุยกับผู้บริหารที่ประจำอยู่ที่นั่นผ่านทาง Teleconference (การประชุมทางไกล) ได้ แต่ตอนนี้ประเทศไทยยังล้าหลังเกี่ยวกับเรื่องนี้มาก ถ้าภาครัฐสามารถเอื้อสิ่งเหล่านี้ให้ผู้ประกอบการแล้ว การลงทุนไปยังภูมิภาคก็จะแผ่ขยายออกไปได้ โดยที่ไม่ต้องกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล”

“กฎระเบียบต่างๆ เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่รัฐจะต้องดูแลให้มากกว่าที่จะมากำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดเกินกว่าความจำเป็นที่มีอยู่ ..ผมขอฝากประเด็นไว้ว่า ทำอย่างไรภาครัฐจึงจะเปลี่ยนจาก Regulator ซึ่งเป็นผู้ออกกฎ กำหนดกฎ มาเป็น Facilitator คือผู้อำนวยความสะดวกแทน”

5. ภาคเอกชนต้องดูแลตนเองและให้ความร่วมมือภาครัฐมากขึ้น “สุชาติ จันทรานาคราช” เห็นว่า การค้าสิ่งของไทยในขณะนี้ เป็นระดับเวทีโลก ดังนั้น นอกจากภาครัฐจะต้องเข้ามาปรับเรื่องกฎระเบียบต่างๆ พร้อมพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เอื้อต่อการการลงทุนและการค้าสิ่งของไทยแล้ว ภาคเอกชนเอง ก็จำเป็นต้องดูแลตนเองด้วย โดยผู้ส่งออกหรือผู้ประกอบการไม่ควรจะดูข้อมูลหรือเรื่องเศรษฐกิจภายในประเทศเพียง

อย่างเดียว แต่ควรจะมองกว้างออกไปถึงเศรษฐกิจโลก ควรได้รับข้อมูลข่าวสารและต้องขวนขวายข้อมูลจากต่างประเทศเพื่อประกอบธุรกิจของตนเอง ตลอดจนควรจะปรับปรุงเรื่องประสิทธิภาพในการบริหารงานและการผลิต ขณะเดียวกันเอกชนจะต้องประสานความร่วมมือกับทางภาครัฐอีกด้วย โดยเฉพาะในเชิงนโยบายที่จะเป็นประโยชน์ของชาติและไม่แสวงหาประโยชน์เข้าส่วนตัว

6. พัฒนาสิ่งของไทยสู่การเป็นศูนย์กลางแพชั่นโลก

จากแนวทางที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งของไทย ดังที่กล่าวมา คงไม่เพียงพอที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า สร้างรายได้ให้ประเทศที่เพิ่มขึ้น รวมถึงไม่อาจช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้มากเท่าที่ควรจะเป็น ขณะนี้จึงมีการปรับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งของไทยให้มุ่งไปสู่การเป็นศูนย์กลางแพชั่นโลก โดยปรากฏว่า ตั้งระดับนโยบายที่เป็นคณะกรรมการระดับชาติคือ คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คณะรัฐมนตรี ลงมาจนถึงระดับปฏิบัติทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน ต่างขานรับเรื่องนี้กันอย่างเต็มที่ โดยเริ่มมีกิจกรรมการเคลื่อนไหวที่ได้จุดประกายให้ภาครัฐและเอกชนผนึกพลังร่วมกันดำเนินการในระยะต่อไป ก็คือ การเปิดตัวโครงการ **“กรุงเทพฯ : เมืองแพชั่น”** ขึ้นมาเมื่อปลายปี 2545

โครงการดังกล่าวมิใช่จะมีเพียงเฉพาะสิ่งไทยและเสื้อผ้าสำเร็จรูปเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเครื่องหนัง อัญมณีและ

เครื่องประดับ ที่จะต้องก้าวเดินไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย โดยเชื่อมั่นว่าการใช้กลยุทธ์ด้านแฟชั่นนี้ จะเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งระบบ ดังนั้น จึงตั้งเป้าหมายไว้ว่า ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันสร้างกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองแฟชั่นของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในอีก 3 ปีข้างหน้า พร้อมอยากเห็นยอดขายสินค้าแฟชั่นนี้เพิ่มขึ้นถึงปีละ 2,000 ล้านบาททีเดียว ซึ่งก่อนจะก้าวไปถึงจุดนั้น ได้มีการจัดทำแผนงานของโครงการนี้เป็น 3 กลุ่มแผนงานคือ ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์และธุรกิจแฟชั่นระหว่างประเทศ ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม และด้านการออกแบบและตราสินค้า

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจะก้าวไกลไปถึงการเป็นสินค้าแฟชั่นของโลก และสามารถดูดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้ปรับตัวตามไปได้หรือไม่ นั้นนับว่าเป็นเรื่องที่ทำทายอีกเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ กับการเชื่อมโยงไปถึงธุรกิจชุมชนที่สนองต่อนโยบายรัฐบาลระดับรากหญ้าคือ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์

“ผมคิดว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเชื่อมโยง แต่มีความยากลำบากในเรื่องของวัฒนธรรม แนวคิด ซึ่งจะต้องมีคนที่เป็นตัวกลางแปลวัฒนธรรมแล้วเชื่อมโยง เพราะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่ของแต่ละภูมิภาคไม่เหมือนกัน ขณะที่วัฒนธรรมในภาคอุตสาหกรรม

กับวัฒนธรรมในภาคท้องถิ่นไม่เหมือนกัน การคิดก็ไม่เหมือนกัน ซึ่งคนกลางที่จะแปลสัญญาณนั้น จะต้องเป็นภาคเอกชนที่ได้รับการเกื้อหนุนจากภาครัฐบาล สามารถเข้าใจถึงปรัชญาและความคิดอ่านของท้องถิ่น ของภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ ไม่เช่นนั้นจะไปคนละโลกเลย เช่น เขาบอกว่ารัฐบาลส่งเสริมให้ผลิต ผลิตเสร็จแล้วก็เอาไปสิ เขาไม่ได้คิดว่า ถ้าขายไม่ได้ผลิตยังงี้ก็ต้องมีปัญหาอยู่ดี ผมว่าเมื่อผลิตมาแล้วก็ต้องขาย รัฐบาลต้องเอาไป ต้องมีคนแปลสัญญาณอย่างไรให้ถูกต้องว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ออกมาแล้วดูสวยงามนั้น เหมาะสมกับภูมิปัญญาของโลก”

จากความเห็นของคุณสุชาติดังกล่าว นั้นนับว่ามีความสอดคล้องกับความเห็นกับนักออกแบบชาวอิตาลีเลียน “Mr.Alberto Incanuti” ซึ่งเคยเดินทางมาสำรวจศักยภาพความเป็นไปได้ในการพัฒนาสินค้าผ้าทอมือไทยเพื่อส่งออกไปตลาดยุโรปร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การส่งออก การทอผ้าด้วยมือและเทคนิคในการทอของคนไทยนั้น มีฝีมืออันปราณีตบรรจง ไม่ว่าจะเป็นการทำมัดหมี่ จัก ชิด การทอลายในตัว การปัก การต่อผ้า รวมไปถึงการย้อมสีจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่ทางยุโรปไม่ค่อยจะผลิตกันเท่าใดนัก แต่ก็ยังมีจุดด้อยคือ เนื้อผ้าส่วนใหญ่จะแข็ง ลวดลายและสีที่ใช้ไม่เหมาะสมกับรสนิยมชาวยุโรป อีกทั้งไม่พิถีพิถันในการเย็บ ทั้งในเรื่องขนาดและรูปทรง

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงเรื่อง**การออกแบบ**ของไทยซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ หรือตราสินค้าที่เป็นของไทยแล้ว “สุชาติ จันทรานาคราช” เห็นว่า ยังมีคนไทยที่มีฝีมือด้านนี้อยู่มากมาย เพียงแต่ที่ผ่านมาคนเหล่านี้ไม่ค่อยมีโอกาสจะแสดงผลงานในเวทีโลก ทำให้ชื่อเสียงของประเทศไทยในฐานะที่เป็นเมืองแฟชั่นไม่ค่อยมี

บทสรุป

จากแนวคิดและทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยให้มุ่งไปสู่ศูนย์กลางแฟชั่นโลกนั้น แม้จะเป็นหนทางที่ยาวไกล แต่ ณ วันนี้ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ถือเป็นภารกิจของชาติที่จะต้องร่วมกันผลักดันแนวทางต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลักดันสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ การปรับกฎระเบียบต่างๆ ให้เกื้อหนุนต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งสิ่งที่ได้เริ่มต้นดำเนินการเช่นนี้ ถือเป็นนิมิตหมายที่ดีและเป็นโอกาสอันสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องรีบฉกฉวย เพื่อร่วมกันสร้างปรากฏการณ์ใหม่ไปสู่สายตาชาวโลกคือ “ไทยเป็นศูนย์กลางแฟชั่นโลก” ได้ในอนาคต



อุตสาหกรรม

อาหาร : จากฟาร์มถึงผู้บริโภค



บทนำ

ประชากรของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากประมาณ 5,000 ล้านคน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เป็นประมาณ 6,000 ล้านคนในปัจจุบัน และคาดว่าในอีก 50 ปีข้างหน้า จำนวนประชากรของโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 9,000 ล้านคน และกว่าร้อยละ 80 อาศัยอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา การเพิ่มขึ้นของประชากรโลกอย่างรวดเร็วนี้ ย่อมหมายถึงความต้องการอาหารของประชากรโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจึงมีความสำคัญเป็นเงาตามตัวไปด้วย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดแคลนอาหารในอนาคต รวมทั้งความจำเป็นจะต้องพัฒนาคุณภาพอาหารให้มีความสะอาดปลอดภัยแก่ผู้บริโภคด้วย เนื่องจากผู้

บริโภคในปัจจุบันมีความตระหนักในเรื่องของสุขอนามัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยจากการศึกษาของสถาบันอาหาร อุตสาหกรรมอาหารมีมูลค่ากว่า 1.2 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 28 ของผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (GDP) และไทยเป็นประเทศส่งออกสินค้าอาหารใหญ่มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.5 ของมูลค่าการค้าอาหารของโลกคิดเป็นเป็นอันดับที่ 14 ของโลก โดยมูลค่าส่งออกสินค้าอาหารโดยรวมเพิ่มขึ้นจาก 190,000 ล้านบาท ในปี 2534 เป็น 444,000 ล้านบาท ในปี 2544 คิดเป็นประมาณร้อยละ 10 ของมูลค่าส่งออกรวมของ

ประเทศในอัตราการขยายตัวร้อยละ 13 ในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา (2540-2544) มีการจ้างงานถึงประมาณ 400,000 คน รวมทั้งมีมูลค่าเพิ่มในตัวอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบในประเทศถึงร้อยละ 80 โดยมีผลผลิตส่งออกสำคัญหลากหลายชนิด ได้แก่ ข้าว กุ้งสดแช่เย็น กุ้งแปรรูป พู่นากระป๋อง ไก่สด ไก่แปรรูป น้ำตาลทราย มันสำปะหลังอัดเม็ด/เส้น สับปะรดกระป๋อง เป็นต้น โดยมีตลาดส่งออกอาหารที่สำคัญ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จีน และมาเลเซีย เป็นต้น

แม้ว่าประเทศไทยจะสามารถส่งออกสินค้าอาหารได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอดีตที่ผ่านมา แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ในอนาคตพบ

ว่า ไทยจะต้องประสบกับปัญหาหลายประการทั้งในเรื่องของการกีดกันทางการค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านสุขภาพอนามัย การแข่งขันในตลาดโลกที่สูงขึ้น รวมทั้งปัญหาด้านมาตรฐานสินค้าและคุณภาพสินค้าที่จำเป็นจะต้องทำให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ต้องการอาหารที่มีคุณภาพดี ถูกสุขอนามัย จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ทั้งในด้านของคุณภาพมาตรฐาน รสชาติ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

โครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมอาหาร

โครงสร้างของการผลิตอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วย การผลิตสินค้าสำคัญ ได้แก่ เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ประมง ผลไม้สดและแปรรูป ธัญพืชและผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส นมและผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม น้ำตาล ขนมหวานชา กาแฟ น้ำมันและไขมัน อาหารสัตว์และอาหารเสริม

ทั้งนี้จากข้อมูลของสถาบันอาหาร



“
ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมอาหารของไทย คือ การขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของทั้งวัตถุดิบและในกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

”
พบว่า มีโรงงานผลิตอาหารแปรรูปจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 9,439 โรงงาน เป็นโรงงานขนาดใหญ่ร้อยละ 3 โรงงานขนาดกลางร้อยละ 12 และโรงงานขนาดเล็กถึงร้อยละ 85 ซึ่งโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ รวมทั้งมีความเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยในการผลิตอาหารไม่มากนัก โดยได้รับการรับรอง GMP ตามกฎกระทรวงสาธารณสุขเพียง 38 โรงงาน จาก 3,600 โรงงาน ในขณะที่มีโรงงานที่รับการรับรอง HACCP เพียง 340 โรง

นอกจากปัญหาในเรื่องของความไม่ได้มาตรฐานของโรงงานผลิตแปรรูปอาหารแล้ว ยังมีปัญหาในด้านของคุณภาพและมาตรฐานของผลผลิตเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญ

ของการผลิตอาหาร รวมทั้งการขาดความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตวัตถุดิบในภาคเกษตรกับการแปรรูป ทำให้เกิดปัญหาการส่งต่อวัตถุดิบเพื่อการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมอาหารของไทย คือ การขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของทั้งวัตถุดิบและในกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในด้านการผลิตวัตถุดิบ ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีอยู่ว่า ภาคเกษตรของไทยเป็นภาคการผลิตขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยผู้ผลิต คือ เกษตรกรถึงกว่า 5.4 ล้านครัวเรือน ที่ทำการผลิตสินค้าที่หลากหลายทั้งธัญพืช ผัก ผลไม้ ปศุสัตว์ ประมง ซึ่งสามารถใช้ในการบริโภคสดและเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปในโรงงานได้ ในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของภาคเกษตร ซึ่งได้แก่ การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรดินและน้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตสำหรับการพัฒนาการเกษตรนับวันจะมีความอุดมสมบูรณ์ลดลง ในขณะที่การใช้สารเคมีเพื่อการผลิตทางการเกษตร ทั้งในด้านปุ๋ยเคมีและสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ฮอริโมนในสัตว์และสัตว์น้ำ มีแนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา โดยมูลค่าการนำเข้าปุ๋ยเคมีและสารเคมีทางการเกษตรในช่วงปี 2540 - 2545 ได้เพิ่มขึ้นจาก 2,120 ตัน และ 23,689 ตัน เป็น 3,300 ตัน และ 37,039 ตัน ตามลำดับ รวมทั้งยังมีเกษตรกรอีกจำนวนไม่น้อยที่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมี

เพื่อการเกษตรไม่ถูกวิธี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ผลผลิตการเกษตร ทั้งที่เป็นอาหารสดและวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหาร มีปัญหาในเรื่องสารเคมีตกค้าง ซึ่งจะส่งผลต่อผู้บริโภค รวมทั้งตัวเกษตรกรเองด้วย

ครัวของโลก : มีโอกาสแค่ไหน

ดังนั้น การมุ่งเน้นเป็นครัวของโลกของประเทศไทย จำเป็นจะต้องเชื่อมโยงเกี่ยวกับการพัฒนาภาคเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบและแหล่งอาหารพื้นฐานของประเทศไทย ตั้งแต่หน่วยผลิตพื้นฐานในระดับไร่นาจนถึงกระบวนการแปรรูป ทั้งนี้ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในด้านปริมาณวัตถุดิบการเกษตรอยู่แล้ว หากผู้ผลิตสามารถทำการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้อย่างใกล้ชิด มีการนำระบบเกษตรที่ดี



เหมาะสม (Good Agriculture Practise) มาใช้อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบจะช่วยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยมีโอกาสขยายตัวได้มากขึ้น เช่นเดียวกันในขั้นตอนการผลิตอาหาร จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ สามารถลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งมีการหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวกในการใช้ในการปรุงอาหารและบริโภค นอกจากนี้ในการส่งออกสินค้าอาหาร การควบคุมคุณภาพสินค้าอาหารส่งออกจะเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากมี

มาตรการและข้อบังคับที่เข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่จะนำเข้าไปยังประเทศนั้น กระบวนการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้าอาหารที่สำคัญ ได้แก่ Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) ซึ่งเป็นระบบการตรวจสอบคุณภาพที่มีความละเอียดอ่อนในการควบคุมการดำเนินการทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิต ซึ่งประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้ผลิตอาหารของไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญและมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น จากโครงสร้างของโรงงานผลิตในอุตสาหกรรมอาหารดังกล่าวข้างต้น ซึ่งให้เห็นว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารของไทยจำนวนมากยังผลิตในโรงงานขนาดเล็กหรือในลักษณะที่เรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนกลุ่มเกษตรกรกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการผลิตในระดับโรงงานขนาดใหญ่ ต้องมีทำเลที่ตั้งโรงงานที่เหมาะสมกับแหล่งวัตถุดิบ มีเทคโนโลยีเครื่องจักรในกระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ดังนั้น การจะควบคุมการผลิตอาหารให้มีคุณภาพมาตรฐาน

จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกันในการพัฒนาการผลิตและขยายการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอาหารให้ได้มาตรฐานและสามารถที่แข่งขันได้ รวมทั้งมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกื้อหนุนต่ออุตสาหกรรมอาหารนั้น ๆ เช่น ทำเทียบเรือ โรงน้ำแข็ง โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

โอกาสทางการตลาดและแนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหาร

แม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอาหารและส่งออกสินค้าอาหารได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่การส่งออกสินค้าอาหารของไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2540-2544) มีมูลค่าค่อนข้างคงตัวสินค้าอาหารสำคัญที่ส่งออกในลำดับแรก

ได้แก่ อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งส่งออกได้คิดเป็นร้อยละ 65 ของมูลค่าส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ผักและผลไม้สดแช่แข็ง คิดเป็นร้อยละ 16 ของมูลค่าสินค้าอาหารส่งออก ในขณะที่การส่งออกไก่สดแช่แข็งและแปรรูป มีมูลค่าเป็นสัดส่วนร้อยละ 9 ที่เหลือเป็นสินค้าอาหารอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ สิ่งปรุงรสอาหาร เป็นต้น (ตารางที่ 1)

ตลาดส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญของไทย ในช่วงปี 2542 - 2546 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาด

๖๖

การพัฒนาอาหารแปรรูปให้เป็น
อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหาร
สำเร็จรูปพร้อมรับประทาน
จะเป็นทางเลือกในการเพิ่มมูลค่า
อาหารให้แก่อุตสาหกรรมอาหาร
ส่งออกของไทยได้เป็นอย่างดี

๙๙



ที่สำคัญที่สุด โดยมีสัดส่วนสินค้า
อาหารไทยส่งออกไปตลาดนี้ถึง
ประมาณร้อยละ 26-29 คิดเป็นมูลค่า
กว่า 1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี
(ตารางที่ 2) สินค้าที่ไทยสามารถส่ง
ออกไปสหรัฐอเมริกาที่สำคัญที่สุด
ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ผลไม้กระป๋อง
และแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและ
อาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ตลาดส่งออก
สินค้าอาหารที่สำคัญลำดับที่สอง คือ
ญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่านำเข้าสินค้า
อาหารจากไทยประมาณร้อยละ 26-30
มูลค่ากว่า 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
ต่อปี และปี 2544 - 2546 ได้นำเข้า
สินค้าอาหารจากไทยในสัดส่วนที่แซง
หน้าสหรัฐฯไปแล้ว โดยสินค้าอาหาร
สำคัญที่ไทยส่งออกไปตลาดญี่ปุ่น
ได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง และแปรรูป
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปกุ้งสด
แช่เย็นแช่แข็ง ปลาหมึกและเนื้อปลา
สดแช่เย็นแช่แข็ง ในขณะที่สหภาพ
ยุโรปเป็นตลาดส่งออกสินค้าอาหาร
อันดับสามที่มีสัดส่วนร้อยละ 15 ของ
มูลค่าส่งออก โดยสินค้าอาหารสำคัญ
ที่สหภาพยุโรปนำเข้าจากไทยคืออาหาร
ทะเลกระป๋องและแปรรูปกุ้งสดแช่เย็น

แช่แข็ง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป
ปลาหมึกสดแช่เย็นแช่แข็ง ในขณะที่
ตลาดอาเซียนเป็นตลาดส่งออกสินค้า
อาหารเป็นอันดับที่สี่ของไทย โดยมี
สัดส่วนร้อยละ 8 ของมูลค่าส่งออก
สินค้าอาหารทั้งหมด โดยมีสินค้าอาหาร
ส่งออกในตลาดนี้ที่สำคัญ คือ กุ้งสด
แช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและ
แปรรูป เครื่องดื่ม (เครื่องดื่มชูกำลัง เบียร์
เหล้า) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหาร
สำเร็จรูปอื่น ๆ นมและผลิตภัณฑ์นม
ซึ่งจากการพิจารณาถึงตลาดส่งออก
และสินค้าอาหารส่งออก พบว่า มี
ลักษณะเป็นการพึ่งพาตลาดหลักอยู่
เพียง 4 ตลาด และสินค้าหลักส่วนใหญ่
เป็นสินค้าประมง ปศุสัตว์และผัก
ผลไม้แปรรูป ซึ่งจำเป็นต้องมีการดูแล
ด้านคุณภาพตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต

การผลิตและส่งออก อาหารไทย (Thai Cuisine)

เมื่อพิจารณาถึงชนิดของสินค้า
อาหารไทย ซึ่งมีทั้งอาหารสำเร็จรูป
และกึ่งสำเร็จรูปแล้ว ปรากฏว่า ยังมี
กลุ่มที่เรียกว่าอาหารไทย (Thai Cuisine)
ที่อยู่ทั้งในรูปของอาหารกึ่งสำเร็จรูป
(Instant food) อาหารสำเร็จแบบพร้อม

รับประทาน (Ready to eat food) และ
เครื่องเทศและเครื่องแกงสำเร็จรูป
(Mixed seasoning) ยังมีการส่งออกได้
น้อย ทั้ง ๆ ที่เป็นสินค้าที่มีโอกาส
ทางการตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากใน
ปัจจุบันจากวิถีการดำเนินชีวิตของ
ประชาชนเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรม
ความเป็นอยู่ของคนในสังคมปัจจุบัน
มีความเร่งรีบมากขึ้น และต้องการ
ความสะดวกสบายในการบริโภคมาก
ขึ้น จึงทำให้อาหารสำเร็จรูปเข้ามามี
บทบาทในการเป็นทางเลือกให้แก่ผู้
บริโภคในการช่วยประหยัดเวลาใน
การเตรียมอาหารประจำวันได้มากขึ้น
อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปจึง
เป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบันและ
อนาคต การพัฒนาอาหารแปรรูปให้
เป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหาร
สำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จะเป็น
ทางเลือกในการเพิ่มมูลค่าอาหารให้
แก่อุตสาหกรรมอาหารส่งออกของไทย
ได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันอาหารไทย
สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปยังส่งออกไป
เพียงร้อยละ 10 ของการส่งออกอาหาร
ของไทยในแต่ละปีเท่านั้น คือ ประมาณ
200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เท่านั้น
สาเหตุที่ไทยยังส่งออกอาหาร

ตารางที่ 1 มูลค่าส่งออกและอัตราการขยายตัวของสินค้าอาหารของไทย ปี 2540-2542 และประมาณการปี 2543-2544 (จำแนกตามรายการสินค้า)
 ปริมาณ : เมตริกตัน : มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้า	2540		2541		2542		2543 ประมาณการ		2544 ม.ค. - ต.ค.	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
อาหาร	2,890,763	6,206	2,883,881	5,864	3,496,319	6,226	3,183,273	6,324	6,945,335	6,235.5
1. อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป	1,003,447	4,135	1,117,864	4,036	1,187,506	4,079	885,065	4,143.6	952,057	3,825.4
1) อาหารทะเลแช่แข็ง	578,565	2,340	659,146	2,177	645,800	2,101	358,172	2,076.5	381,938	1,810.8
1.1 กุ้ง	138,506	1,529	151,447	1,430	139,219	1,283	142,320	1,501.5	144,606	1,235.6
1.2 ปลาหมึก	73,384	333	83,545	310	92,992	337	82,964	288.3	82,024	269.4
1.3 ปลา	356,401	442	409,862	396	395,176	431	122,731	254.2	141,886	263.7
1.4 สัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง	10,274	37	14,292	41	18,413	50	10,157	32.5	13,422	42.1
2) อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป	424,882	1,795	458,718	1,859	541,706	1,978	526,893	2,067.1	570,119	2,014.6
2.1 อาหารทะเลกระป๋อง	338,737	1,533	381,755	1,653	437,626	1,733	314,398	773.7	320,345	727.2
2.2 อาหารทะเลแปรรูป	86,145	262	76,963	206	104,077	245	212,495	1,293.4	249,774	1,287.4
2. ผักและผลไม้สดแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป	1,063,408	911	920,113	705	1,311,891	968	1,305,826	843.1	1,391,961	862.4
1) ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง	230,275	182	155,549	99	250,260	148	272,350	135.7	319,350	132.3
2) ผักสดแช่เย็นแช่แข็ง	84,977	80	97,404	77	101,918	87	103,027	85.6	109,408	97.1
3) ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	537,948	464	442,382	374	764,309	579	735,672	464.4	752,884	479.0
4) ผักกระป๋องและแปรรูป	210,208	186	224,778	155	195,404	155	194,777	157.4	210,319	154.0
3. โกสัดแช่แข็งและแปรรูป	192,419	514	274,810	618	265,730	560	310,253	614.6	398,688	800.7
1) โกสัดแช่เย็นแช่แข็ง	150,777	355	212,479	405	217,735	404	240,924	394.5	309,543	540.1
2) โกแปรรูป	41,644	158	62,331	212	47,996	156	69,329	220.1	89,145	260.6
4. อาหารอื่นๆ	631,489	646	571,094	505	731,192	620	682,129	722.7	4,202,629	747
1) ผลิตภัณฑ์ข้าว	135,076	120	138,459	102	150,693	113	153,158	121.7	143,691	116.7
2) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	164,568	189	163,286	160	195,619	199	211,115	212.6	235,556	218.3
3) สิ่งปรุงรสอาหาร	56,895	78	70,454	76	105,680	85	82,187	91.2	84,428	89.6
4) เครื่องดื่ม	193,713	145	141,312	90	207,985	115	235,669	122.2	3,738,954	136.1
5) อื่นๆ	81,237	114	57,583	77	71,215	108	-	175.0	-	186.3

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2542 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ปี 2543 เป็นตัวเลขประมาณการ

ตารางที่ 2 ตลาดส่งออกที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารของไทย ปี 2542-2545

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	เพิ่ม/ลด (%)
1. สหรัฐอเมริกา	1,655.08	1,871.86	1,699.87	1,536.53	-1.90
2. ญี่ปุ่น	1,650.74	1,740.26	1,756.06	1,849.96	3.89
3. สหภาพยุโรป	932.67	851.57	952.49	882.77	-1.39
4. อาเซียน	531.30	617.88	505.14	460.25	-3.61
5. อื่น ๆ	1,375.52	1,332.12	1,409.80	1,415.16	1.02
รวม	6,145.31	6,413.69	6,323.36	6,144.67	0.04

ที่มา : สำนักแผนพัฒนาการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก



สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปได้ไม่มากเท่าที่ควรนั้น ได้แก่ การที่ไทยยังมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง เทคโนโลยีการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนคุณภาพมาตรฐานยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร รวมทั้งยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปให้มีความหลากหลาย ธุรกรรมมีความต้องการของตลาด และจากการที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อยทำให้ขาดการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และกฎเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม ในขณะที่คู่แข่งทางการค้ามีมากขึ้นเรื่อย ๆ และประเทศผู้นำเข้ามีความเข้มงวดในการนำเข้าสินค้าอาหารมากขึ้น และใช้มาตรการกีดกันทางการค้ามากขึ้นด้วยเช่นกัน ในขณะที่การบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารของไทยยังขาดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน ขาดการพัฒนาเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการตลาด ตลอดจนมาตรฐานการพัฒนาด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ๆ

อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าอาหารอีกประเภทหนึ่ง สามารถดำเนินการผ่านภัตตาคารอาหารไทยที่กระจายอยู่ทั่วโลกกว่า 2,500 แห่ง โดยกว่าร้อยละ 60 อยู่ในทวีปอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ยุโรปและเอเชีย ซึ่งภัตตาคารดังกล่าวจะใช้วัตถุดิบปรุงอาหารของไทยและจะเป็นผู้มีส่วนช่วยเผยแพร่อาหารไทยในต่างประเทศอีกทางหนึ่งด้วย จึงควรพิจารณาหาแนวทางในการสร้างเครือข่ายร้านอาหารไทย เพื่อช่วยกันประชาสัมพันธ์อาหารไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

แนวโน้มความต้องการสินค้าอาหารไทยในอนาคต

สภาวะของโลกในทศวรรษหน้าจะเป็นโลกที่มีการแข่งขันสูงในตลาดการค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะอาหารจะมีแนวโน้มที่เน้นในด้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะด้านคุณภาพโภชนาการ สุขอนามัยของกรรมวิธีการผลิต ความปลอดภัยของผู้บริโภค อาหารต้องมีมาตรฐานทั้งในขั้นตอนกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้นอาหารที่มีแนวโน้มความต้องการของตลาดผู้บริโภคในทศวรรษหน้า ควรเป็นอาหารที่มีความสะดวกพร้อมรับประทานมากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตของคน เปี ลี ย น ไป เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการอำนวยความสะดวกสบายในรูปแบบต่างๆ ที่จะสามารถลดความสูญเสียในส่วนของเวลา โดยจะสามารถช่วยให้ผู้บริโภคประหยัด

เวลาในการเตรียมอาหารได้ ทำให้พฤติกรรมบริโภคของคนทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงอาหารที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน สะอาดปลอดภัย เป็นอาหารเพื่อสุขภาพและไม่ทำลายหรือก่อปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาของ **ดร.นภวรรณ นพรัตน์** มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า สินค้าอาหารของไทยที่มีแนวโน้มการส่งออกที่ดี และสามารถสร้างเป็นอาหารโลกในทศวรรษหน้าได้ ควรเป็นอาหารที่มีการเพิ่มมูลค่า ซึ่งรวมประเภทที่

สำเร็จรูปและสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ที่สำคัญ ได้แก่

1. อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่

- อาหารทะเลแปรรูป เช่น กุ้งสดแช่แข็ง ปลาหมึกแช่แข็ง ปลาสดแช่แข็ง เนื้อปลาสดแช่แข็ง
- อาหารทะเลกึ่งสำเร็จรูป เช่น กุ้ง ปลาหมึก ปลาชุบแป้งทอดทอดมันปลา ทอดมันกุ้ง
- อาหารทะเลปรุงรสสำเร็จรูป (Prepared frozen seafood) เช่น อาหารทะเลปรุงรส (Inseasoning, insauce)
- อาหารทะเลสำเร็จรูป เช่น กุ้งเปรี้ยวหวาน ปลาทอด ปลาหมึกแปรรูป แกงเขียวหวานทูน่า พะแนงทูน่า



- อาหารทะเลกระป๋อง เช่น กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง หอยลายกระป๋อง

2. ผักผลไม้แปรรูป ได้แก่

- ผักผลไม้สดแช่แข็ง เช่น หน่อไม้ฝรั่งแช่แข็ง สับปะรดแช่แข็ง ถั่วแระแช่แข็ง มันฝรั่งแช่แข็ง ข้าวโพดอ่อนแช่แข็ง
- ผลไม้อบแห้ง แอปริคอต และฉาบน้ำตาล
- ผักดองต่าง ๆ เช่น ชิงดอง แตงกวาดอง เกี่ยมฉาย มะเขือ และหน่อไม้ดอง

- ผลไม้กระป๋องอื่น ๆ เช่น เงาะสดได้สี่ปีประรด ลิ้นจี่ ลำไย ฝรั่ง และผลไม้ชนิดต่าง ๆ ลอยแก้วบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

- ผักกระป๋องอื่น ๆ เช่น ถั่วต่าง ๆ หน่อไม้ฝรั่ง และข้าวโพดหวาน

3. ผลิตภัณฑ์ข้าว ได้แก่

- ข้าวผัด (ประเภทสำเร็จรูป เพื่อนำไปอุ่นก่อนรับประทานในรูปแบบของอาหารประเภท Frozen foods)

- ข้าวและกับข้าวรวมเป็นชุด เป็นอาหารลักษณะพร้อมรับประทาน (Finish meal)

- โจ๊กหรือข้าวต้ม ข้าวสวย กระป๋อง

- ประเภทผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว เป็นพวกเส้นก๋วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ปรุงเป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน อาทิเช่น ก๋วยเตี๋ยวผัดไทย

- ประเภทอาหารต้มยำ ได้แก่ ซาลาเปา ขนมจีบ สะเก๋า และปอเปี๊ยะ เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี ได้แก่

บะหมี่สำเร็จรูปปรุงรสต่าง ๆ บรรจุกึ่ง และถ้วยหรือซามที่ทำได้ด้วยภาชนะบรรจุแบบทนความร้อน

5. สิ่งปรุงรสอาหารต่างๆ เช่น

ซอส ซีอิ๊ว น้ำปลา เครื่องแกงสำเร็จรูป กะปิ กะทิสำเร็จรูป เครื่องต้มยำ น้ำพริกสำเร็จรูปรสชาติต่าง ๆ พร้อมรับประทาน

6. เครื่องดื่ม เครื่องดื่มเพื่อ

สุขภาพและบำรุงกำลัง เช่น เครื่องดื่มสมุนไพร น้ำแร่ ลิโพ กระทิงแดง และน้ำอัดลม เป็นต้น

7. อาหารฮาลาล (Halal food)

ได้แก่ อาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร

หลากหลายชนิดที่ผลิตขึ้นสำหรับชาวมุสลิมโดยเฉพาะ และผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

8. อาหารมังสะวิรัต/อาหารเจ

อาหารชีวจิต ได้แก่ ข้าวเกรียบเห็ด น้ำยาเห็ด น้ำพริกเห็ดหอม

9. อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่

นมผง น้ำผึ้ง กระทียมสกัด เมล็ดทานตะวัน สาหร่ายน้ำเงิน มะม่วงหิมพานต์ ว่านหางจระเข้ คุกกี้มะพร้าว อาหารว่างที่ทำจากธัญพืชในลักษณะต่าง ๆ



อาหารไทยถือได้ว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพชนิดหนึ่ง เนื่องจากมีพืชสมุนไพรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งหมายถึงพืชผัก รวมทั้งเครื่องปรุงเครื่องเทศต่าง ๆ สมุนไพรหลายชนิดที่มีกลิ่นหอมและมีรสชาติดีได้ถูกนำมาปรุงแต่งกลิ่นรสอาหาร จะมีประโยชน์ทั้งสรรพคุณทางยาและให้กลิ่นรสอาหาร การนำส่วนผสมต่าง ๆ ของพืช เช่น ดอก ผล เมล็ด เปลือก มาใช้เพื่อปรุงอาหารก็จะนิยมเรียกว่า เครื่องเทศ (Spices) สำหรับอาหารไทยจะเห็นได้ว่า พืชสมุนไพรที่นำมาใช้เป็นเครื่องเทศ

ในอาหารนั้นมีมากมาย ซึ่งล้วนแต่เป็นที่รู้จักกันดีและกินเป็นประจำเกือบทุกวันมากบ้างน้อยบ้าง อาทิ กระทียม หอม ชিং ข่า กระชาย ขมิ้น พริก พริกไทย สะเดา กะเพรา เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันพบว่า มีบทบาทในการป้องกันและรักษาโรคบางโรคได้ โดยเฉพาะโรคหัวใจและหลอดเลือด ความดันโลหิตสูง เบาหวาน และมะเร็งบางชนิด จึงมีแนวโน้มเป็นที่นิยมรับประทานของชาวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน และเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในอนาคต

โอกาสในการแข่งขันของอาหารไทยและการเป็นครัวของโลก

สำหรับประเด็นโอกาสในการสร้างขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อเป็นครัวของโลกในอนาคต ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างเห็นพ้องกันว่าจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาตั้งแต่วัตถุดิบคือการผลิตในภาคเกษตร การเก็บเกี่ยว การแปรรูปทั้งในระดับครัวเรือนและระดับอุตสาหกรรม ตลอดจนระบบการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารอย่างครบวงจรและต่อเนื่อง ซึ่งต้องเชื่อมโยงกับการพัฒนาภาคเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ **นายปิติพงศ์ พึ่งบุญ ณ อยุธยา** ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ให้ข้อสรุปแนวคิดในเรื่องโอกาสในการเป็นครัวของโลกว่า หากไทยมีเป้าหมายในการส่งออกสินค้าเกษตรโดยเฉพาะสินค้าอาหารโดยมุ่งการเป็นครัวของโลก

แล้ว เราจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องดังต่อไปนี้ คือ การบริหารจัดการในภาคเกษตรการวิจัยพัฒนา และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในด้านการบริหารจัดการภาคเกษตร จำเป็นต้องมีการจัดการกับฟาร์มขนาดใหญ่ การมีระบบการจดทะเบียนเกษตรกรและระบบ Rule of Origin ด้านกระบวนการจากฟาร์มถึงโต๊ะอาหาร (From Farm to Table) นั้น ขณะนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำลังดำเนินการอยู่ และค่อนข้างที่จะมีความสำเร็จพอสมควรในกรณีของปศุสัตว์ และสาขาประมง ที่เริ่มมีการควบคุมได้ เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่มีไม่มากนัก แต่สำหรับสาขาพืช ซึ่งมีเกษตรกรผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก จึงเป็นการยากในการควบคุมคุณภาพให้ มีการใช้ระบบ GAP ตั้งแต่ในระดับไร่ นา สำหรับการวิจัยพัฒนานั้น ไทยต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) ในขณะเดียวกันต้องมีการสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการเก็บรวบรวมพันธุกรรมต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ ประมง รวมทั้งมีกฎหมายคุ้มครองที่ชัดเจน และที่สำคัญต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในภาคเกษตรทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง

ในขณะที่คุณพรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์ ผู้จัดการสมาคมผู้ส่งออกไก่ เห็นว่า การจะเป็นครัวของโลกของไทยนั้น มีความเป็นไปได้ โดยปัจจุบันไทยสามารถส่งออกสินค้าอาหารได้เป็นลำดับต้นๆ ของโลก เช่น ส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ไทยส่งออกได้เป็น

อันดับหนึ่งของโลก ส่งออกไก่และผลิตภัณฑ์ได้เป็นอันดับ 4 ของโลก รองจาก บราซิล เกาหลีใต้ จีน ในขณะที่การส่งออกสุกรมีโอกาสมากขึ้นหลังจากไทยมีโรงงานฆ่าแหละที่ได้มาตรฐานที่ จ.ฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเราจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการผลิตตั้งแต่ระดับฟาร์ม ซึ่งจำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกรผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศคู่ค้าหลายประเทศของไทยยังคงใช้มาตรฐานสุขอนามัยที่สูงกว่าระดับที่ควรจะเป็นมาเป็นข้ออ้างในการไม่นำเข้าสินค้าประมงและปศุสัตว์แปรรูปจากไทย ซึ่งในเรื่องนี้ไทยจำเป็นต้องสร้างทีมเจรจาที่ประกอบด้วยผู้รู้ทั้งด้านเทคนิคและมีการเตรียมตัวในการเจรจาเป็นอย่างดี เพื่อสามารถเจรจาท่องกับประเทศคู่ค้าเพื่อให้ไทยได้ประโยชน์มากขึ้น โดยจำเป็นต้องเน้นความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้ ควรมีทีมงานในพื้นที่ที่ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนในการให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรทั้งในด้านวิชาการและการตลาด เพื่อให้เกษตรกรสามารถตัดสินใจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับตลาดอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการช่วยรักษาคุณภาพวัตถุดิบการเกษตรตั้งแต่ในระดับฟาร์มได้อีกทางหนึ่ง

บทสรุป

แนวโน้มในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารของไทย โดยมีเป้าหมายในการเป็นครัวของโลกนั้น เป็นเรื่องที่มี

ศักยภาพในการที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ โดยปัจจัยสำคัญส่วนใหญ่เกิดจากการที่ไทยมีภาคเกษตรที่สามารถผลิตวัตถุดิบได้หลากหลายและมีราคาค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ทางการค้าของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ประเทศที่เป็นตลาดใหญ่ของอาหารไทย รวมทั้งผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ ได้ตระหนักถึงคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไทยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตตั้งแต่ระดับฟาร์ม กระบวนการเก็บเกี่ยว แปรรูป การตลาดจนถึงผู้บริโภค โดยผู้ผลิตทุกขั้นตอนต้องหันมาให้ความสำคัญกับการปรับปรุงวิธีการผลิตและการตรวจสอบสินค้าให้สอดคล้องและได้มาตรฐานตามที่ตลาดกำหนด เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดให้แก่สินค้าอาหารไทยทั้งที่เป็นสินค้ากิ่งสำเร็จรูป สำเร็จรูป รวมทั้งสินค้าอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและบริการในเรื่องอาหารไทยที่กระจายอยู่ทั่วโลก ในขณะเดียวกันการบริหารจัดการการผลิตในภาคเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหาร การวิจัยพัฒนาพันธุ์และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพในการตรวจสอบสินค้าอาหารให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนการมีกลไกในการเจรจาทางการค้าที่เข้มแข็งรู้เท่าทันเหตุการณ์ จะเป็นแนวทางดำเนินการหลักที่จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นครัวของโลกได้ในอนาคต ซึ่งเป็นเรื่องในทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ เอกชน เกษตรกร จะต้องประสานความรู้ ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทย

“

เบื้องหลังความเก่ง
เฉพาะรายสินค้าของประเทศต่างๆ
จะต้องมีการตั้งถิ่นฐาน
ของคลัสเตอร์ในรายสินค้านั้น
อยู่ด้วยเสมอ

”



1. การเปลี่ยนแปลงใน โลกของการแข่งขัน

การเปลี่ยนแปลงสำคัญ 3 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในเศรษฐกิจโลก ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) การเปิดเสรีทางการค้า (Trade liberalization) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีชีวภาพ ประเด็นท้าทายที่ตามมา คือ การใช้ประโยชน์จากบทเรียนที่เกิดขึ้นในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก และการเลือกใช้อุปกรณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชาญฉลาด โดยจะต้องมีการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงกับภาวะการแข่งขันในเวทีโลก และการเพิ่มผลิตภาพ

(Enhanced Productivity) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันในปัจจุบัน ตลอดจนความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพ คุณค่า รูปแบบ ความเชื่อถือ และราคา รวมทั้งต้องการความชำนาญเฉพาะด้าน การสร้างนวัตกรรม และการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด

ปัจจุบัน ภาคการผลิตและบริการของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรง ในขณะที่ยังคงมีความอ่อนแอทางโครงสร้างการผลิตหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภาพต่ำ และการสร้างนวัตกรรมมีน้อย ได้ส่งผลให้เกิดการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่

ประเทศคู่แข่ง และไม่อาจขยายสัดส่วนของการส่งออกไปยังตลาดโลกได้มากขึ้น ทั้งนี้ สามารถกระจายฐานการผลิตเพื่อการส่งออกได้หลากหลายมากขึ้นก็ตาม จึงเกิดแนวคิดที่จะนำเอาคลัสเตอร์มาใช้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาระดับจุลภาค มาเสริมนโยบายและมาตรการด้านมหภาค (ภาษี การเงิน และการส่งเสริมการลงทุน) รวมทั้งการฝึกอบรม เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคการผลิตที่รัฐบาลกำลังดำเนินการอยู่ และผลักดันยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นวาระแห่งชาติ

* แก้วสรร อติโพธิ วุฒิสมาชิก, ธาณินทร์ ณะเอม สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ, สุธรรม วาณิชเสนี คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. "คลัสเตอร์" คืออะไร? และทำไมต้อง "คลัสเตอร์"?

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับ "คลัสเตอร์" อาจกล่าวได้ว่าเริ่มปรากฏตั้งแต่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 อัลเฟรด มาร์แชล (Alfred Marshall) ศาสตราจารย์ เศรษฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ได้สังเกตเห็นว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ฝังตัวอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่ง จะมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าอุตสาหกรรมที่กระจายอยู่ โดยที่รูปแบบหนึ่งที่สะท้อนแนวคิดคลัสเตอร์ออกมาได้อย่างค่อนข้างเป็นรูปธรรม ได้แก่ เขตอุตสาหกรรม (Industrial district) ในอิตาลีซึ่งมีวิวัฒนาการมาจากร้อยปี โดยมีกลุ่มบริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีความร่วมมือและแข่งขันในเวลาเดียวกัน การรวมตัวในลักษณะนี้ได้นำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจ

"คลัสเตอร์" ได้รับการพัฒนาให้เป็นทฤษฎีในฐานะที่เป็นเครื่องมือการพัฒนาในระดับจุลภาค (Microeconomics of Development) มีจุดกำเนิดมาจากทฤษฎีว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันของชาติ ของศาสตราจารย์ Michael E. Porter แห่งวิทยาลัยธุรกิจ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ใน ค.ศ. 1990 ได้เสนอไว้ใน "The Competitive Advantage of Nations" ว่าแนวคิดที่มีความหมายอย่างแท้จริงของความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คือการเพิ่มผลิตภาพ (productivity) และสินค้าที่แข่งขันกันในโลกทุกวันนี้ อาจแบ่งได้เป็นสองกลุ่มด้วยกัน กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่อาศัยแต่ความ

ได้เปรียบทางธรรมชาติ (Comparative Advantage) เช่น วัตถุดิบ หรือแรงงานราคาถูก ผลิตเป็นสินค้าที่มีต้นทุนต่ำแล้วแข่งขันกันด้วยราคา ขณะเดียวกันสินค้าชนิดเดียวกันของอีกกลุ่มประเทศหนึ่งกลับมีมูลค่าสูง ราคาสูง เป็นสินค้าที่ดี ราคายุติธรรม เหตุเพราะแข่งขันกันด้วยคุณภาพจากความเก่งหรือความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ อย่างแท้จริง



Porter ได้ตั้งคำถามว่าเหตุใดความเก่งเฉพาะสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นในเฉพาะถิ่นฐานต่าง ๆ นั้นได้ เช่น ถ้าเป็นเซรามิก สิ่งทอ เครื่องหนัง ยานยนต์ที่ประณีต มีราคาแพงที่อิตาลี ไวน์ น้ำหอม สิ่งทอ ทองเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ฝรั่งเศส ไม้ตัดดอกที่เนเธอร์แลนด์ หรือถ้าในสหรัฐอเมริกา เช่น อุตสาหกรรมการบินที่วอชิงตัน โปรแกรมคอมพิวเตอร์และภาพยนตร์ที่แคลิฟอร์เนีย บริการการแพทย์ที่ฟลอริดา ยานยนต์ที่ดีทรอยต์ ฯลฯ

คำตอบที่ได้จากงานวิจัยของ Porter พบว่า **เบื้องหลังความเก่งเฉพาะรายสินค้าของประเทศต่าง ๆ นั้น จะต้องมีการตั้งถิ่นฐานของคลัสเตอร์ในรายสินค้าอยู่ในประเทศด้วยเสมอ**

ดังนั้น การพัฒนาภาคการผลิตแท้จริงจึงต้องคิดและมองแยกแยะเป็นกลุ่มภาคการผลิตตามถิ่นฐานต่าง ๆ จะคิดในลักษณะเดียวกันกับระดับภาพรวมของทั้งประเทศไม่ได้

2.2 คำนิยามและคุณลักษณะที่สำคัญ

โดยนิยามแล้ว "คลัสเตอร์" เป็นกลุ่มบริษัทผู้จัดสินค้าให้เฉพาะด้าน (specialized suppliers) ผู้ให้บริการและโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะด้าน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการจำหน่าย ลูกค้าและสถาบันที่เกี่ยวข้องที่เชื่อมโยงกันในสาขาเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่งในพื้นที่หรือภูมิภาคหนึ่งซึ่งแข่งขันกัน แต่ก็ร่วมมือกัน (Porter, 1998) หรือคลัสเตอร์มีคุณลักษณะเฉพาะที่เป็นเครือข่ายของการผลิตของผู้ประกอบการ (รวมถึงผู้จัดสินค้าให้เฉพาะด้าน) องค์กร ผู้ผลิตความรู้ (มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย บริษัทวิศวกรรม) สถาบันเชื่อมโยง (โบรกเกอร์ที่ปรึกษา) และลูกค้าที่เชื่อมโยงเข้าซึ่งกันและกันในสายการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม (OECD, 1999)

"คลัสเตอร์" ในความหมายของ Porter จึงหมายถึง เครือข่ายที่ประกอบด้วยคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

- **การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity)** ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ที่บันทึกไว้ (Codified knowledge) และความรู้ที่บันทึกและสื่อโดยตรงได้ยาก (tacit knowledge) กิจกรรมที่เกิดขึ้นก็คือการเรียนรู้แบบที่มีปฏิริยาต่อกัน (interactive learning) ผลที่ตามมา นอกเหนือจากการถ่ายทอดข้อมูล สารสนเทศ

๑๑

กระบวนการคลัสเตอร์ (clustering process) ส่งพล โดยตรงต่อความสามารถในการ แข่งขันโดยจะช่วยเหลือเพิ่มพลผลิต ของบริษัทผู้ประกอบการ พร้อมกับเพิ่มขีดความสามารถ ทางนวัตกรรมและช่วยกระตุ้น ให้เกิดธุรกิจใหม่ขึ้น

๑๑



และความรู้ในระหว่างกันแล้ว ความคิดใหม่อาจเกิดขึ้นอันนำไปสู่ความรู้ ใหม่ การเชื่อมโยงไม่ได้จำกัดอยู่ เฉพาะภายในกลุ่มบริษัทผู้ประกอบการ เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยง กับผู้จัดสินค้าให้ (supplier) ตลอดจน สถาบันวิจัยและองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเกิดขึ้นได้ทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน

● **ความร่วมมือ (Collaboration)**

สมาชิกในคลัสเตอร์จะมีความร่วมมือ กันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเป็นประโยชน์ร่วมกันหรือ โดยรวม จากการอยู่รวมกันในคลัสเตอร์ ที่มีความร่วมมือและพึ่งพากันและกัน จะนำไปสู่ความเชื่อถือว่าไว้วางใจ (trust) ซึ่งจะเป็นทุนทางสังคม (social Capital) ที่สำคัญประการหนึ่ง

● **การแข่งขัน (Competition)**

คลัสเตอร์แตกต่างจาก cartel ที่มุ่ง กำหนดกลไกราคาหรือปริมาณเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในบรรดาหมู่สมาชิก ในขณะที่คลัสเตอร์เป็นความร่วมมือที่ อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน

● **ประสิทธิภาพโดยรวม**

(Collective Efficiency) ความร่วมมือใน ท่ามกลางการแข่งขัน พร้อมกับการ เชื่อมโยงด้านการถ่ายทอดข้อมูล

ความรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวมที่ดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการ รวมตัวหรือมีการรวมตัวเฉพาะในด้าน ธุรกิจการค้าแต่เพียงอย่างเดียว

2.3 ประโยชน์และข้อได้เปรียบ

กระบวนการคลัสเตอร์ (clustering process) ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันโดยจะช่วยเหลือเพิ่ม ผลผลิตของบริษัทผู้ประกอบการ พร้อมกับเพิ่มขีดความสามารถทางนวัตกรรม และช่วยกระตุ้นให้เกิดธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยอาจสรุปข้อได้เปรียบของคลัส เตอร์ได้ ดังนี้

● **การจัดหาองค์ประกอบ**

พิเศษในการผลิตได้ง่าย ไม่ว่าจะ เป็นเครื่องจักรอุปกรณ์ ชิ้นส่วน และ บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้การจัดหาได้ง่ายกว่าโครงสร้างการผลิต ของอุตสาหกรรมในรูปแบบอื่น ๆ

● **ต้นทุนของการจัดหา**

ภายในกลุ่มคลัสเตอร์จะต่ำกว่ารูปแบบ อื่น การมีความสัมพันธ์เป็นอย่างดีบน พื้นฐานของ**ความไว้วางใจ**จะช่วยให้ มั่นใจว่าไม่มีการขวยโอกาสเอาเปรียบ ในบางสถานการณ์ พร้อมกันนี้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการมี**ความ**

แน่นอนสม่ำเสมอเพราะชื่อเสียงเป็น สิ่งสำคัญในบรรดาสมาชิกของคลัสเตอร์

● **การจัดแบ่งหน้าที่การ**

ผลิตตามความชำนาญของแต่ละผู้ **ประกอบการภายในคลัสเตอร์** จะส่ง ผลให้เกิดการพัฒนา**ความเชี่ยวชาญ**

ของแต่ละบริษัท และขนาดของการ

ผลิตมีแนวโน้มที่จะขยายใหญ่ขึ้น เพื่อ

ตอบสนองต่ออุปสงค์ของบริษัทผู้

ประกอบการภายในคลัสเตอร์และ

เนื่องจากคลัสเตอร์มักจะประกอบด้วย

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันจำนวนหนึ่ง

ซึ่งมักจะใช้วัตถุดิบประเภทเดียวกัน

หรือคล้ายคลึงกัน ในกรณีที่คลัสเตอร์

จำเป็นที่จะต้องจัดหาวัตถุดิบจาก

ภายนอก ต้นทุนของการจัดหามักจะ

ต่ำกว่าในกรณีอื่น ๆ เนื่องจากผู้จัด

วัตถุดิบให้สามารถเข้าถึงตลาดรวม

กลุ่มขนาดใหญ่ที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน

ในบางกรณีบริษัทผู้ประกอบการอาจ

รวมตัวกันในการจัดหาก็ได้

● **การเข้าถึงแหล่งทรัพยากร**

มนุษย์ที่มีประสบการณ์และความ

ชำนาญเฉพาะด้าน การมีบริษัทที่

ชำนาญการเฉพาะด้านรวมกลุ่มประ

กอบเป็นคลัสเตอร์ในผลิตภัณฑ์หรือ

บริการ ทำให้การสรรหาผู้มีความ

ชำนาญการภายในคลัสเตอร์ทำได้ง่ายกว่า โอกาสในการเรียนรู้ การแพร่กระจายความรู้ทั้งที่เป็น codified และ tacit knowledge ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ในขณะที่เดียวกัน การเป็นแหล่งผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน ยังเป็นแรงดึงดูดให้ได้คนเก่งหรือผู้ที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงานได้สูงขึ้น

● **การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ** คลัสเตอร์ประกอบด้วยบริษัท ผู้จัดวัตถุดิบ/ชิ้นส่วนพิเศษให้สถาบันสนับสนุนทั้งที่เป็นสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยข้อมูล/สารสนเทศ ทั้งด้านตลาด ด้านเทคโนโลยีและอื่น ๆ จะตกผลึกสะสมอยู่ในคลัสเตอร์ นอกจากนี้โครงสร้างพื้นฐานทางด้านสารสนเทศพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ



ภายในคลัสเตอร์ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูล/สารสนเทศได้ง่าย ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ของผู้ที่ทำงานในคลัสเตอร์จะมีส่วนช่วยให้การถ่ายทอดข้อมูลสารสนเทศ และความรู้เป็นไปได้โดยง่ายและสะดวกขึ้น

● **การเสริมซึ่งกันและกัน** (Complementarities) ข้อได้เปรียบประการนี้มาจากโครงสร้างของคลัสเตอร์ที่เป็นระบบที่ครอบคลุมทุกด้าน และทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่ของการเพิ่มมูลค่า นับตั้งแต่ผู้ผลิตวัตถุดิบ อุปกรณ์ ชิ้นส่วน นักออกแบบ ผู้บริการ

ด้านขนส่งและจัดจำหน่าย ผู้ผลิตในขั้นตอนต่าง ๆ สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยเฉพาะด้าน และสถาบันสนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

● **ระดับคุณภาพและผล** การดำเนินการ การแข่งขันภายในคลัสเตอร์เป็นแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการระหว่างผู้ประกอบการ นอกจากนี้การเปรียบเทียบกระบวนการดำเนินงานธุรกิจภายใน (business process benchmarking) ของบริษัทกระทำได้สะดวกขึ้น

● **การพัฒนาความสามารถ** ด้านนวัตกรรม ความใกล้ชิดระหว่างผู้ประกอบการตลอดสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มของความต้องการได้เป็นอย่างดี การเรียนรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่กำลังจะเกิดขึ้นเป็นไปโดยสะดวกและรวดเร็ว รวมไปถึงวิวัฒนาการด้านอุปกรณ์เครื่องจักรกลชิ้นส่วนและบริการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่การพัฒนาด้านนวัตกรรม โดยสมาชิกของคลัสเตอร์สามารถมองเห็นโอกาสและความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว ความพร้อมในห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม **ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตช่วยทำให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น**

● **การสร้างธุรกิจใหม่** ภายในคลัสเตอร์ พลวัตของคลัสเตอร์จะส่งสัญญาณถึงโอกาสช่องว่างหรืออุปสงค์ที่ยังไม่มีการตอบสนองโดยเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้น ประกอบกับข้อได้เปรียบของคลัสเตอร์ในแง่ของความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ด้านทรัพยากรมนุษย์ แหล่งเงินทุน เทคโนโลยีสนับสนุน ฯลฯ ทำให้ธุรกิจใหม่เกิดได้ง่าย นอกจากนี้ ความ

สัมพันธ์ที่มีอยู่ภายในคลัสเตอร์จะช่วยเอื้ออำนวยการจัดตั้งธุรกิจใหม่ขึ้น จะช่วยขยายคลัสเตอร์ทั้งในแนวกว้างและแนวลึก เป็นการเพิ่มความได้เปรียบของคลัสเตอร์มากยิ่งขึ้น

3. คลัสเตอร์ในฐานะเครื่องมือทางยุทธศาสตร์และนโยบาย

สภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนไปอย่างมากในระยะ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้คลัสเตอร์ยังมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นในการพัฒนาภาคการผลิต โดยมีประเทศต่างๆ จำนวนมากนำคลัสเตอร์ไปประยุกต์ใช้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาภาคการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

จากผลการประชุม Global Conference of The Competitiveness Institute (TCI) ครั้งที่ 5 ที่เมืองเคิร์นส์ (Cairns) ประเทศออสเตรเลีย ระหว่างวันที่ 9-11 ตุลาคม 2545 ได้มีข้อสรุปว่า ปัจจุบันได้มีการนำแนวคิดคลัสเตอร์ไปใช้ในการพัฒนาการรวมกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจรวม 18 สาขา ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยรูปแบบแนวทาง และกระบวนการของคลัสเตอร์ได้มีการปรับเปลี่ยนและวิวัฒนาการให้มีความหลากหลายและมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันออกไป

3.1 คลัสเตอร์ในฐานะเครื่องมือทางยุทธศาสตร์

ในกรณีข้อเสนอของ David Flood ซึ่งสรุปจากประสบการณ์ของประเทศต่าง ๆ และจากการนำไปปรับใช้กับกลุ่มภาคการผลิตในบางประเทศ เช่น คลัสเตอร์ใบชา (Tea Cluster) ในศรีลังกา โดยมองว่าคลัสเตอร์เป็นเครื่องมือเชิงกระบวนการในการพัฒนาที่ต้องมียุทธศาสตร์เป็นตัวนำ

และมีคลัสเตอร์เป็นเครื่องมือ เพื่อที่จะมีการกำหนดนโยบายสนับสนุนที่เหมาะสม (Strategy leads - Cluster based - Policy enables) ดังนี้

● **การใช้ยุทธศาสตร์นำ (Strategy leads)**

ในโลกการแข่งขันที่มีจุดชี้ขาดอยู่ความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค การพัฒนาภาคการผลิตจะต้องมีการกำหนดตำแหน่ง (position) ทางธุรกิจที่เหมาะสม โดยเกิดจากความเห็นชอบร่วมกันของผู้ผลิตและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การกำหนดนโยบายหรือมาตรการลงทุนต่าง ๆ จะเป็นผลมาจากยุทธศาสตร์ที่ผู้มีส่วนร่วมให้ความเห็นชอบ โดยรัฐบาลจะทำหน้าที่ให้ความสนับสนุนและอำนวยความสะดวก

การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจของกลุ่มภาคการผลิตนี้ มีนัยสำคัญสองประการด้วยกัน ประการแรกต้องมุ่งสร้างความแกร่ง โดยไม่จำกัดว่า จะต้องเป็นตลาดส่งออก ประการที่สองต้องมีลักษณะก้าวหน้า มุ่งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ต่าง ๆ ทั้งในการปฏิรูปการจัดการธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด หรือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ประการใดประการหนึ่งหรือหลายประการประกอบกัน โดยการเลือกที่จะเก่งในสินค้าโดยอ้อมขึ้นอยู่กับภาวะวิสัยหรือเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ

ทั้งนี้ กลยุทธ์เพื่อกำหนดตำแหน่งในตลาดเป้าหมายที่จะยกระดับไปให้ถึงอย่างสมเหตุสมผลสังเคราะห์เป็นทางเลือกของกลยุทธ์ที่ต้องปรับใช้อย่างครบถ้วนและชัดเจนเพื่อประโยชน์ในการกำหนดผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และภารกิจหรือนโยบายที่ผู้ประกอบการส่วนต่าง ๆ รวมทั้งภาครัฐทั้งหลายจะต้องปรับตัวได้อย่างต่อเนื่อง

“

กระบวนการพัฒนาภาคธุรกิจของ
กลุ่มภาคการผลิตจะสำเร็จและ
เป็นจริงได้ ก็ต่อเมื่อจากการมี
ส่วนร่วมโดยสมัครใจและโดย
เสมอภาคของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

”

● **คลัสเตอร์ในฐานะเครื่องมือเชิงกระบวนการ (Cluster based)**

กระบวนการพัฒนาภาคธุรกิจของกลุ่มภาคการผลิตจะสำเร็จและเป็นจริงได้ ก็ต่อเมื่อจากการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจและโดยเสมอภาคของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องกำหนดขั้นตอนต่าง ๆ ไว้ในกระบวนการอย่างรัดกุม จนสามารถพัฒนาการมีส่วนร่วมเข้ากับข้อมูลและหลักวิชาได้อย่างกลมกลืน ให้ผลงานสุดท้ายเป็นกลยุทธ์ที่ทั้งใช้งานได้และรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ (ownership) ซึ่งจะทำให้กลยุทธ์ที่ได้มาเหมาะสมไม่ใช่เป็นเพียงงานศึกษาวิจัยหรือแนวทางชี้แนะที่เลื่อนลอยเท่านั้น

กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์พัฒนาภาคการผลิต จะต้องพึ่งพาอุปสรรคทางวัฒนธรรมและการยึดติดกับกรอบคิดเดิม โดยผู้มีส่วนร่วมต้องมีความเป็นผู้ประกอบการ (civic entrepreneurship) แม้จะต้องแข่งขันกันในเรื่องธุรกิจ แต่ก็สามารถร่วมมือและร่วมกันคิดในส่วนที่เป็นกรอบส่วนรวมได้ ซึ่งโดยสภาพแล้วก็ต้องมีผู้นำหรือกลุ่มผู้นำที่โดดเด่น จากนั้นจะเป็นงานจัดการกระบวนการ ซึ่งเป็นงานของนักพัฒนาเมื่ออาชีพ (Cluster Development Agent) ที่จะ

ช่วยสนับสนุนและเสริมสร้างความเคลื่อนไหวของกลุ่มอีกชั้นหนึ่ง ทั้งในส่วนการวางแผนจัดการ และงานวิชาการที่จำเป็น

● **นโยบายสนับสนุนอย่างสอดคล้อง (Policy enables)**

บรรดานโยบายและมาตรการส่งเสริมกลุ่มภาคการผลิตใด ๆ นั้น จะต้องพัฒนาจากกลยุทธ์การพัฒนาที่กำหนดขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกำหนดนโยบายใดหรือแผนงาน/โครงการลงทุนใดโดยเลื่อนลอย กลยุทธ์ที่ได้จะเป็นแนวชี้แนะที่ทุกฝ่ายยึดเป็นกรอบในการตัดสินใจปรับตัวในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยความเข้าใจและมั่นใจในทิศทางที่กำลังจะเกิดขึ้น ในกรณีที่สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป สมาชิกของกลุ่มจะสามารถรับรู้และปรับทิศทางได้อย่างเท่าทันและเป็นพลวัต

3.2 คลัสเตอร์กับนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม

นโยบายอุตสาหกรรมที่ยึดถือกันโดยทั่วไป (Conventional Industrial Policy) จะมุ่งเน้นการเลือกส่งเสริมอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน มีพื้นฐานแนวคิดว่าอุตสาหกรรมบางประเภทจะสร้างความมั่งคั่งได้มากกว่าประเภทอื่น โดยอาศัยความได้เปรียบจากขนาด โดยการให้ความคุ้มครองและการอุดหนุน และมักจะมีมองการแข่งขันเป็นแบบฝ่ายหนึ่งได้ อีกฝ่ายหนึ่งเสีย (zero-sum game) ในทางตรงกันข้าม แนวคิดคลัสเตอร์มุ่งเน้นถึงการเชื่อมโยงผลผลิตความสามารถในการแข่งขันและกลไกตลาด ไม่มุ่งส่งเสริมคลัสเตอร์ใดโดยเฉพาะ แต่เน้นให้มีการเอื้ออำนวยให้มีการเพิ่มผลิตภาพและมูลค่าเพิ่ม ความเร็วในการประกอบการและการขยายตัวได้อย่างยั่งยืน การที่ประเทศจำนวนมากได้

การนำคลัสเตอร์ไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาค ประเทศ เขต/รัฐ และเมือง

Multi-Country Regions	Nations	Regions/States/Provinces	Cities/Metropolitan/Areas
Central America Middle East	Andorra	Arizona	Bogota
	Bermuda	Atlantic region	Charlotte
	Bolivia	(Canada)	Christchurch
	Bulgaria	Basque Region	Long Island
	Canada	(Spain)	Minneapolis
	Colombia	California	Rotterdam
	Costa Rica	Catalonia	Silicon Valley
	Denmark	Connecticut	Sonoma, CA
	Egypt	Chiguahua	Tampa
	El Salvador	Massachusetts	Wellington
	Finland	Minnesota	Worcester, MA
	Hong Kong	North Carolina	
	India	Ohio	
	Israel	Oregon	
	Jordan	Scotland	
	Malaysia	Quebec	
	Morocco		
	Northern Ireland		
	Norway		
	Netherlands		
	New Zealand		
	Panama		
	Portugal		
	Peru		
	Republic of Ireland		
	South Africa		
	Sweden		
	Tatarstan		
	Venezuela		

ใช้แนวคิดเป็นกรอบในการจัดทำนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม ย่อมเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งถึงความเหมาะสมและประโยชน์ของแนวคิดนี้ และความสำเร็จของ คลัสเตอร์หลาย ๆ แห่งที่เป็นศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเฉพาะด้าน ถือได้ว่าเป็นตัวชี้วัดอีกประการหนึ่งเช่นกัน

4. การประยุกต์คลัสเตอร์กับภาคการผลิตของไทย

4.1 คลัสเตอร์กับภาวะวิสัยของสังคมเศรษฐกิจไทย

แม้ว่าหลายประเทศได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เป็นเวลามากกว่า 10 ปี และได้มีนักวิชาการหลายสำนักในเมืองไทยได้ศึกษาค้นคว้า

วิจารณ์และเปรียบเทียบกับทฤษฎีอื่น ๆ ในการพัฒนาประเทศ แต่ยังไม่มีการประยุกต์เพื่อใช้กับการพัฒนาประเทศอย่างเป็นระบบและแพร่หลาย ทำให้คลัสเตอร์ยังคงเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย

สังคมเศรษฐกิจไทยโดยรวม ยังยึดติดกับแนวคิดภายใต้กรอบความได้เปรียบทางธรรมชาติ (Comparative Advantage) มากกว่าความเก่งหรือความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งเป็นเงื่อนไขทางภาวะวิสัยที่แปลกแยกจากกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์อยู่มาก เริ่มจากทัศนคติทั่วไปในหมู่ผู้ประกอบการที่ยังหวังพึ่งพารัฐแทนที่จะเห็นรัฐเป็นเช่นผู้ร่วมงาน

(Partnership) หรือแบบอย่างในการประกอบการที่ยึดถือกันอยู่ก็เน้นไปที่ยอดขายและราคา (Price Competition) มากกว่าการพัฒนาธุรกิจด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ ขณะเดียวกัน การขึ้นจากภาครัฐในทางปฏิบัติยังคงเน้นอยู่ที่นโยบายอุตสาหกรรมรายสาขาและการส่งเสริมผู้ประกอบการโดยทั่วไป

อย่างไรก็ตาม หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นต้นมา โอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสังคมเศรษฐกิจไทยได้เริ่มปรากฏให้เห็นชัดเจนได้ในระดับหนึ่ง โดยที่แนวคิดคลัสเตอร์นี้ได้ฟุ้งฟักตัวขึ้นในหมู่นักวิชาการไทยหลายสถาบัน เช่น กลุ่ม C4C (Cluster for Competitiveness) ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มนักธุรกิจ

นักคิด และอาจารย์มหาวิทยาลัยของประเทศ และได้เริ่มแพร่หลายไปยังกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม

ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและมาตรการในการพัฒนาภาคการผลิต ได้มีการตื่นตัวและริเริ่มในการนำเอาแนวคิดคลัสเตอร์มาปรับใช้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเข้มแข็งภาคการผลิตและบริการระดับจุลภาค ทำให้มีการบรรจุแนวคิดเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) และในกรอบยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งแผนแม่บทในการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9

ได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับแนวคิดของคลัสเตอร์แทรกอยู่ในยุทธศาสตร์ต่างๆ ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ในลักษณะของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างสถาบัน การเชื่อมโยงธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างสมดุลที่สำคัญ ได้แก่

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน ซึ่งได้มุ่งสร้างการเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจและสังคมระหว่างเมืองและชนบทให้มีบทบาทสนับสนุนซึ่งกันและกัน รวมทั้งการจัดการพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม โดยยึดพื้นที่ ภารกิจและการมีส่วนร่วม (AFP) ไม่ว่าจะเป็นภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม การค้าและบริการ ภาคการเงิน สถาบันการศึกษา การสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งนี้ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาระหว่างเมืองและชนบท ขณะ

เดียวกันในยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ได้ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตระหว่างกิจการอุตสาหกรรมในลักษณะของกลุ่มอุตสาหกรรม การขยายตัวของกิจการจ้างงาน การยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอย่างยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการถ่ายทอดเทคโนโลยีในยุทธศาสตร์การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง "ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก" เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 ที่มี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน ได้กำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของไทย ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการก้าวไปสู่การมีระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีสมรรถนะ (Modern/High Performance Economy) ซึ่งมีลักษณะ

สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) การเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน 2) การสร้างธรรมาภิบาลทั้งภาครัฐและเอกชน 3) โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ 4) การบริหารด้านเศรษฐกิจที่รอบคอบ และ 5) ทุนทางสังคมที่มีคุณภาพ โดยกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกของโลกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.1 ในปี 2549 และการกำหนดตำแหน่งของประเทศในสาขาเศรษฐกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างความเป็นเลิศ (Global Niches) เช่น การท่องเที่ยว ศูนย์กลางแฟชั่น คริวของโลก เทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น รวมทั้งสนับสนุนขบวนการเพิ่มผลผลิตในทุกภาคการผลิตและบริการ ทั้งนี้ ภาครัฐจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อเสริมขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ ได้มีการนำแนวคิดคลัสเตอร์เข้ามาเป็นแนวทางในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการบนพื้นฐานแนวคิดที่ว่าความสามารถในการแข่งขันจะต้องเกิดจากประสิทธิภาพโดยรวม อันเป็นผลมาจากการรวมตัวของกลุ่มภาคการผลิต จากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาระดับผู้ประกอบการ ส่งเสริมการลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ซึ่งให้ผลอยู่ในวงจำกัด

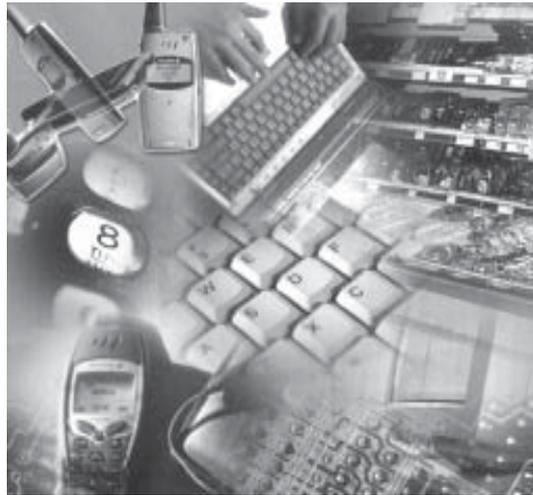


4.2 ความพยายามในการประยุกต์ใช้แนวคิดคลัสเตอร์

แม้ว่า ปัจจุบันได้มีการตื่นตัวเกี่ยวกับการนำคลัสเตอร์มาใช้ในการพัฒนาภูมิภาคการผลิตทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน แต่ความพยายามที่เห็นค่อนข้างชัดเจนจะมาจากกรณีเริ่มของหน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนใหญ่โดยมีภาคเอกชนเข้าร่วมสมทบ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางบางสถาบัน ได้แก่ สถาบันยานยนต์ และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งครอบคลุมสาขาการผลิต เช่น ยานยนต์ สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ความพยายามดังกล่าวส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนของการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ และวางแนวทางในการนำคลัสเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตในบางสาขา อีกทั้งการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ Diamond Model หรือ Five Force Model ของ Porter เป็นเครื่องมือประกอบในการศึกษาเท่านั้น

กรณีศึกษาที่มีการใช้คลัสเตอร์อย่างเต็มรูปในการศึกษาวิเคราะห์เพื่อวางแนวทางเพื่อนำไปสู่การประยุกต์เพื่อหวังผลในทางปฏิบัติ (Application) อย่างเป็นทางการโดยมีทีมงานของ Harvard Business School นำโดย Prof. Christian Ketels ร่วมอยู่ด้วย ได้แก่ โครงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต โดยมูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการ



แห่งประเทศไทย (IMET) ซึ่งได้นำ Diamond Model มาใช้ โดยเน้นถึงความเก่งเฉพาะด้าน (Core Competency) และปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (critical success factors) และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง เพื่อกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมกึ่งอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ภูเก็ต

สำหรับกรณีที่ได้มีการประยุกต์คลัสเตอร์เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มภาคการผลิตอย่างเป็นระบบและกระบวนการ ภายใต้โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกจ.ลำปาง โดยกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นร่วมกับบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) และองค์การพัฒนากอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) แต่โครงการยังอยู่ในระยะเบื้องต้นเท่านั้น ดังนั้น จึงอาจกล่าวสรุปโดยรวมได้ว่า การประยุกต์แนวคิดคลัสเตอร์ในบริบทของไทยยังอยู่ในระยะการทำความเข้าใจกับแนวคิดและสร้างให้เกิดองค์ความรู้ในด้านกระบวนการและวิธีการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การยอมรับร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและมีความสนใจในแนวคิดคลัสเตอร์

4.3 ข้อพิจารณาในการปรับใช้คลัสเตอร์ในบริบทของไทย

เนื่องจากยังไม่อาจหาคลัสเตอร์ที่สามารถอ้างอิงอย่างเป็นรูปธรรมให้เห็นได้อย่างชัดเจนในบริบทของการนำเสนอกิจกรรมการพัฒนาจึงต้องทำให้เกิดความง่ายต่อการทำความเข้าใจ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นมรรคเป็นผลที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยรวม พิจารณาได้ ดังนี้

- **งานจัดตั้ง** เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มภาคการผลิต ต้องอาศัยทั้งการสำรวจและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นให้ปรากฏเห็นเป็นเค้ามูลของกลุ่มภาคการผลิตตามถิ่นฐานต่าง ๆ เสียก่อน จากนั้นจึงกำหนดเกณฑ์คัดเลือกที่เป็นธรรม แล้วหาข้อมูลเพิ่มเติมจนสามารถถ่วงถ่วงได้กลุ่มที่มีขนาดธุรกิจและผู้นำเพียงพอที่จะหยิบยกเป็นเป้าหมายได้ เมื่อได้แล้วจึงจะมีการเจรจาตามขั้นตอนต่อไป จนได้มาซึ่งกลุ่มที่มีความพร้อม

- **งานพัฒนากลยุทธ์** ต้องอาศัยผู้จัดการ (Cluster Development Agent) เข้ากำกับกระบวนการให้เป็นขั้นตอน มีความรู้ความชำนาญ

สามารถค้นคว้าและนำเสนองานวิจัยทางธุรกิจ ซึ่งให้เห็นสถานการณ์ของกลุ่มตลอดจนทางเลือกต่างๆ ป้อนเข้าสู่กลุ่มได้อย่างชัดเจนซึ่งแง่มุมทางคิดทางเลือกให้แก่ที่ประชุมได้อย่างรู้จังหวะ กำกับเป้าหมายในการประชุมให้ตรงไปสู่การแสวงหากลยุทธ์ร่วมอยู่ตลอดเวลา

● **งานพัฒนาคลัสเตอร์ภาคการผลิต** เป็นการนำกลยุทธ์ที่ได้มาปรับใช้กับส่วนงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เริ่มจากกระบวนการรายงานให้ทุกส่วนได้รับรู้ซึ่งกลยุทธ์และภารกิจของทุกส่วน จากนั้นจึงเป็นการปรับตัวของทุกส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของรัฐและเอกชน ปรากฏเป็นนโยบายและมาตรการต่างๆ ของฝ่ายต่าง ๆ ดังนั้น คุณภาพของงานจัดตั้งและงานพัฒนาคลัสเตอร์จะมีคุณภาพเพียงใด หากได้กลุ่มที่เข้มแข็งมีการนำที่ชัดเจน ผนวกด้วยกลยุทธ์ที่สมเหตุผลและมาจากการเรียนรู้ร่วมกันที่แท้จริงแล้ว กลยุทธ์นั้นจะมีทั้งน้ำหนัก และความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดมารองรับ นำกลุ่มภาคการผลิตไปสู่ทิศทางที่กำหนดได้

ในสถานการณ์ที่การค้าของโลกก้าวเข้าสู่ยุคไร้พรมแดนเช่นปัจจุบันประเทศไทยควรจะต้องทำการศึกษาและสำรวจสภาพความเป็นจริงและความเป็นไปได้ทางธุรกิจก่อนว่า ฐานฐานนั้น ๆ มีภาพโดยรวมทางธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างไร มีความพร้อมหรือไม่ เป็นสินค้าหรือบริการที่มีขนาดหรือไม่ มีพัฒนาการอยู่ในขั้นตอนไหนด้วยโครงสร้างพื้นฐานเช่นใด เพื่อนำไปสู่การวางกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพของสาขาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค หรือมีศักยภาพที่จะพัฒนาไปสู่ Global Niches ซึ่งขณะนี้หน่วยงานหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้อยู่ในระหว่างการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนา

อุตสาหกรรมสำหรับภูมิภาค โดยรวมถึงการกำหนดพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนาคลัสเตอร์สาขาต่างๆ (Cluster Mapping)

อย่างไรก็ตาม การสังเคราะห์และปรับใช้คลัสเตอร์กับกลุ่มภาคการผลิตในบริบทของไทย มีข้อที่ควรพึงระวังและคำนึงถึงในการดำเนินการกระบวนการคลัสเตอร์ ดังนี้

● การกำหนดที่จะพัฒนาคลัสเตอร์ใดขึ้นในพื้นที่ส่วนไหนของประเทศนั้น ต้องพิจารณาถึงศักยภาพของกลุ่มประกอบการตามถิ่นฐานต่างๆ ที่มีอยู่ก่อนแล้วในประเทศ และความสำเร็จในการพัฒนาคลัสเตอร์ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพความพร้อมของกลุ่มธุรกิจอีกด้วย

● นอกจากศักยภาพของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว จะต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ด้วยว่า มีองค์ประกอบทางวิชาการและการจัดการถูกต้องหรือไม่ อีกทั้งยังต้องอาศัยระยะเวลาอันนานและเป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง

● คลัสเตอร์เป็นกลุ่มภาคการผลิตที่มีตัวสินค้าหรือบริการโดยเฉพาะเจาะจง มุ่งค้าขายให้กับตลาดเป้าหมายโดยไม่จำเป็นจะต้องเป็นการส่งออกเสมอไป

● ลำพังแต่การกระจุกตัวของกลุ่มประกอบการใดในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งยังไม่อาจถือได้ว่าเป็นคลัสเตอร์ได้ เนื่องจากคลัสเตอร์เป็นนิเวศทางภาคการผลิต ที่มีพลังสร้างสรรค์ คิดค้น มีการแข่งขัน มีการแบ่งงานกันทำ แล้วรวมกันเป็นความเก่งที่มีประสิทธิภาพ

● แม้ว่าคลัสเตอร์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในการกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม โดยเป็นเวทีในการสร้างให้เกิดระบบนวัตกรรมในระดับพื้นที่ (Regional Innovative Systems) อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมโดยตัวเองยังไม่

“

การพัฒนาคลัสเตอร์ขึ้นในพื้นที่

ส่วนโดยของประเทศ จะต้อง

พิจารณาถึงศักยภาพของ

กลุ่มธุรกิจตามถิ่นฐานต่างๆ

ที่มีอยู่ก่อนแล้ว และขึ้นอยู่กับ

ความพร้อมของกลุ่มธุรกิจด้วย

”

เพียงพอต่อการผลักดันผลสำเร็จแนวทางที่จะต้องดำเนินการต่อเนื่องได้แก่ การสร้างให้เกิดบูรณาการทางสถาบันนโยบายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บทบาทภาคเอกชน

การริเริ่มและผลักดันการพัฒนาคลัสเตอร์โดยการนำของภาคเอกชนนับว่าเป็นปัจจัยของความสำเร็จและยั่งยืนในการพัฒนา. เช่นในกรณีของ Silicon Valley ที่ภาคเอกชนมี Fred Terman (Stanford University) กรณีของ Napa Valley (Wine Cluster) ซึ่งมี Robert Mondavi เป็นผู้นำ และกรณีของ Optics-electronics Cluster ใน Tucson, Arizona ซึ่งมี Alan Hald (Micro Age) เป็นผู้นำ เป็นต้น ดังนั้น ภาคเอกชนจะต้องมีการปรับทัศนคติ มองเห็นประโยชน์ของคลัสเตอร์ในการเป็นเวทีที่สร้างโอกาสให้แต่ละหน่วยธุรกิจสามารถเติบโตและพัฒนาต่อไปได้ โดยภาคธุรกิจแต่ละหน่วยจะต้องสร้างทักษะและยึดมั่นต่อพันธกรณีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งภาคธุรกิจจะต้องปรับตัวโดย

● แสดงบทบาทนำ ในฐานะที่เป็น *Civic Entrepreneur*

● ดำเนินการในเรื่องการวิจัยและพัฒนา และการสร้างนวัตกรรม

อย่างจริงจัง

- ดำเนินการในด้านการตลาด เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดที่มีศักยภาพได้

- เตรียมแผนธุรกิจอย่างรอบคอบเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

บทบาทภาครัฐ

แม้คลัสเตอร์จะเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการพัฒนาความเข้มแข็งและความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ใช่เครื่องมือที่มีผลเด็ดขาดในตัวเอง โดยที่คลัสเตอร์ในความหมายที่แท้จริงจะส่งผลได้ต่อเมื่อการพัฒนาเครือข่ายได้รับการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง และมีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเหมาะสม และพอเพียง โดยภาครัฐจะต้องตระหนักในบทบาทของตนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะที่เป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเชื่อมั่น ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐจะต้องปรับบทบาทโดย

- มองเห็นประสิทธิภาพของคลัสเตอร์ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาพื้นที่และอุตสาหกรรมไปพร้อมกัน

- ถือว่าคลัสเตอร์เป็นสถาบันด้านการบริหารที่มีความเป็นธรรมในตัวเอง (Legal-Administrative entities) เพื่อเป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และการสนับสนุนจากชุมชน

- แผนงานสนับสนุนของภาครัฐต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับกระบวนการคลัสเตอร์

5. สรุปและข้อเสนอแนะ

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาครัฐและธุรกิจจำเป็นต้องร่วมมือกันเพื่อ

ลดความเสี่ยงและปูทางในการสร้างโอกาสด้านการค้าและการลงทุน แนวคิดคลัสเตอร์โดยลำพัง 'ไม่อาจ' ประกันการนำมาซึ่งผลสำเร็จได้ ทั้งนี้กรณีตัวอย่างจากต่างประเทศ ได้ชี้ให้เห็นว่าต้องใช้เวลานาน 10 ปี ในการสร้างคลัสเตอร์ให้บังเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยคลัสเตอร์จะเป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ในระดับจุลภาคที่จะช่วยสร้างรูปธรรมให้แก่นโยบายในส่วนอื่น เช่น นโยบายส่งเสริม SMEs นโยบายกระจายความเจริญ นโยบายการค้าระหว่างประเทศ นโยบายปฏิรูปการศึกษา นโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น ไปจนถึงนโยบายกระจายเม็ดเงินให้แก่วงจรเศรษฐกิจต่าง ๆ

ในกรณีของประเทศไทย แม้ว่าการพัฒนาแบบรวมกลุ่มของกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้รับการกำหนดให้เป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 (2545-2549) ในยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศแล้วก็ตาม แต่แนวคิดนี้ยังไม่ได้เป็นที่เข้าใจแพร่หลายในวงกว้าง จึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจ (Awareness) ควบคู่ไปกับการผลักดันคลัสเตอร์ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยต้องอาศัยการริเริ่มและเอาใจจริงเอาใจของผู้นำภาคธุรกิจเอกชนที่มีศักยภาพ มีความสนใจและเชื่อมั่นต่อแนวคิดนี้ โดยเฉพาะในสาขาที่ได้รับการกำหนดให้เป็น Global Niches ตามยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศหรือเป็นตัวจักรในการพัฒนาภูมิภาค ควบคู่ไปกับการรณรงค์ในเรื่องการเพิ่มผลผลิตในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของคลัสเตอร์ย่อมขึ้นอยู่กับพัฒนาการของผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติ วิถีคิด วิถีทำให้สอดคล้องต้องกัน ดังนี้

- ทิศทางของพัฒนาการในนี้ **จะต้องมุ่งไปที่การเสริมสร้าง "ความเก่ง" หรือความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของกลุ่มภาคการผลิตนั้น** ต้องเริ่มจากความเข้าใจพื้นฐานที่ว่าผู้ประกอบการคือผู้มีอำนาจแท้จริงในตลาดปัจจุบัน และศึกษาเพื่อกำหนดเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจน มีจุดมุ่งมั่นที่จะต้องยกระดับสินค้าหรือบริการ

- กระบวนการกำหนดกลยุทธ์ตามทิศทางข้างต้น **จะต้องถือภาครัฐเป็นเพียงหุ้นส่วนหรือผู้ร่วมงานกลุ่มหนึ่งเท่านั้น**

- **การเปิดกว้างให้มีความสำคัญต่อนวัตกรรมทางปัญญา รูปแบบใหม่ๆ อย่างกระตือรือร้น และชาญฉลาดในทางธุรกิจ** เริ่มจากการมุ่งแปรรูปวัตถุดิบ เพิ่มมูลค่าในวงจรการผลิตของแต่ละกลุ่มภาคการผลิตให้ทอดยาวยิ่งขึ้น ส่งเสริมการแบ่งงานเฉพาะด้าน สร้างพื้นที่ว่างให้การแข่งขันของ SMEs ที่เก่ง แข็งแรง และรู้จักร่วมมือกันปฏิเสธการผูกขาดหรือการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ขณะเดียวกันก็ต้องวางแนวทางดึงมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยต่าง ๆ ของรัฐเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง ในวิถีของกลุ่มภาคการผลิตตามถิ่นฐานต่างๆ

- เพื่อเป็นการปูพื้นฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนา Global Niches และการพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาคตามแนวทางพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของชาติ ควรมีการดำเนินงานสร้างความเข้าใจ ขยายความคิด และสาธิตวิธี โดยอาศัยองค์ความรู้บุคลากร (Cluster Development Agent) วิธีการ และฐานข้อมูล (Cluster Mapping) เป็นพื้นฐานให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาตามแนวทางดังกล่าว

การเพิ่มผลผลิต

กับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศ

“
สร้างจิตสำนึกให้
คนไทยในประเทศเห็น
ความสำคัญของการ
เพิ่มผลผลิต ควบคู่กับ
การปรับปรุงและ
พัฒนาเพิ่มผลผลิต
ให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วน
ของสังคม

”

บทนำ

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีนิยามที่กำหนดแน่ชัดเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ความสามารถในการแข่งขัน” แต่ Prof. Michael E. Porter ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ผู้ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านกลยุทธ์การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้กล่าวไว้ว่า ความหมายที่แท้จริงของความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติ คือ การเพิ่มผลผลิต หรือผลิตภาพของชาติ (Productivity) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดมาตรฐานความเป็นอยู่ของประเทศในระยะยาว Prof. Porter ได้ให้ข้อคิดว่า ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Nation) ไม่ได้มีความหมายในแง่ของความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ (Economic Prosperity) เท่านั้น แต่เป้าหมายหลักทางเศรษฐกิจของประเทศ คือ การยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับผลิตภาพของการใช้ทรัพยากร (แรงงานและทุน) ของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับในระดับธุรกิจ (Firm) เป็นลำดับต้น เนื่องจาก การที่บริษัทมีผลิตภาพสูง จะส่งผลให้บริษัทนั้นมีความสามารถในการแข่งขันสูง หลายบริษัทก็จะนำไปสู่อุตสาหกรรมที่มีผลิตภาพสูงและความสามารถในการแข่งขันสูง และหลายๆ อุตสาหกรรมก็จะต่อเนื่องไปจนถึงระดับประเทศเช่นกัน



เช่นเดียวกับการศึกษาของบริษัท McKinsey & Company (Thailand), Inc จำกัด¹ ที่ระบุไว้ว่า การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นพื้นฐานของการนำมาสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากรายได้ประชาชาติต่อหัว (GDP per Capita) เป็นผลผลิตจากการจ้างงาน (Employment) และผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผลิตภาพแรงงานที่ธุรกิจสามารถเพิ่มผลิตภาพของตน ก็จะสามารถจ่ายค่าตอบแทนแรงงานได้สูงขึ้น มีกำไรเพิ่มขึ้น นำมาสู่การเพิ่มขึ้นในค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคและการลงทุนของธุรกิจ ซึ่งท้ายที่สุดเป็นการเพิ่มรายได้ประชาชาติให้แก่ประเทศโดยรวม

¹ McKinsey & Company (2002), Thai Productivity Report : Prosperity through Productivity

หลายประเทศในโลกต่างขานรับต่อแนวคิดดังกล่าว และได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตในฐานะของการนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการกำหนดให้การเพิ่มผลผลิตเป็นเป้าหมายสำคัญของประเทศที่คนในประเทศทุกคนจะต้องมุ่งไปสู่เป้าหมายดังกล่าว เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน ได้มีการจัดตั้งองค์กรระดับชาติและนานาชาติของแต่ละประเทศ ที่ควรกล่าวถึงและใกล้ตัวประเทศไทยมากที่สุด คือ Asian Productivity Organization (APO) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกที่มีการจัดตั้งองค์กรในระดับประเทศประมาณ 20 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย โดย



ทำหน้าที่ส่งเสริมสร้างจิตสำนึกให้คนในประเทศเห็นความสำคัญของการเพิ่มผลผลิต ควบคู่กับการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มผลผลิตให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของสังคม

มาทำความรู้จักกับ “Productivity” ให้มากขึ้น

นิยาม

คำว่า “Productivity” มีผู้ให้คำนิยามที่หลากหลาย ประเทศสมาชิกของ APO จะใช้นิยามของ EPA (European Productivity Agency) และ ILO (International Labor Office) สำหรับคำแปลในภาษาไทยมีอยู่หลายคำ อาทิ การเพิ่มผลผลิต ผลิตภาพ และ

ประสิทธิภาพการผลิต แต่ที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในวงการธุรกิจ คือ การเพิ่มผลผลิต

การเพิ่มผลผลิตตามความหมายของ EPA ซึ่งค่อนข้างทางด้านปรัชญา คือ จิตสำนึกหรือเจตคติที่แสวงหาปรับปรุงและสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้นเสมอ ด้วยความเชื่อมั่นว่าเราสามารถทำวันนี้ให้ดีกว่าเมื่อวานนี้ และพรุ่งนี้ต้องดีกว่าวันนี้ เป็นความเพียรพยายามอย่างไม่มีที่สิ้นสุดที่จะปรับเปลี่ยนงานหรือกิจกรรมที่ทำให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ด้วยการให้เทคนิควิธีการใหม่ๆ

ส่วน ILO จะให้ความหมายในเชิงเทคนิค ซึ่งเหมือนกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวว่า การเพิ่มผลผลิต คือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า

วิธีการวัด

การวัดการเพิ่มผลผลิตมีอยู่ 3 แนวคิด ได้แก่

1. การวัดการเพิ่มผลผลิตเทียบกับปัจจัยตัวใดตัวหนึ่ง (Partial Productivity) คือ อัตราส่วนของผลิตผลต่อปัจจัยการผลิตแต่ละตัว ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตนั้นๆ ว่าถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่ามากน้อยเพียงไร ที่นิยมตามแนวคิดนี้ประกอบด้วย การเพิ่มผลผลิตของแรงงาน (Labor Productivity) และการเพิ่มผลผลิตของทุน (Capital Productivity) รวมทั้ง ยังมีการวัดในลักษณะอื่นๆ อีก เช่น การเพิ่มผลผลิตของที่ดิน (Land Productivity) การเพิ่มผลผลิตของวัตถุดิบ (Material Productivity) และการเพิ่มผลผลิตของพลังงาน (Energy Productivity) เป็นต้น

2. การวัดการเพิ่มผลผลิตเทียบกับปัจจัยการผลิตทั้งหมด (Total Productivity) คือ

อัตราส่วนของผลิตผลทั้งหมดต่อปัจจัยการผลิตทุกตัว

3. การวัดการเพิ่มผลผลิตโดยรวม (Total Factor Productivity : TFP) คือ ส่วนของการเพิ่มผลผลิตที่ไม่สามารถวัดผลิตผลที่เกิดขึ้นต่อการใช้จ่ายการผลิตอื่นๆ นอกเหนือจากแรงงานและทุนได้ เช่น ความรู้และทักษะแรงงานที่เพิ่มขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การโยกย้ายทรัพยากร การประหยัดต่อขนาดการผลิต ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ และสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจและกฎหมาย เป็นต้น

“

ขีดความสามารถ
ในการแข่งขันของไทย
อยู่ในอันดับที่ 9
จาก 11 ประเทศ
ในกลุ่มเอเชีย
สาเหตุสำคัญมาจาก
ปัจจัยด้าน
การเพิ่มผลผลิต
ที่อยู่ในอันดับต่ำ

”

ทำไมประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับ “การเพิ่มผลผลิต”

จากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ 49 ประเทศ โดยสถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาด้านการจัดการ (International Institute for Management Development : IMD) ระบุว่า ประสิทธิภาพของธุรกิจไทยอยู่ในอันดับที่ต่ำมาก (อันดับที่ 44 ในปี 2541 และ ปี 2544 และเป็นอันดับที่ 38 ในปี 2545) โดยอยู่ในอันดับที่ 9 จาก 11 ประเทศในแถบเอเชีย สาเหตุสำคัญมาจากอันดับที่ต่ำของปัจจัยด้านการเพิ่มผลผลิต ทั้งที่เป็นผลิตภาพโดยรวม (อันดับที่ 45) ผลิตภาพแรงงาน (อันดับที่ 45) และผลิตภาพรายสาขา ได้แก่ เกษตร (อันดับที่ 45) อุตสาหกรรม (อันดับที่ 44) และ บริการ (อันดับที่ 41)

สาเหตุที่ประเทศไทยมีผลิตภาพต่ำโดยเปรียบเทียบ ทั้งในระดับเศรษฐกิจโดยรวม และรายสาขาการผลิตนั้น จากการศึกษาของบริษัท McKinsey & Company (Thailand), Inc จำกัด พบว่า อุปสรรคสำคัญแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ได้แก่ **ปัจจัยทางการบริหารและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ** คือ การขาดประสิทธิภาพของการจัดสรรทุน (Capital Misallocation) และความด้อยประสิทธิภาพทางด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการ (Organizational and Technological Deficiencies) ในรูปแบบต่างๆ เช่น นวัตกรรม การบริหารจัดการที่เป็นระบบดังที่ปฏิบัติในประเทศพัฒนาแล้ว และการนำมาใช้ซึ่งกระบวนการแบบอัตโนมัติ เป็นต้น

ระดับที่ 2 ได้แก่ **สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม** (Industry Dynamics) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและการปรับตัวของผู้ประกอบการในการพัฒนาขีดความสามารถของประเทศ

ระดับที่ 3 ได้แก่ **อุปสรรคจากปัจจัยภายนอก** เช่น นโยบายของรัฐ และกฎข้อบังคับเฉพาะในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งนำไปสู่สภาพการแข่งขัน แนวทางการบริหารและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในปัจจุบันที่ยังมีผลิตภาพต่ำกว่ามาตรฐาน



ขบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศไทย

ขบวนการเพิ่มผลผลิต (Productivity Movement) หมายถึง การรวมพลังจากทุกส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตตามเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศ โดยผ่านกระบวนการรณรงค์ส่งเสริม และการพัฒนาบุคลากรให้กลุ่มคนมีจิตสำนึก ความรู้ และทักษะในด้านการเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน²

² คณะอนุกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศ (สิงหาคม 2543) แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศ

“
การเพิ่มพละ
ของประเทศ
จะต้องทำให้เกิด
ขบวนการขึ้น
ในทุกภาคส่วน
ของสังคม
โดยมีแผนยุทธศาสตร์
เป็นเครื่องมือ

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ขบวนการเพิ่มผลผลิตจะต้องประกอบด้วย 2 ส่วน คือ **ส่วนแรก** แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศ และ**ส่วนที่สอง** กลไกในการผลักดันขบวนการเพิ่มผลผลิต

ในส่วนของ**แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศ** สศช. ร่วมกับสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ได้ร่วมกันผลักดันให้เกิดแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การเพิ่มผลผลิตของประเทศขึ้น โดยมีแนวคิดและหลักการว่าการเพิ่มผลผลิตของประเทศจะต้องทำให้เกิดขบวนการขึ้นในทุกภาคส่วนของสังคม โดยมีแผนยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือในการผลักดันให้เกิดการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ให้เป็นไปในแนวทางที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศกำหนดไว้ ขณะเดียวกัน ทำหน้าที่เป็นตัวเร่ง (Catalyst)หล่อลื่น (Lubricant) และประสานเชื่อมโยงเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการใช้ทรัพยากรในการพัฒนาตามแผนพัฒนาต่างๆ ของประเทศให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยกำหนดไว้ 10 ยุทธศาสตร์ ซึ่งต่อมาปรับเปลี่ยนเป็น 7 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การสร้างจิตสำนึกด้านการเพิ่มผลผลิตให้ทุกคนในชาติ ยุทธศาสตร์การสร้างแรงจูงใจในการเพิ่มผลผลิต ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการสร้างพัฒนาและถ่ายทอดนวัตกรรม และเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มผลผลิต ยุทธศาสตร์การยกระดับความรู้ทักษะด้านการบริหารจัดการเพื่อการเพิ่มผลผลิต ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการเตือนภัยและการติดตามประเมินผล และยุทธศาสตร์การเสริมสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเพิ่มผลผลิต

การจะปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตในระดับชาติให้สำเร็จได้มิใช่เพียงแผนงานที่ดีเท่านั้น แต่จะต้องมีการดำเนินงานที่ดีโดยใช้ขบวนการเพิ่มผลผลิตที่มีการร่วมมือกันของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล ผู้ประกอบธุรกิจ เกษตรกร แรงงาน นักวิชาการ สื่อสารมวลชน และประชาชนทั่วไป สำหรับ**กลไกการผลักดันขบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศ** ได้มีการจัดตั้งองค์กระระดับประเทศ คือ ศูนย์เพิ่มผลผลิตแห่งประเทศไทยขึ้นในปี 2505 ซึ่งต่อมาเปลี่ยนสถานภาพเป็นหน่วยงานอิสระในนามสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติในปี 2538 ให้มีหน้าที่พัฒนาการเพิ่มผลผลิตของภาคอุตสาหกรรมและยกระดับการเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้น การดำเนินงานที่ผ่านมายังคงจำกัดอยู่เฉพาะการให้บริการแก่ธุรกิจที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น อาทิ การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิต การจัดทำระบบคุณภาพมาตรฐานสากล และการให้การฝึกอบรม เป็นต้น แต่ปัญหาด้านการเพิ่มผลผลิตไม่ได้จำกัดอยู่ในภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น ยังครอบคลุมไปถึงภาคเกษตรและบริการ ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้น จำเป็นที่จะต้องมีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการขยายขอบเขตการดำเนินงานของกลไกระดับชาติดังกล่าวให้ครอบคลุมสาขาการผลิตอื่นๆ ที่สำคัญมากขึ้น

การเพิ่มผลผลิตเป็นเรื่องที่หลายประเทศต่างยอมรับถึงความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ความสำเร็จของแนวคิดดังกล่าวจะประสบผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้จำเป็นต้องมีพลังขับเคลื่อนที่สำคัญประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ใช้เป็นกรอบการดำเนินงานกลไกในการผลักดันให้มีการปฏิบัติ และที่สำคัญคือ การยอมรับจากทุกฝ่ายในสังคม ซึ่งจำเป็นต้องมีการสร้างให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการประสานเชื่อมโยงอย่างสอดคล้องกัน



ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถ

ในการแข่งขันของประเทศ

“

การมองเรื่องความสามารถ
ในการแข่งขันของประเทศ
จะต้องมองถึงสมรรถนะและ
ความพร้อมของระบบเศรษฐกิจ
ทั้งระบบ ในเชิงพลวัต
เชิงเปรียบเทียบ

”

บทนำ

ก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ ประเทศไทยอยู่ระหว่างความภาคภูมิใจกับเศรษฐกิจฟองสบู่ที่มีการเติบโตสูงมาโดยตลอด (เฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี) เช่นเดียวกับภาวะการส่งออกที่มีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง แต่วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 ทำให้ความชื่นชมดังกล่าวหยุดชะงักลง กลายเป็นความขมขื่นของหลายคนในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากภาวะถดถอยดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ทำให้เกิดบทเรียนที่น่าจดจำและนำมาสู่การแก้ไขและหาหนทางที่จะไม่ให้เกิดปัญหาดังเดิม

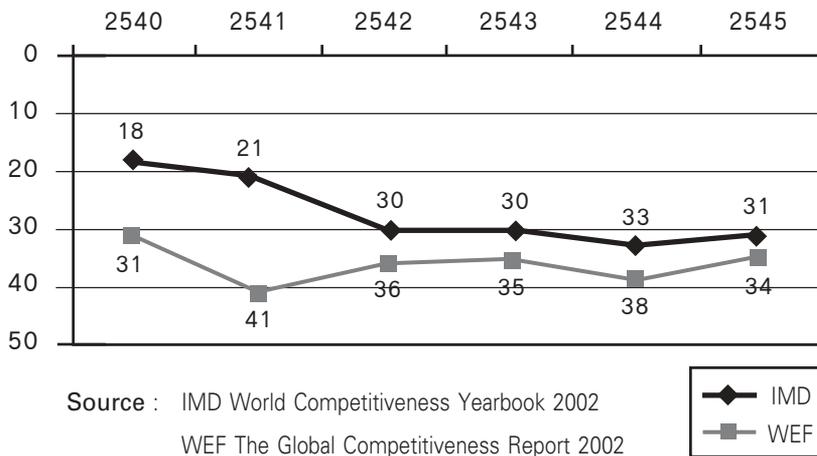
นอกเหนือจากความไม่มีเสถียรภาพทางด้านนโยบายการเงินแล้ว หลายฝ่ายต่างมองว่า การพึ่งพาจากต่างประเทศในสัดส่วนสูงโดยที่ฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขาด



ความเข้มแข็ง ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยจุดดับความล้มเหลวทางเศรษฐกิจในครั้งนั้น ประกอบกับ การรายงานอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยสถาบันจัดอันดับนานาชาติ ได้แก่ International Institute for Management Development (IMD) และ World Economic Forum (WEF) ที่แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ เมื่อเทียบกับหลายประเทศในโลกและในภูมิภาคเดียวกัน (รูปที่ 1 และ ตารางที่ 1) โดยเฉพาะปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนา ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน และการบริหารจัดการ นำมาซึ่งความคิด

ในการปฏิรูปเศรษฐกิจไทยภายใต้การสร้างรากฐานของการแข่งขันทางเศรษฐกิจให้แข็งแกร่ง สามารถแข่งขันได้ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนแนวคิดของการแข่งขัน จากการใช้ข้อได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Comparative Advantage) แต่เพียงอย่างเดียว มาเป็นการมุ่งเน้นการใช้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) ควบคู่กับความสามารถในการสร้างให้เกิดความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Differentiation)

รูปที่ 1 : อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเปรียบเทียบกับก่อนและหลังวิกฤติ



Source : IMD World Competitiveness Yearbook 2002
WEF The Global Competitiveness Report 2002

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

จากผลการจัดอันดับของ IMD และ WEF ในปี 2545*

	สิงคโปร์	ไต้หวัน	เกาหลี	มาเลเซีย	ไทย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย
IMD ภาพรวม	5 (2)	24 (18)	27 (28)	26 (29)	34 (38)	40 (40)	47 (49)
ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	15 (3)	40 (29)	24 (19)	25 (13)	32 (15)	33 (40)	41 (46)
ประสิทธิภาพของรัฐบาล	1 (1)	21 (20)	25 (31)	19 (26)	27 (39)	37 (37)	45 (45)
ประสิทธิภาพของธุรกิจ	11 (10)	18 (19)	27 (31)	25 (36)	38 (44)	44 (41)	49 (48)
โครงสร้างพื้นฐาน	7 (5)	20 (16)	28 (34)	26 (38)	38 (40)	44 (41)	49 (49)
WEF ภาพรวม	4 (4)	3 (7)	21 (23)	27 (30)	31 (33)	61 (48)	67 (63)
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	17 (18)	2 (4)	18 (9)	26 (2)	41 (39)	52 (40)	65 (61)
สถาบันภาครัฐ	7 (6)	27 (24)	32 (43)	33 (38)	39 (41)	70 (63)	77 (65)
สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	1 (1)	6 (15)	10 (8)	20 (20)	11 (16)	32 (28)	53 (41)

*หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ อันดับในปี 2544

ทำไมต้องแข่งขัน

“ถึงแม้เราจะไม่แข่ง ก็จะมีคนมาแข่งกับเรา” ประโยคนี้ใช้กับโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงของประเทศหนึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ประเทศไทยในฐานะที่มีระบบเศรษฐกิจพึ่งพิงการค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ (พิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกและสัดส่วนการนำเข้าต่อมูลค่าผลผลิตรวมของประเทศ (GDP) ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 50 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดมา) (ตารางที่ 2) รวมทั้ง การพึ่งพิงเงินทุนและเทคโนโลยีในระดับสูงสำหรับการพัฒนาประเทศ (ตารางที่ 3) จำเป็นที่ประเทศไทยต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก

ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นและหลากหลายรูปแบบ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร การขยายตัวของพลเมืองโลก ความเหลื่อมล้ำของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและค่านิยมทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมและประเพณีที่ผ่านมามีประเทศไทยยังขาดยุทธศาสตร์ที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวอย่างเป็นกระบวนการ และคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตที่เข้มแข็งเพียงพอ

ความสามารถในการแข่งขันคืออะไร

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)” ยังไม่มีนิยามที่ชัดเจนที่จะอธิบายความหมายของคำนี้ได้ ในระยะเริ่มต้นของการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นิยามของแนวคิดจะมุ่งเน้นไปที่ความสามารถของประเทศในการส่งออกสินค้าให้มากที่สุด และนำเข้าให้น้อยที่สุด ซึ่งแนวคิดดังกล่าวต่อมาได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าก่อให้เกิดปัญหาของการหดตัวทางการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจาก ทุกประเทศต่างมุ่งที่จะใช้มาตรการผลักดันให้เกิดการส่งออก โดยการลดต้นทุนการผลิตและการอุดหนุนสินค้าโดยภาครัฐ รวมทั้งการนำมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมมาใช้

หลายฝ่ายตระหนักว่า หัวใจของความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ระดับของประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งการได้ดุลการค้าเพิ่มขึ้นไม่ได้หมายความว่า ประเทศนั้นจะต้องมีประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมที่สูง นั่นหมายถึง การมองเรื่องความสามารถในการแข่งขันของประเทศใดประเทศหนึ่ง ควรที่จะต้องมองถึงสมรรถนะและความพร้อมของระบบเศรษฐกิจทั้งระบบในเชิงพลวัตเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ต่างมองเห็นประเด็นที่จะต้องมีความเชื่อมโยงกันระหว่างการค้าระหว่างประเทศ และความเติบโตทางเศรษฐกิจ กับการปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพและ

ตารางที่ 2 สัดส่วนทางการค้าของไทยต่อ GDP

รายการ	2540	2541	2542	2543	2544p	2545p*
มูลค่าผลผลิตมวลรวม (GDP) (พันล้านบาท)	4,732.61	4,626.45	4,632.13	4,904.72	5,100.68	2,661.78
มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	2,272.11	2,723.95	2,703.31	3,289.68	3,379.57	1,659.02
มูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	2,205.12	1,988.91	2,120.35	2,862.27	3,071.47	1,494.16
สัดส่วนการส่งออกต่อ GDP (ร้อยละ)	47.99	58.86	58.34	67.04	66.24	62.31
สัดส่วนการนำเข้าต่อ GDP (ร้อยละ)	46.57	42.98	45.76	58.33	60.20	56.12

*ตัวเลข 6 เดือน (ม.ค.-มิ.ย. 2545)

ที่มา : สำนักเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 3 การเคลื่อนย้ายเงินทุนของประเทศ

(ล้านบาท)

รายการ	1997	1998	1999	2000	2001p*
Direct Investment	105,262	205,217	212,811	113,188	160,030
- Foreign Direct Investment	117,696	209,888	134,592	115,286	167,664
- Thai Direct Investment Aboard	-12,434	-4,671	-12,781	-2,098	-7,634
Other Loans	-130,397	-164,381	-165,955	-180,778	-122,607
- Foreign Loans	-132,278	-166,782	-164,157	-180,293	-123,057
- Thai Loans	1,881	2,401	-1,798	-485	450
Portfolio Investment	138,268	20,502	14,884	3,066	-29,466
- Equity Securities	122,303	14,271	35,589	35,295	595
- Debt Securities	15,965	6,231	-20,705	-32,229	-30,061

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, พฤศจิกายน 2545

คุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น การคำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพิทักษ์สิทธิมนุษยชน เป็นต้น

จึงเป็นที่มาของนิยามที่นักเศรษฐศาสตร์และนักบริหารจัดการ รวมทั้งสถาบันที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในปัจจุบันได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่สอดคล้องกันคือ **ความสามารถของประเทศในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระยะยาว** ซึ่งจะต้องเป็นทั้งการแข่งขันระดับต่างประเทศที่เป็นความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกควบคู่กับการแข่งขันในระดับชาติ ที่จะก่อให้เกิดความพอใจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของประชากร รวมทั้ง Dr. Michael E. Porter ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ผู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลกเกี่ยวกับแนวคิดทางด้าน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้กล่าวถึงความหมายที่แท้จริงของความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติคือ **ผลิตภาพ (Productivity) ที่เป็นมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นต่อหน่วยของแรงงานและทุนของประเทศ** ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิตเหล่านั้นด้วย โดยที่ ผลิตภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดมาตรฐานความเป็น

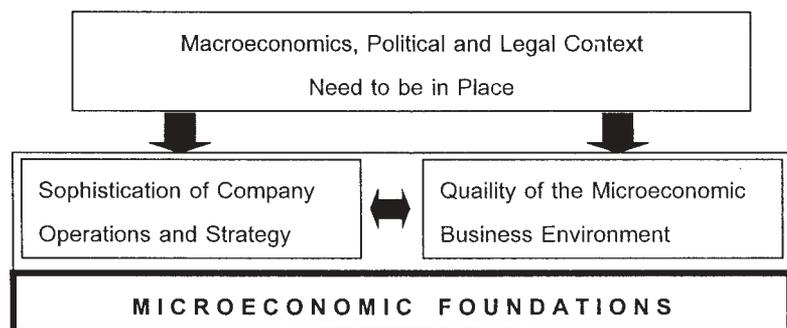
อยู่ของประเทศในระยะยาว เนื่องจากเป็นรากฐานสำคัญของรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศ ผลิตภาพของทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Productivity) จะเป็นตัวกำหนดอัตราค่าจ้าง ในขณะที่ผลิตภาพของทุน (Capital Productivity) จะเป็นปัจจัยกำหนดผลตอบแทนที่จะกลับสู่ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน การมีผลิตภาพที่สูงไม่ใช่เพียงช่วยส่งเสริมการยกระดับรายได้ให้สูงขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ประชาชนในประเทศมีเวลาว่างมากขึ้น และเมื่อคนมีรายได้มากขึ้น รัฐบาลก็สามารถเก็บภาษีได้มากขึ้น และสามารถจัดหาบริการสาธารณะแก่ประชาชนได้ดีขึ้น ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านสุขภาพ ความปลอดภัย โอกาสที่เท่าเทียมกัน และการมีสภาพแวดล้อมที่ดี ดังนั้น Porter จึงมีแนวคิดของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่เน้นการพัฒนาความเข้มแข็งในระดับจุลภาค คือ ระดับธุรกิจ โดยปัจจัยทางด้านมหภาค ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย จะต้องไม่เสถียรภาพและเหมาะสมที่จะเอื้อต่อ

การดำเนินงานของภาคธุรกิจ(รูปภาพที่2) ดังนั้น แนวคิดของความสามารถในการแข่งขัน นอกจากจะกล่าวถึงในระดับประเทศแล้ว ยังขยายขอบเขตครอบคลุมทั้งในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ และระดับอุตสาหกรรมด้วย โดยในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถที่จะให้มีผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่ากับหรือดีกว่าคู่แข่งตัวชี้วัดความสำเร็จคือ ผลกำไร อัตราส่วนส่งออกของการผลิต และส่วนแบ่งในตลาดโลกหรือตลาดภูมิภาค ระดับอุตสาหกรรม ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถของบริษัทของประเทศที่จะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งต่างชาติในอุตสาหกรรมนั้นๆ ตัวชี้วัดคือ ผลกำไร ดุลการค้าของประเทศในอุตสาหกรรมนั้น ราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

ความสามารถในการแข่งขันของไทย : ปัจจุบันสู่ออนาคต

รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึง

รูปภาพที่ 2 : THE COMPETITIVENESS PARADIGM



ที่มา : Michael E. Porter, 1998

ความสำคัญต่อการปรับตัวของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงได้มอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับ 7 หน่วยงานเศรษฐกิจ ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 เพื่อกำหนดกรอบแนวทางในการทำงานร่วมกันในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ซึ่งที่ประชุมดังกล่าวได้เห็นชอบที่จะปรับเปลี่ยนแนวคิดการพัฒนา (Paradigm Shift) จากการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่า (More for Less) มาสู่การลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนที่มากกว่า (More for More) และให้ความสำคัญกับห่วงโซ่มูลค่าที่เน้นอุปสงค์เป็นตัวนำ (Demand Driven Value Chain) ภายใต้ความร่วมมือในทุกระดับทั้งในระดับธุรกิจ ระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองให้มากขึ้นบนพื้นฐานของเศรษฐกิจระบบคู่ขนาน (Dual Economy) คือ ให้ความสำคัญกับการแสวงหาเงินตราต่างประเทศโดยการส่งออก ในขณะที่เดียวกัน ก็ต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศให้เป็นรากฐานสำหรับการ



พัฒนาเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองได้ระดับหนึ่ง โดยจะต้องมีการปรับทิศทางการพัฒนาและปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ทั้งในระดับมหภาค และระดับจุลภาคไปพร้อมกัน 4 ด้าน ได้แก่ (1) เศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomics) (2) ภาคการผลิตและบริการ (Real Sector) (3) ปัจจัยสนับสนุนพื้นฐาน (Generic Factors) ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน การบริหารจัดการ และ (4) การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อม/จิตสำนึก (Awareness)

ยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว ในเบื้องต้น ได้มีการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบของสถานการณ์โลกในปัจจุบันและอนาคตที่มีต่อการแข่งขันของไทย ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกที่สามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและข้อจำกัดของประเทศ ประกอบกับการพิจารณาปัจจัยภายในที่เป็นทั้งจุดแข็งและจุด

อ่อนของการพัฒนา และกำหนดออกมาเป็นความต้องการให้ประเทศไทยเป็น 7 ประการที่จะต้องพัฒนาออกมาในรูปของกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมในลำดับต่อไปคือ

1. การวางรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง (Economic Development Platform) ในลักษณะของ Dual Track ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพโดยอาศัยสาขาการผลิตและบริการที่มีศักยภาพ เช่น การท่องเที่ยว การเป็นแหล่งวัฒนธรรม และการเป็นแหล่งแฟชั่น เป็นต้น ควบคู่กับการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจระดับรากหญ้า เช่น SMEs และวิสาหกิจชุมชน และให้ความสำคัญกับรูปแบบการบริหารจัดการที่ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศเพื่อลดการพึ่งพิงจากภายนอก ภายใต้การมีปัจจัยพื้นฐานที่ดีสำหรับสนับสนุนการพัฒนาดังกล่าว
2. การมีบทบาทเชิงรุกในเวทีโลก (Active International



Player) ทั้งในระดับรัฐบาลในการทำหน้าที่เป็นตัวจักรสำคัญในการส่งเสริมความร่วมมือในระดับภูมิภาค เช่น ACD และ ASEAN เป็นต้น และในระดับภาคเอกชน ที่จะต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการเป็นผู้ประสานการลงทุนและการผลิตของภูมิภาค เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ

3. การเข้าสู่ความเป็นสากลของสินค้าและบริการ (World Leader in Niche Market) ซึ่งในเบื้องต้นได้กำหนดไว้ 9 ประเภทได้แก่ การเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) การเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางด้านสุขภาพของโลก (World Health Service Center) การเป็นศูนย์กลางทางด้านรถยนต์ของภูมิภาค (Detroit of Asia) การเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวของเอเชีย (Asia Tourism Capital) การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของเอเชีย (Asia Tropical Fashion) การเป็นศูนย์กลางการออกแบบกราฟฟิกของโลก (World Graphic Design and Animation Center) การเป็นตลาดเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญของโลก (World

Furniture Mart) การเป็นแหล่งผลิตยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่มีคุณภาพของโลก (World Leader in Good Quality of Rubber and Rubber Products) และการเป็นโรงเรียนนานาชาติสำหรับการสอนการให้บริการอย่างเป็นมิตร (World Hospitality International School)

4. การเป็นประเทศที่สร้างสรรสิ่งใหม่ๆ จากภูมิปัญญาและฐานการเรียนรู้ (Innovative Nation with Wisdom and Learning Base) ซึ่งจะต้องอาศัยการสร้างฐานการเรียนรู้ของคนไทยให้เข้มแข็งอย่างทั่วหน้าทั้งที่เป็นตัวบุคคล องค์กรและสถาบัน รวมทั้ง ปัจจัยสนับสนุนต่อการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ ที่จะช่วยให้สามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่ในประเทศ ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของโลก เพื่อประโยชน์ของการพัฒนาประเทศ

5. การเป็นสังคมความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) เพื่อสร้างคนไทยให้มีแนวคิดในเชิงธุรกิจมากขึ้น โดยการ

สร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ สร้างความรู้ความเข้าใจและ Mindset ของความเป็นนักธุรกิจที่ดี โดยเฉพาะกับ SMEs และวิสาหกิจชุมชน

6. การเป็นสังคมที่เปิดกว้างบนพื้นฐานของความภูมิใจในวัฒนธรรม (Society of Cultural Pride with Global Sense) คนไทยต้องรู้จักรัก ใช้ประโยชน์ และหวงแหนวัฒนธรรมของประเทศไว้ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกัน ก็ต้องฉลาดในการที่จะเลือกใช้ประโยชน์และผสมผสานวัฒนธรรมต่างชาติกับวัฒนธรรมของประเทศ

7. การเป็นประเทศที่มีสิ่งแวดล้อมในการอยู่อาศัยที่ดี (Country of Decent Environment of Living) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาวะแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ เพื่อประโยชน์ทั้งในด้านสุขอนามัยที่ดีของประชาชน และเพื่อประโยชน์ต่อการแข่งขันของประเทศในตลาดโลก

กลไกการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) ขึ้นเป็นกลไกระดับชาติในการผลักดันให้กระบวนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสามารถบังเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและบูรณาการโดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการประกอบด้วย รองนายก

รัฐมนตรีและรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง
ประธานกรรมการ สศช. ประธาน 3
สถาบันเอกชน (สภาหอการค้าแห่ง
ประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่ง
ประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย)
รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ และเลขาธิการ
สศช. ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการ
และเลขาธิการ กพข.

ขณะเดียวกันได้มีการจัดตั้ง
**สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีด
ความสามารถในการแข่งขันของ
ประเทศ (กพข.)** เป็นหน่วยงานภายใน
สศช. ทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติ
ภารกิจของ กพข. ให้เป็นไปตาม
วัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง
ได้ดำเนินการภายใต้ระเบียบสำนัก
นายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาขีด
ความสามารถในการแข่งขันของ
ประเทศ พ.ศ. 2545 ที่ได้ประกาศใน
ราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม
2545 รองรับการทำงานดังกล่าว
โดยจะมีการจัดจ้างผู้ที่เป็นเลิศทาง
ปัญญา (The Best and the Brightest)
เพื่อมาร่วมงานกับ สพข. ในการ
สนับสนุนการทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการ
ของ กพข. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากการจัดตั้งองค์กร
เพื่อรองรับการดำเนินงานการพัฒนา
ขีดความสามารถในการแข่งขันของ
ประเทศแล้ว รัฐบาลยังได้จัดสรรงบประมาณ 2 ส่วน คือ

ส่วนแรก จากงบค่าใช้จ่าย
สำรองเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจประจำ
ปีงบประมาณ 2545 จำนวน 1,000 ล้าน
บาท เพื่อดำเนินการภายใต้กรอบแผน
งาน 5 แผน ได้แก่ (1) แผนงานจัดทำ
ยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ และการ
ติดตามประเมินผล (2) แผนงานผลิต



จำนวน 16,600 ล้านบาทดังกล่าว

ด้านการเพิ่มผลผลิต (3) แผนงาน
พัฒนาความเข้มแข็งของภาคการผลิต
(4) แผนงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ
และ (5) แผนงานการบริหารจัดการ
ทั่วไป

ส่วนสอง เป็นงบประมาณ
ตามยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้าง
ของประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันในงบประมาณรายจ่าย
ประจำปี 2546 วงเงิน 16,600 ล้านบาท
ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 5
พฤศจิกายน 2545 เห็นชอบให้แต่งตั้ง
**“คณะกรรมการกลั่นกรองแผนงาน/
โครงการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ
และสังคม”** ที่มีเลขาธิการ สศช. เป็น
ประธาน และเจ้าหน้าที่ของ สศช. ทำ
หน้าที่เลขานุการและผู้ช่วยเลขานุการ
เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์สัดส่วนการ
จัดสรรงบประมาณ และกิจกรรมการ
ปรับปรุงโครงสร้างเศรษฐกิจและ
สังคมให้กลุ่มภารกิจต่างๆ รวมทั้ง
พิจารณาผลักดันโครงการและจัดลำดับ
ความสำคัญของแผนงาน/โครงการ
เพื่อขออนุมัติจากคณะรัฐมนตรีภายใต้
งบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาล

สิ่งที่ต้องทำต่อไป

ความต้องการให้ประเทศไทย
เป็นทั้ง 7 ประการข้างต้น เป็นเพียงมุมมอง
จากภายในสู่ภายนอก (Inside-Out)
คือ จากหน่วยงานภาครัฐเป็นสำคัญ
ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการทบทวนและ
ระดมความคิดเห็นในมุมมองจาก
ภายนอกสู่ภายใน (Outside-In) เพื่อให้
เป็นยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันของประเทศที่มีความ
เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการณ์
ของปัจจัยทั้งภายในและภายนอก
ประเทศ รวมทั้งสามารถนำไปสู่การ
ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

จึงเป็นหน้าที่ของ สศช. ใน
ฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการ
กพข. และคณะกรรมการ กพข. โดยตรง
ที่จะต้องผลักดันให้เกิดการดำเนินงาน
เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการ
แข่งขันของประเทศให้บรรลุเป้าหมาย
ที่พึงประสงค์



กระบวนการ Clustering :

คำตอบของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

แก้วสรร อติโพธิ
วุฒิสมาชิก



การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ในโลกยุคปัจจุบัน ประเทศไทยจะต้องรับมือกับปัญหาที่สำคัญท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ 2 เรื่องด้วยกัน เรื่องแรกคือ ด้านเศรษฐกิจมหภาค ซึ่งได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 และภาครัฐได้มีความพยายามอย่างยิ่งที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจให้แข็งแกร่งขึ้น สำหรับอีกเรื่องหนึ่งคือ เรื่องปัญหาในภาคการผลิตที่แท้จริง (Real Sector) ซึ่งการแก้ไขโดยใช้นโยบายอุตสาหกรรมในระดับสาขายังไม่สามารถดำเนินการอย่างได้ผล ดังนั้นจึงมีความพยายามที่จะแก้ไขปัญหาในระดับธุรกิจ (Firm Level) ซึ่งมีวิธีการที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงเป็นอย่างมากในปัจจุบันคือ การร่วมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และสร้างความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกำลังสำคัญของภาคการผลิต

ในเรื่องนี้ วารสารเศรษฐกิจและสังคมได้รับเกียรติจาก **อาจารย์แก้วสรร อติโพธิ** สมาชิกวุฒิสภากรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้าน Cluster เป็นอย่างดี โดยแม้ว่าท่านจะเป็น

อาจารย์สอนทางด้านกฎหมาย แต่ก็ได้มีประสบการณ์ในวงการของการพัฒนาเศรษฐกิจมาโดยตลอด อีกทั้งยังได้มีโอกาสดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรมและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รวมทั้งมหาวิทยาลัยอื่นๆ ด้วย อาจารย์แก้วสรรได้กรุณาให้ข้อคิดเห็นที่น่าสนใจยิ่งไว้ ดังต่อไปนี้

แนวคิดเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

อาจารย์แก้วสรรเล่าถึงจุดเริ่มต้นของแนวคิดในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันว่า ได้เริ่มขึ้นเมื่อประมาณเกือบ 20 ปีที่ผ่านมา โดยศาสตราจารย์ Michael E. Porter จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดได้เริ่มจากการสังเกตและตั้งคำถามว่า **ทำไมสินค้าบางชนิดมีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่ผลิตได้ของดีและราคายุติธรรม** เช่น เซรามิคและเครื่องหนังต้องเป็นของผู้ผลิตที่อิตาลี ไวน์และแฟชั่นต้องเป็นที่ฝรั่งเศส ภาพยนตร์ต้องเป็นที่ฮอลลีวูด ยานยนต์ต้องเป็นที่ดีทรอยท์ เครื่องบินต้องเป็นที่ซีแอตเติล และการแพทย์ต้องเป็นที่ฟลอริดา เป็นต้น

ศาสตราจารย์ Porter อธิบายว่า สินค้าเหล่านี้เกิดจากการรวมกลุ่มกันผลิต โดยการรวมกลุ่มของสินค้าต้องมีถิ่นฐานที่ตั้งที่แน่นอนซึ่งถือเป็นนิเวศน์ทางเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบ

ภายในที่สำคัญ คือ เป็นกิจกรรมที่มีผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำครบวงจร เช่น ถ้าเป็นอุตสาหกรรมเซรามิก ก็ต้องเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบ เช่น การที่ดิน หาดสารเคมี เเผ่ บั่น เคลือบ ออกแบบ บรรจุหีบห่อ และขนส่ง รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องจักรและเครื่องอบต่างๆ นอกจากนี้ จะต้องมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด (Specialization) โดยมีการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายที่รวมตัวกันอยู่ด้วย ซึ่งไม่มีรายใดผูกขาด ขณะเดียวกัน ยังมีมหาวิทยาลัยและโรงเรียนอาชีวศึกษาที่จะคอยฝึกอบรมคนเข้าสู่กระบวนการ เพื่อให้มีนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา และที่สำคัญคือ มีการตลาด ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวรับสัญญาณที่จะคอยกำหนดแนวทางในการผลิตว่า ควรจะเป็นไปในทิศทางใด จึงจะตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ องค์ประกอบภายในเหล่านี้ ทำให้ Cluster แตกต่างจากนิคมอุตสาหกรรมทั่วไป ที่เป็นการรวมตัวในลักษณะทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ โดยไม่มีองค์ประกอบภายในดังที่กล่าวแล้ว



Cluster ไม่ใช่เพียงอยู่รอดได้ แต่เป็นการปรับทิศทางไปสู่ความมั่งคั่ง

สำหรับวัตถุประสงค์ในการรวมตัวกันเป็น Cluster ของกลุ่มธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น อาจารย์แก้วสรรฯ กล่าวว่า ไม่เพียงต้องการให้ธุรกิจอยู่รอดเท่านั้น แต่จะต้องมีความอยู่ดีกินดีด้วย เนื่องจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นการปรับทิศทางไปสู่ความมั่งคั่ง โดยในกรณีของภาคการผลิตในประเทศไทย จะต้องนำความเก่ง ความชำนาญซึ่งมีอยู่เป็นรายบุคคลของคนไทยมารวมกันเพื่อสร้างทีมงานที่เก่งและเข้มแข็ง นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและแบ่งปันกันได้ โดยมูลค่าของสินค้าจะต้องมาจากการผลิตที่ใช้ทักษะฝีมือ ไม่ใช่มาจากการกดค่าแรงแล้วนำสินค้าไปขายในราคาถูกที่สุด ซึ่งจะไม่นำไปสู่ความมั่งคั่ง ดังนั้น หากจะพัฒนากระบวนการผลิตไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการค้าเงินธุรกิจก็ต้องปรับเปลี่ยนในเรื่องต่างๆ มากมาย อาทิ ทัศนคติของผู้ประกอบการ วิธีการ และ กระบวนการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของกลุ่มสินค้าที่จะพัฒนาเป็น Cluster

อาจารย์แก้วสรรฯ เปิดเผยถึงลักษณะที่สำคัญของกลุ่มสินค้าที่อาจพัฒนาเป็น Cluster ได้ว่า ประการแรก จะต้องเลือกทำเป็นเรื่องๆ ไม่ใช่เลือกทั้งภาคอุตสาหกรรม เช่น เลือกเฉพาะสิ่งทอเฉพาะเฟอร์นิเจอร์หรือเฉพาะอัญมณีถ้าเป็นการท่องเที่ยวก็ต้องเฉพาะเจาะจงลงไปว่าเป็นสาขาใด เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงงานแสดงสินค้า (Exhibition) หรือการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

ประการที่สอง Cluster จะต้องมี**ถิ่นฐานที่แน่นอน** เช่น ถ้าพูดเรื่องมันสำปะหลังก็ต้องกำหนดด้วยว่าที่ใด และจะต้องมีการรวมกลุ่มในการผลิต เช่น กลุ่มการผลิตมันสำปะหลังอีสานใต้ กลุ่มอ้อยภาคเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชียงใหม่ อุตสาหกรรมยานยนต์ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล อุตสาหกรรมขนส่งและคลังสินค้าที่นครราชสีมา ผลไม้ที่ภาคตะวันออก และผักที่ลุ่มน้ำแม่กลองและท่าจีน เป็นต้น โดยตัวอย่างของการรวมกลุ่มที่รวมตัวเป็น Cluster ชัดเจน คือ โต๊ะจีนที่นครปฐม วัวเนื้อที่อีสานตอนกลาง แถวกาฬสินธุ์ สกลนคร บุรีรัมย์ ผลไม้แถวหลังสวนชุมพร สุราษฎร์ธานี ไม้ตัดดอกไม้ประดับที่รังสิต การเพาะปลูกข้าวที่ที่ราบภาคกลาง และประมงที่อ่าวไทย เป็นต้น

กระบวนการ Clustering สามารถสร้างได้

สำหรับการรวมกลุ่มของสินค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในกรณีของประเทศไทย อาจารย์แก้วสรรมีความเห็นว่า การรวมกลุ่มในลักษณะ Cluster ดังกล่าว สามารถสร้างขึ้นได้ โดยต้องเป็นกระบวนการ (Clustering) และมีขั้นตอนในการสร้าง ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างการดำเนินงานของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งเมื่อมีการเปิดพรมแดนการค้าระหว่างกัน แต่ละประเทศก็ต้องเลือกว่า ตัวเองเก่งและเชี่ยวชาญในเรื่องอะไร พร้อมทั้งได้มีการสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการของประเทศตนว่า กลุ่มใดมีความพร้อมที่จะรวมกลุ่มผลิตสินค้าร่วมกับประเทศอื่น เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มสหภาพยุโรปขึ้นมาได้ ซึ่งปัจจุบันนี้ได้มีกระบวนการ Clustering ในยุโรปอยู่หลายประเทศ และขณะนี้ได้เริ่มแพร่หลายแนวคิดนี้สู่ทวีปเอเชียด้วยเช่นกัน เช่น ที่มาเลเซีย อินเดีย ศรีลังกา เป็นต้น



“ผมคิดว่าเราน่าจะนำความรู้ที่มีอยู่แล้วเหล่านี้ และมีตัวอย่างแล้วว่าให้ได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพ มาปรับใช้กับบ้านเรา เพื่อดูว่าจะได้มาในสิ่งที่เรียกว่าความสามารถในการแข่งขันหรือไม่ ผมคิดว่า กระบวนการ Clustering น่าจะเป็นคำตอบของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งถ้าสู้กันตัวต่อตัว ผมเชื่อว่าเราก็ไม่แพ้ต่างชาติ แต่เรายังขาดความสามารถในการรวมตัวกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวม”

อาจารย์แก้วสรรเห็นว่า Cluster เป็นกระบวนการ ไม่ใช่สิ่งสำเร็จรูปที่สามารถนำมาใช้ได้ทันที ซึ่งในขั้นตอนการสร้างกระบวนการ Clustering นั้น ประการแรกจะต้องเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว ไม่ใช่สิ่งที่พยายามสร้างขึ้นใหม่ และประการที่ 2 คือ กระบวนการ Clustering จะต้องไม่เป็นการสั่งการจากรัฐแบบบนลงล่าง (Top Down) แต่จะต้องเป็นความต้องการโดยตรงของผู้ประกอบการ ซึ่งในกลุ่มของผู้ประกอบการจะต้องมีคนที่มีภาวะผู้นำกล้าที่จะคิดไปข้างหน้า และกล้าที่จะทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก

ยกตัวอย่างเช่น กระบวนการ Clustering ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งจะต้องมองภาพรวมของปัญหาให้ออก เช่น ปัญหาเรื่องฟอกย้อม เรื่องเทคนิควิธีการทอ หรือเรื่องเครื่องจักร และเมื่อมองเห็นปัญหาแล้ว จึงร่วมกันแก้ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการมอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญรับไปแก้ปัญหาทางด้านเทคนิคที่มีร่วมกัน หรือในเรื่องออกแบบกับการตลาดซึ่งต้องใช้ทุนมาก อาจแก้ปัญหาโดยการร่วมทุนกันตั้งบริษัทออกแบบ บริษัทการตลาด หลังจากการออกแบบแล้ว ธุรกิจก็มีสิทธินำเอาการออกแบบนี้ไปปรับใช้ได้ โดยมีการแข่งขันกันในแต่ละยี่ห้อ และมีการควบคุมคุณภาพโดยรวม เหล่านี้เป็นเรื่องของกลยุทธ์ในการดำเนินการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องตกลงกันทั้งหมด โดยรัฐอาจเข้ามาเป็นหุ้นส่วนและมีส่วนร่วมด้วย อาทิ การกำหนดกลยุทธ์เรื่องยี่ห้อ การตลาด การควบคุมคุณภาพและการผลิต การศึกษาว่ายังมีช่องทางในตลาดอีกหรือไม่ รวมทั้งการตั้งเป้าหมายของธุรกิจนั้นๆว่าจะไปทางไหนได้บ้าง เป็นต้น

อาจารย์แก้วสรรกล่าวว่า กระบวนการ Clustering คือการหยิบสิ่งที่มีอยู่แล้วนำมาผ่านกระบวนการ Clustering จนเกิดเป็นกลยุทธ์ จากนั้น ทุกคนจะต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์นั้น สำหรับธุรกิจที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องเลิกกิจการไป ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ก็จะได้รับสัญญาณที่ถูกต้อง และวางบทบาทของตนเองได้ถูก เช่น ธนาคารก็จะปล่อยเงินกู้ให้สถาบันการศึกษาที่จะจัดหลักสูตรการฝึกอบรม วิธีการนี้ทำให้ทุกภาคส่วนมองเห็นแนวทางและสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม เพราะฉะนั้น กลยุทธ์กับกระบวนการ Clustering จะเป็น



การดึงส่วนต่างๆ ที่เรามีอยู่ให้เข้ากันเป็นชุด (Package) เป็นแผนงาน และมีเป้าหมายที่ชัดเจนเหมาะสมสำหรับทุกฝ่าย และหากกระบวนการ Clustering พัฒนาชาติ มีคนเข้าร่วมอย่างจริงจัง กระบวนการดังกล่าวก็น่าที่จะได้รับการสนับสนุนสินค้าดังกล่าวก็จะขยับตัวสูงขึ้นเข้าสู่ตลาดใหม่ ความสามารถในการแข่งขันก็จะขยับสูงขึ้นด้วย

“สิ่งที่มีอยู่ทั้งหลาย หากผ่านกระบวนการแล้วอาจมีจำนวนลดลง เช่น หากเลือกได้ 10 อย่าง แล้วผ่านกระบวนการเข้าไป อาจจะเหลือแค่ 3 อย่าง ซึ่งบางอย่างนั้นก็ถึงอาจลืบรอดออกมาได้เพราะมีกลยุทธ์ดี

ดังนั้น เมื่อพูดถึง Cluster อย่าไปพูดถึงตัวสินค้า ต้องพูดถึงกระบวนการ มีตัวอย่างในต่างประเทศชัดเจนว่า ผลที่ออกมาจะไม่เหมือนกับที่คาดไว้ แต่แน่นอนว่า เราสามารถที่จะเลือกสินค้าที่เราสนใจมาป้อนเข้าในกระบวนการ แต่ไม่สามารถแน่ใจได้ว่าจะผ่านทั้งหมด ต้องรอดูกลยุทธ์ที่ได้มาว่าดีพอหรือไม่ ถ้าดีพอก็ไปได้ถ้าไม่ดีพอก็ไม่ต้องไปยุ่งกับสินค้านั้นในทัศนะของผมเรื่อง Cluster ไม่ใช่เรื่องที่จะเลือกผู้ชนะหรือผู้แพ้ ทุกคนควรมีสิทธิผ่านกระบวนการนี้เท่ากันหมด แล้วจะเหลือสินค้าที่ตัวค่อยมาว่ากัน”

ปัญหาในการสร้างกระบวนการ Clustering

ในการสร้างกระบวนการ Clustering นั้น อาจารย์แก้วสรรได้ยกตัวอย่างแนวคิดของลูกศิษย์ของศาสตราจารย์ Porter คนหนึ่ง ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า Clustering เป็นผลสุทธิของวิถีคิดและวิถีทำ ซึ่งขณะนี้หลายประเทศยังประสบปัญหา กล่าวคือ ในด้านวิถีคิด ประเทศส่วนใหญ่มักมองเห็นรัฐเป็นเสมือนพ่อที่คอยคุ้มครอง และพึงรัฐในการผลิตอย่างเดียว โดยไม่คิดพัฒนาตัวสินค้าและไม่หาตลาด สำหรับในด้านวิถีทำ โดยเฉพาะการวางแผนโดยรวม ประเทศเหล่านี้ไม่เคยคิดที่จะรวมกลุ่มการผลิตในรูปแบบของ Cluster ไม่เคยคิดเรื่องกลยุทธ์ ยังมองแยกเป็นรายสาขา และบริหารจากบนลงล่าง ฉะนั้น กรอบการขึ้นของรัฐก็จะกลมกลืนกับแนวคิดของการสร้างรายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) แบบเดิม เช่น มองความได้เปรียบในเชิงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และมีการกำหนดมาตรการทั่วไปที่จะคุ้มครองการผลิตสินค้าเท่านั้นเอง จึงทำให้กระบวนการ Clustering ในหลายประเทศประสบกับปัญหาที่จะต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

สำหรับประเทศไทยควรจะต้องพิจารณาว่า ปัญหาใหญ่ในภาคการผลิต (Real Sector) สามารถตอบได้ด้วย Cluster หรือไม่ หากใช่ ก็จะต้องยอมรับว่า Cluster เป็นกระบวนการไม่ใช่สิ่งที่จะหยิบเอาไปใช้ได้ง่าย และต้องการการปรับตัวขนานใหญ่ทั้งวิถีคิดและวิถีทำ เพื่อสร้างกระบวนการ Clustering ให้เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างได้ผล

กระบวนการ Clustering กับวิสาหกิจชุมชน

ในเรื่องแนวคิดการเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนเข้ากับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่นั้น หากพิจารณาในเชิงกระบวนการ Clustering แล้ว อาจารย์แก้วสรรคิดว่า สิ่งในเมืองไทยขาดหายไปในช่วงนี้ก็คือ ขาดการรวมตัวและร่วมมือระหว่างกันตลอดจนขาดการมองธุรกิจเชิงกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกัน อีกทั้งยังขาดการวิเคราะห์ วิจัย เพื่อให้เกิดกลยุทธ์ในการทำงานร่วมกัน อาทิ ทัศนคติทางภาคเหนือ ถ้านำกระบวนการ Clustering มาปรับใช้ ก็จะสามารถยกระดับเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาได้ โดยจะต้องมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด เช่น

การกำหนดให้พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งทำการผลิตใหม่ที่มีการควบคุมคุณภาพ เพื่อลดการนำเข้าจากจีน มีการรวมกลุ่มกัน มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ร่วมกัน รวมทั้งมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ทุกฝ่ายเห็นพ้องร่วมกัน ก็น่าจะนำธุรกิจไปในทิศทางที่แข่งขันได้ ทั้งนี้ จะต้องดำเนินการบนพื้นฐานการรวมกลุ่มเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน มีการปรับวิถีคิด ทัศนคติ วิธีการทำงาน และกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้



ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

อาจารย์แก้วสรรได้ให้ข้อเสนอแนะในการนำกระบวนการ Clustering มาปรับใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยว่า รัฐควรจัดทำแผนที่ฐานข้อมูล (Cluster Mapping) ของแต่ละพื้นที่ขึ้น เพื่อสะท้อนศักยภาพและโอกาสด้านการผลิตของแต่ละกลุ่มพื้นที่ว่า มีความถนัดในด้านใดบ้าง โดยอาจนำไปปรับใช้กับการดำเนินงานภายใต้แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ แต่ไม่จำเป็นที่จะต้องยึดการแบ่งพื้นที่เป็นตำบลเสมอไป โดยอาจยึดตามกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพก็ได้

“กระบวนการ Clustering เป็นสิ่งที่ควรทำ เพราะสามารถทำให้คนในพื้นที่บอกได้ว่า ตัวเองมีศักยภาพในด้านใด แต่ผมคิดว่าเรายังติดกับคำว่าตำบล เราน่าจะกำหนดพื้นที่ที่เกิดการแบ่งงานกันทำตามความถนัด ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางที่ชุมพร ที่นั่นมีกรรากของการแบ่งงานกันทำตามความถนัดอยู่แล้ว แต่ทำอย่างไรถึงจะสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้ ทั้งวิธีการปลูก วิธีการอบ การบรรจุหีบห่อ และกระจายให้ไปถึงทุกโรงแรมในเมืองไทยให้ได้ เป็นต้น ถ้ารัฐสามารถทำแผนที่แสดงความถนัดของแต่ละพื้นที่ออกมา แล้วใส่กิจกรรมลงไป ทุกอย่างก็จะไปได้หมด ไม่ว่าจะเป็โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กองทุนหมู่บ้าน หรือวิสาหกิจชุมชน”

ในการรวมตัวกันเป็น Cluster นั้น อาจารย์แก้วสรรเห็นว่า สำหรับธุรกิจที่กำลังประสบปัญหา เช่น สิ่งทอ ยานยนต์ ผลไม้ มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง ผักปลอดสารพิษ น่าจะรวมตัวกันได้ดีกว่า ธุรกิจที่ไม่มีปัญหา เนื่องจากเมื่อประสบความเดือดร้อน ก็มีความต้องการที่จะร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหา เช่น กรณีของอุตสาหกรรมอาหารและยานยนต์ อาจารย์แก้วสรรเห็นว่า “อุตสาหกรรมอาหารมีโอกาสที่จะเกิด Clustering ได้มาก แต่จะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่า เป็นสินค้าอะไร ซึ่งในขณะนี้ ผลไม้เป็นสินค้าที่น่าสนใจ โดยภาครัฐอาจต้องกำหนดระเบียบ ควบคุมคุณภาพ และดูแลเรื่องตลาดให้ชัดเจนขึ้นก่อน หากปล่อยให้ภาคเอกชนเป็นผู้ริเริ่มเอง ผลที่ได้จะไม่เป็น Cluster แต่จะเป็นการผูกขาดโดยบริษัทใดบริษัทหนึ่งแทน

สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเทศไทยอาจยังไม่มื้เนิเวศน์ทางเศรษฐกิจที่ครบวงจรอย่างแท้จริงเหมือนกับในดีทรอยท์ เนื่องจากยังขาดองค์ประกอบอีกหลายด้าน อาทิ นวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ เป็นต้น ดังนั้น ไทยอาจจะต้องรวมตัวกันเป็น Cluster โดยการจับเอาอะไหล่เพียงบางตัวที่สามารถผลิตได้ เช่น แคลชี่ หม้อน้ำ เป็นต้น มาทำเป็นยี่ห้อของไทย และนำออกขายทั่วโลก ซึ่งจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมกว่า

ส่วนการรวมกลุ่มการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามัน ภูเก็ต กระบี่ พังงา ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวกำลังไปได้ดีนั้น ภาครัฐอาจสนับสนุนโดยการกำหนดนโยบายพัฒนาภาค (Regional Policy) ที่ชัดเจน มีการกำหนดเขตการใช้ที่ดินและการประสานงานเป็นเครือข่ายระหว่างการท่องเที่ยวตามโรงแรมและรีสอร์ท โดยแบ่งผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ก็จะทำให้ตลาดท่องเที่ยวกว้างขึ้นได้”

โครงการนำร่องเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ

การสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Cluster นั้น อาจารย์แก้วสรรเห็นว่า **ควรมีโครงการนำร่องที่ประสบความสำเร็จได้จริงให้เห็นเป็นตัวอย่าง** โดยเลือกโครงการที่มีขนาดไม่ใหญ่นเกินไป และเลือกทำในจังหวัดที่เหมาะสม เพื่อให้คนสามารถเข้าใจได้ว่า เรากำลังทำอะไร และร่วมมือด้วย โดยจะต้องใช้สิ่งที่เป็นรูปธรรม ไม่ใช่เป็นแต่เพียงเรื่องที่เป็นกระแสเพียงชั่วคราวซึ่งในขั้นแรก อาจเริ่มต้นจากการหาข้อมูล โดยอาจรวบรวมจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาแล้ว จะทำให้เห็นภาพได้ชัดว่า พื้นที่ใดมีกลุ่มธุรกิจของสินค้าใด แต่ละชนิดมีขนาดเท่าไร เป็นระดับท้องถิ่นหรือระดับภาค เป็นต้น หลังจากนั้นจึงสำรวจองค์ประกอบว่าไปได้อหรือไม่ และทำการเลือก ก็จะได้กลุ่มที่คิดว่าพอจะรวมตัวกันได้จำนวนหนึ่ง แล้วจึงนำเข้าสู่กระบวนการ



อาจารย์แก้วสรรเผยว่า สำหรับการเรียนการสอนในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยอาศัยการสร้างกระบวนการ Clustering นี้ ปัจจุบันได้กลายเป็นสาขาวิชาหนึ่งที่มีการเรียนการสอนในระดับสากลแล้ว และในขณะนี้ก็มีหลายบริษัทระดับโลกที่รับวิจัยเรื่อง Clustering ด้วยค่าจ้างเป็นเงินจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาก็เป็นเพียงการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis) เท่านั้น เช่น วิจัยว่าสินค้าตัวนี้ ปัจจุบันเป็นอย่างไร อยู่ในตำแหน่ง (Position) ใด ตำแหน่งใหม่เป็นอย่างไร มีทางเลือกกลยุทธ์เป็นอย่างไร เป็นต้น ส่วนในประเทศไทย ยังไม่มีการเรียนการสอนในเรื่องนี้อย่างจริงจัง

“มหาวิทยาลัยในเมืองไทยค่อนข้างคิดเป็นเอกเทศ และทำการศึกษาวิจัยด้วยความคิดของตนเอง ผมอยากเห็นมหาวิทยาลัยสามารถทำงานเป็นหุ้นส่วน เช่น เป็นหุ้นส่วนกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อถ่ายทอดหลักการและความรู้ที่ถูกต้องในเรื่องนี้แก่ผู้ประกอบการ แต่สำหรับเทคนิคในการผลิตและการวางกลยุทธ์ ผมคิดว่าน่าจะเป็นคนจากกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งเป็นมืออาชีพ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ อยู่แล้ว ในต่างประเทศ ผู้เชี่ยวชาญในเรื่อง Cluster จะต้องจ้างด้วยราคาแพง ดังนั้น หากจะมีโครงการนำร่อง เราควรจะสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาก่อน ซึ่งเราก็มีคนเก่งอยู่มาก ทำอย่างไรจึงจะดึงคนพวกนี้เข้ามา และกระจายไปยังกลุ่มต่างๆ ได้”

บทส่งท้าย

แนวคิดในเรื่อง Cluster นับเป็นแนวคิดที่นำเสนอวิธีการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างได้ผล อันจะเห็นได้จากตัวอย่างของประเทศต่างๆ ซึ่งได้นำวิธีการดังกล่าวไปใช้เพิ่มขีดความสามารถของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ในการนำแนวคิดเรื่อง Cluster มาใช้ จะต้องคำนึงอยู่เสมอว่า Cluster เป็นกระบวนการ ไม่ใช่สิ่งสำเร็จรูปที่จะนำมาใช้ได้ทันทีและยังต้องการการปรับตัวทั้งในด้านวิถีคิดและวิถีทำเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม กระบวนการ Clustering สามารถสร้างได้ โดยจะต้องเลือกสินค้าที่มีศักยภาพรวมทั้งองค์ประกอบภายในที่สามารถยกระดับขึ้นเป็น Cluster ได้ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่เฉพาะเจาะจง มีถิ่นฐานและกลุ่มธุรกิจที่ชัดเจน มีนิเวศน์ทางเศรษฐกิจที่ดีอยู่ก่อนแล้ว อาทิ มีธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มีนวัตกรรมใหม่ๆ มีการร่วมมือกันในระหว่างธุรกิจ เป็นต้น โดยรัฐจะต้องทำหน้าที่เป็นหุ้นส่วน มิใช่เป็นการสั่งการจากบนลงล่าง ซึ่งหากประเทศไทยสามารถนำกระบวนการ Clustering มาใช้ได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็ย่อมจะส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในโลกยุคโลกาภิวัตน์นี้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้อย่างแน่นอน



ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน

เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์

ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

ที่ปรึกษารองนายกรัฐมนตรี (ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์)



หลังวิกฤต เศรษฐกิจครั้งใหญ่ในปี 2540 ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจมาโดยตลอด โดยรัฐบาลได้ดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ จนในขณะนี้ ดัชนีทางเศรษฐกิจหลายตัวได้ชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวผ่านจุดต่ำสุดมาพอสมควรแล้ว ดังนั้น ประเด็นที่ควรพิจารณาต่อไป จึงมิใช่เป็นแต่เพียงการติดตามดูในระยะสั้นว่า เศรษฐกิจปีหน้าจะเป็นอย่างไร แต่ควรจะมีมองไปในระยะยาว โดยพิจารณาว่า จะพัฒนาเศรษฐกิจไปในทิศทางที่ยั่งยืนได้อย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจซ้ำรอยอีก

อย่างไรก็ตาม โลกในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ทุกประเทศอยู่ในช่วง

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ดังนั้น ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบทั้งสองด้าน คือ การที่ประเทศต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค เหมือนกับคนที่เพิ่งจะฟื้นจากไข้ ยังคงอ่อนแออยู่ ขณะเดียวกัน เมื่อประเทศอื่นๆ ต่างมุ่งไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ ประเทศไทยก็หลีกเลี่ยงมิได้ที่จะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยต้องพิจารณาว่า จะแข่งขันกับประเทศอื่นได้จริงหรือไม่ และถ้าแข่ง จะแข่งอย่างไร และจากนี้ไป จะวางตัวเองไว้ที่จุดใดในโลก

ในเรื่องนี้ วารสารเศรษฐกิจและสังคม icox ขอแนะนำบทสัมภาษณ์ **ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์** ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และที่ปรึกษารองนายกรัฐมนตรี (ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ซึ่งได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันไว้อย่างน่าสนใจยิ่ง ควรที่จะนำมาเป็นแนวทางปรับใช้ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เพื่อก้าวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อไป

แข่งด้วยโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบเดิม น่าจะไม่รอด

ดร.สุวิทย์ กล่าวถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยว่า วิกฤตเศรษฐกิจได้สอนบทเรียนให้รู้ว่า ประเด็นปัญหาที่แท้จริงอยู่ที่พื้นฐานเศรษฐกิจทั้งระดับจุลภาคและ

มหภาคของไทยยังไม่แข็งแรง ในการพิจารณาทางเลือกของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น จะต้องเข้าใจก่อนว่า แต่ละทางเลือกมีข้อดีข้อเสียอย่างไรบ้าง และควรจะเลือกเดินไปในทิศทางใด ซึ่งไทยมีทางเลือกอย่างน้อยสองทาง ทางแรกคือ หากจะแข่งด้วยโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตแบบเดิม ก็พบว่ามูลค่าการส่งออกเริ่มลดลง แม้ว่าปริมาณการส่งออกจะเพิ่มขึ้นก็ตาม ทำให้ไทยต้องขายสินค้าราคาถูกลงเรื่อยๆ เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด เนื่องจากในขณะนี้ เศรษฐกิจโลกกำลังเผชิญกับภาวะเงินฝืด ทำให้เกิดภาวะที่มีกำลังการผลิตส่วนเกินในหลายอุตสาหกรรม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในเรื่องราคา นอกจากนี้ ประเทศจีนซึ่งได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) แล้ว ก็ได้เป็นคู่แข่งรายสำคัญ ที่มีทั้งทรัพยากรและแรงงานที่มากกว่าและถูกกว่า ประกอบกับประสิทธิภาพการผลิตแบบเดิม คือ ผลิตภาพการผลิต (Productivity) ของไทยในขณะนี้ต่ำมาก ผู้กับประเทศอื่นโดยเฉพาะจีนไม่ได้อย่างแน่นอน เมื่อพิจารณาสาเหตุเหล่านี้แล้ว ทำให้เห็นว่า หากแข่งด้วยวิธีแบบเก่าก็มีแต่จะระอวันตาย

เมื่อหันมาพิจารณาทางเลือกที่สอง คือการแข่งขันบนอุตสาหกรรมฐานความรู้ (Knowledge-Based Industry) ซึ่งขึ้นอยู่กับทุนทางทรัพยากรมนุษย์ ไม่ขึ้นอยู่กับทุนทางการเงินอีกต่อไป โดยมีกุญแจที่นำไปสู่ความสำเร็จคือ นวัตกรรม แต่เมื่อพิจารณาการลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่ออนาคตของประเทศ ทั้งในเรื่องการศึกษา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น หรือการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ ก็พบว่าประเทศไทยยังอ่อนด้อยอยู่มาก ยังตามไม่ทันประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะสิงคโปร์ ที่ได้ดำเนินการพัฒนาล่วงหน้าไปแล้วหลายปี หากไทยจะเริ่มแข่งบ้าง ก็จะต้องเริ่มตั้งแต่วันนี้ ซึ่งการเริ่มในวันนี้กับเริ่มเมื่อ 10 ปีที่แล้วนั้น ต้นทุนต่างกันมาก ประเทศไทยคงจะรับไม่ไหว ดังนั้น การแข่งในทางนี้ก็ยังสู้ประเทศอื่นไม่ได้อีกเช่นกัน ประเทศไทยจึงเหมือนติดอยู่บนทางสองแพร่ง จะเลือกไปเฉพาะทางใดทางหนึ่งก็ไม่ได้

การพัฒนาแบบสองแนวทางเป็นทางเลือกที่เหมาะสม

สถานการณ์เหล่านี้ ได้นำไปสู่ทางเลือกที่สาม ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาล ที่เรียกว่า การพัฒนาแบบสองแนวทางหรือคู่ขนาน (Dual Track Development) กล่าวคือ การเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจภายใน โดยเฉพาะเศรษฐกิจรากหญ้า กับเศรษฐกิจโลก หรือที่เรียกว่า “Local Link,

Global Reach” คือ ทำอย่างไรให้ท้องถิ่นสามารถเชื่อมต่อกัน (Local Link) ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชน ไปยังจังหวัด ภาค ไปจนถึงระดับโลกได้ (Global Reach) ยกตัวอย่างเช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หากให้แต่ละตำบลผลิตสินค้าออกมาขายโดยไม่มีหลักเกณฑ์ ก็เกิดปัญหาในเรื่องการตลาด ดังนั้น จึงต้องสร้างหลักในการคัดเลือกสินค้าขึ้น โดยรัฐบาลได้ขอให้องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) เข้ามาศึกษาเมื่อปีที่แล้ว และได้คัดเลือกสินค้าที่มีแนวโน้มที่จะขายได้ในระดับโลก จาก 400 กว่ารายการ คัดเหลือประมาณ 60 สินค้า โดยอาจจะต้องมีการปรับปรุงอีกเล็กน้อย เพื่อให้สามารถขายได้ทันทีในระดับโลก ซึ่งเร็วๆ นี้ก็ได้นำไปออกงานแสดงสินค้าที่ประเทศญี่ปุ่น

ในประเด็นของ Local Link ดร.สุวิทย์ เห็นว่า ที่ผ่านมา ความเจริญทุกด้านไม่ทั่วทรัพยากร คนเก่งโอกาสต่างๆ ต่างก็กระจุกตัวรวมกันอยู่แต่ในกรุงเทพฯ เท่านั้น จนแทบจะเรียกได้ว่า กรุงเทพฯ คือประเทศไทย ทำให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาในประเทศไทยมาโดยตลอด ดังนั้น หากสามารถดำเนินการเรื่อง Local Link ได้จริง ก็จะทำให้ไม่เพียงแก้

ปัญหาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้เท่านั้น แต่ยังสามารถแก้ปัญหาความยากจนถึงระดับรากหญ้าได้อีกด้วย เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถเติบโตขึ้นได้ด้วยตนเอง

ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลชุดปัจจุบันจึงจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านขึ้น เพื่อแก้ปัญหาทรัพยากรด้านการเงินที่กระจุกตัวอยู่แต่ในกรุงเทพฯ โดยการกระจายเงินทุนออกไปให้ชุมชนต่างๆ ในลักษณะการให้ไปก่อน และให้ชาวบ้านไปคิดกิจกรรมต่างๆ โดยผ่านเงินทุนก้อนนี้ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจากเงินทุนนี้ก็คือ สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั่นเอง และเมื่อผลิตสินค้าออกมาแล้ว รัฐบาลก็จะต้องเข้า



มาช่วยเหลือในการเชื่อมโยงเข้ากับตลาดโลกด้วย เพื่อให้ชุมชนมีช่องทางที่จะสามารถแสดงศักยภาพของท้องถิ่นตนในระดับโลกได้ ไม่ใช่จะต้องติดต่อผ่านบริษัทเอกชนเพียงไม่กี่ราย ดังนั้น แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดที่เป็นการกระจาย ไม่กระจุก และเป็นการเชื่อมโยงผู้ได้ออกสกับผู้ด้อยโอกาสเข้าด้วยกัน

“แนวคิดในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นเรื่องของการให้โอกาสที่มีอยู่กับคนได้ออกสและคนด้อยโอกาสไปพร้อมกัน (Win-Win) ดังนั้น นโยบายการพัฒนาแบบสองแนวทางซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถเชื่อมโยงโลกกับท้องถิ่น จึงเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถทำหน้าที่ให้โอกาสแบบนี้พร้อมกันได้เพื่อให้ท้องถิ่นของประเทศไทยในอีก 20-30 ปีข้างหน้า มีความเจริญเหมือนกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ทั้งยังสามารถแก้ปัญหาความยากจนได้อีกด้วย ทำให้การเจริญเติบโตของประเทศไทยเป็นไปอย่างยั่งยืน”

นอกจากนี้ ดร.สุวิทย์ยังกล่าวอีกว่า หากสามารถนำแนวคิดเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาปรับใช้ได้ก็จะดีขึ้น ซึ่งแนวคิดเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ไม่ใช่เป็นการหยุดแล้วพอแล้ว แต่เป็นการที่คนสามารถนำเอาศักยภาพของตนเองมาใช้ได้ในทางสายกลางที่มีการประมาณตน ซึ่งแนวคิดการพัฒนาแบบสองทาง สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาก เนื่องจากเป็นการรู้จักประมาณตนและมีเหตุผล คือรู้ว่า ในการเข้าไปแข่งขัน จะต้องเดินทางสายกลาง คือ ไม่เน้นเปิดประเทศอย่างเต็มที่เพียงด้านเดียว หรือไม่ถึงกับปิดประเทศและพัฒนาเฉพาะภายในประเทศ แต่จะเป็นการเชื่อมทั้งการพัฒนาภายในและภายนอกเข้าด้วยกัน

สร้างความแตกต่าง แบ่งงานกันทำ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

เมื่อได้ทำความเข้าใจถึงข้อดีข้อเสียของทางเลือกต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ดร.สุวิทย์จึงได้กล่าวถึงการทำความเข้าใจในเรื่องของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันว่า ควรจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในจุดใด เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หากตำบลหนึ่งผลิตสินค้าออกมาขายแล้วประสบความสำเร็จ ก็จะมีการผลิตเลียนแบบขึ้นมาเรื่อยๆ ไม่มีความแตกต่างระหว่างสินค้า ทำให้สินค้าดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จอีกต่อไป ดังนั้น จึงควรวางแผนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่าง

ตัวอย่างเช่น ภาคเหนือ จะต้องมองว่า จะวางรูปแบบการพัฒนาภาคเหนืออย่างไร จะใช้ประโยชน์จากโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ หรือหกลี้นมเศรษฐกิจอย่างไร โดยมองเป็น Cluster ในด้านภูมิศาสตร์ (Geographical Cluster) และให้ภาคเหนือเป็นศูนย์กลาง เช่น ประเทศจีนไม่มีทางออกทะเลด้านตะวันตกเฉียงใต้ ต้องผ่านประเทศไทย จึงทำให้ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากจุดนี้ได้ เป็นต้น จากนั้นจึงวางบทบาทของ



แต่ละจังหวัดในภาคเหนือว่า จะเป็นอย่างไร โดยมองเป็น Cluster ทางด้านอุตสาหกรรม (Industrial Cluster) เช่น Cluster ด้านการท่องเที่ยว อาหาร และการแปรรูปอาหาร หัตถกรรม เป็นต้น การวาง Cluster จะต้องวางในเชิงพื้นที่และเชิงอุตสาหกรรมไปพร้อมกัน เพื่อจะได้มีการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ไปตามความถนัดของแต่ละจังหวัด รวมทั้งมีการเชื่อมโยงระหว่างหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ดังนั้น เรื่อง Cluster จะเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดพลัง เพราะมีความเชื่อมโยงร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นการกระจายความมั่งคั่งและกระจายโอกาสด้วย

“นี่คือจุดเริ่มต้นของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งเป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งไม่ใช่เป็นเรื่องเศรษฐศาสตร์ล้วนๆ แต่เป็นเรื่องเศรษฐศาสตร์สังคม (Socio-economic) และยังเชื่อมต่อกับเรื่องอื่นๆ อีกหลายเรื่อง เช่น เรื่องความยากจน เรื่องการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย เศรษฐศาสตร์ และเชิงปฏิบัติการ ทั้งของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เป็นต้น”

แนวคิด Cluster กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ดร.สุวิทย์ กล่าวถึงแนวคิด Cluster กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันว่า Cluster เป็นเพียงวิธีการหนึ่งเท่านั้น โลกในสมัยก่อนเป็นการแข่งขันแบบใครใหญ่ใครอยู่ แต่

โลกในอนาคต จะต้องพิจารณาเรื่องต่างๆ ในเชิงของการดำเนินการร่วมกัน (Collective Action) เพื่อให้เกิดพลัง จึงทำให้ต้องมองในเชิง Cluster ขนาดของธุรกิจจะไม่ใช่เป็นสิ่งสำคัญอีกต่อไป ธุรกิจจะแข่งกันด้วยสมอง ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เป็นการแข่งขันในระหว่าง Cluster เมื่อมารวมมือกันเป็นเครือข่าย และมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด ก็จะทำให้เกิดพลัง ทั้งยังเกิดการกระจายโอกาสและรายได้อีกด้วย ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต โดยหาวิธีสร้างสภาพแวดล้อมที่ทำให้วิสาหกิจต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ร่วมมือกันในทิศทางที่จะทำให้เกิดนวัตกรรม และเกิดการแบ่งปันปัจจัยต่างๆ เช่น ความรู้ โอกาส การวิจัยซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจนั้นๆ

“หัวใจสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันคือ การรู้ตัวเองว่าอยู่ตำแหน่งใด ต้องการจะไปไหน และจะไปถึงที่นั่นได้อย่างไร ซึ่งหากเปรียบทุกประเทศเหมือนเป็นองค์กร องค์กรจะต้องมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบคือ 1) จะต้องรู้ว่าโอกาส (Opportunity) อยู่ที่ใด โดยโอกาสต้องมาพร้อมกับการแข่งขัน 2) ต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) ของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้รู้ว่าจะต้องไปทางใด ทำเรื่องอะไร ทำอย่างไร เพื่อให้ได้โอกาสนั้นมา หรือเมื่อเผชิญกับข้อจำกัด จะหลีกเลี่ยงข้อจำกัดนั้นได้อย่างไร และ 3) จะต้องมีความสามารถ (Capability) ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ยุทธศาสตร์เป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ และสามารถช่วงชิงโอกาสได้มากกว่าองค์กรอื่น ซึ่งก็คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั่นเอง”

ปัจจัยที่ทำให้การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันประสบความสำเร็จ

สำหรับปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดร.สุวิทย์ กล่าวว่า มี 3 ปัจจัยด้วยกัน ปัจจัยแรกคือ การมีวิสัยทัศน์ (Vision) ร่วมกัน เพื่อตอบคำถามว่า จะต้องทำอะไร (What) เช่น การทำเรื่องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ก็จะต้องมีวิสัยทัศน์ที่เห็นพ้องร่วมกันอย่างชัดเจนว่า จะไปที่จุดใด ปัจจัยที่ 2 คือ โครงสร้าง (Architecture) เพื่อตอบคำถามว่า ทำอย่างไร (How) โดยจะต้องรู้ว่า จะทำอย่างไร มีโครงสร้างในการทำงานอย่างไร จะจัดสรรทรัพยากรอย่างไร และจะจัดลำดับความสำคัญอย่างไร ปัจจัยที่ 3 คือ ความเป็นผู้นำ เพื่อตอบคำถามว่า ใครเป็นผู้ทำ (Who) ซึ่งจะเป็นผู้ที่รับผิดชอบในเรื่องนั้นๆ

“ประเทศไทยยังขาดการทำความเข้าใจร่วมกัน (Common Ground) จึงทำให้ไม่มีจุดหมายร่วมกัน (Common Goal) ซึ่งจะนำไปสู่ความรับผิดชอบ (Commitment) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดความสำนึกที่จะทำให้สิ่งต่างๆ ดีขึ้นกว่าเดิม และถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”

เลือกแข่งในสิ่งที่ได้เปรียบ

ดร.สุวิทย์ กล่าวว่า ในอนาคต ประเทศต่างๆ จะต้องสู้ใน 2 ด้าน คือ สู้ในสิ่งที่ประเทศมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ควบคู่ไปกับความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) สำหรับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ เป็นความได้เปรียบเหนือผู้อื่นตามธรรมชาติอยู่ก่อนแล้ว กล่าวคือ มีทรัพยากรในประเทศมากกว่าประเทศอื่น แต่บางประเทศซึ่งขาดแคลนทรัพยากร เช่น ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งได้รับแรงกดดันจากความไม่มีนั้น จึงหันไปเน้นการลงทุนในด้านอื่นๆ เช่น ทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น ทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันขึ้น สำหรับประเทศไทย โชคดีที่มีทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และยังมีแนวโน้มที่จะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม หากไทยเลือกที่จะสู้ในทุกเรื่องนั้น คงเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและอื่นๆ ประเทศไทยไม่ใช่ชาติอย่างประเทศอเมริกาที่เป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่มาก รวยมาก และมีความหลากหลาย ทำให้สามารถสู้ได้ทุกเรื่อง แม้กระทั่งประเทศจีน ซึ่งมีขนาดใหญ่แต่ไม่รวย ก็ยังไม่สู้ทุกเรื่อง ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องเลือกที่จะสู้ในเพียงบางเรื่อง ซึ่งโลกในอนาคตจะแข่งกัน 2 มิติ มิติแรกคือ ความซับซ้อนทางเทคโนโลยี ระหว่างการเป็นประเทศที่มีเทคโนโลยีสูง (High-Tech) หรือเทคโนโลยีต่ำ (Low-Tech) อีกมิติหนึ่งคือ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี (High-Touch) หรือไม่ดี (Low-Touch) ดังนั้น จึงต้องพิจารณาว่า ประเทศไทยจะสู้ในมิติใดได้บ้าง

การท่องเที่ยว อาหาร แพชั่น ไทยได้เปรียบเชิงแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากวัฒนธรรมไทยแล้ว ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี เนื่องจากคนไทยมีวัฒนธรรมที่มีความละเอียดละไม มีอรรถยาศัยไมตรี (Human Touch) ที่ประเทศอื่นไม่ค่อยมี ดังนั้น ในเรื่องการท่องเที่ยว ประเทศ

ไทยจึงสามารถแข่งขันได้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติของประเทศไทยมีอยู่มากและมีความหลากหลาย อีกทั้งคนไทยยังมีอัธยาศัยไมตรีอันดีอีกด้วย เรื่องที่สองคือ **อาหาร** ซึ่งอาหารไทยเป็นอาหารที่ติดอันดับโลก นอกเหนือจากอาหารฝรั่งเศส อิตาลี จีน ญี่ปุ่น อีกทั้งประเทศไทยยังอยู่ในเขตร้อนซึ่งอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารอยู่แล้ว ดังนั้น อาหารจึงเป็นสิ่งที่ประเทศไทยมีศักยภาพเช่นกัน ซึ่งในอนาคต มีโอกาสพัฒนาอาหารจากฟาร์มสู่ผู้บริโภค (From Farm to Table) ได้ง่าย ขึ้นอยู่กับขีดความสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร จากแหล่งผลิตจนกระทั่งถึงผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด อย่างที่สามคือ **แฟชั่น** โดยเฉพาะในด้านอัญมณี ไทยติดอันดับโลกในด้านอัญมณีมีค่า (Precious Stone) เนื่องจากประเทศไทยสามารถหุงพลอยให้มีสีได้ เช่น หงสพไฟร์ให้เป็นสีส้ม เป็นต้น ซึ่งถึงแม้ว่าจะต้องนำเข้าวัตถุดิบแร่พลอยเข้ามาผลิตในประเทศ แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ไทยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ ในเรื่องการออกแบบของไทยก็อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะในเรื่องเครื่องหนัง ซึ่งปัจจุบัน อิตาลียังมาจ้างคนไทยออกแบบ เนื่องจากงานมีความประณีตมากกว่า ส่วนด้านสิ่งทอไทยเริ่มยกระดับให้สูงขึ้นได้แล้ว และเริ่มมียี่ห้อที่ติดอันดับในระดับภูมิภาคบ้างแล้ว

ทั้ง 3 Cluster นี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันในแง่ของวัฒนธรรม คือเป็นสินค้าที่สู้ได้ในเรื่องของความสามารถในการสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี และยังสามารถเชื่อมโยงท้องถิ่นกับโลกได้ เช่น เรื่องอาหาร สามารถส่งไปขายในระดับโลกได้ ซึ่งก่อนหน้านั้นจะต้องผ่านกระบวนการมากมายในระดับท้องถิ่น ดังนั้น ทั้ง 3 Cluster นี้จึงสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาแบบสองแนวทาง โดยเชื่อมโยงจากชุมชนไปสู่โลก และจากโลกมาสู่ชุมชนได้

ด้านเทคโนโลยี ไทยยังสู้ได้ในเรื่องยานยนต์และกราฟฟิคดีไซน์

สำหรับ Cluster ที่พอจะสู้ได้ในแง่ของเทคโนโลยี อย่างน้อยมี 2 กลุ่มกลุ่มแรกคือ **ยานยนต์** ซึ่งประเทศไทยโชคดีที่ในช่วงที่ผ่านมา มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมเสริม (Supporting Industries) หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries) ไว้มาก อีกทั้งแรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ซึ่งส่วนหนึ่งเนื่องมาจากวัฒนธรรมไทยที่มีความละเอียดละไม จึงทำให้ผลงานออกมาประณีต เช่น รถยนต์ BMW ซีรีส์ 7 แห่งที่สองของโลก ยังเลือกที่จะมาเปิดโรงงานในประเทศไทย เนื่องจากบริษัทได้ทำการสำรวจแล้ว พบว่า แรงงานที่มีฝีมือของไทยอยู่ในระดับที่ดีกว่าบางประเทศในแง่ความละเอียดอ่อน ดังนั้น ในเรื่องยานยนต์นี้จึงเป็น Cluster ที่ไทยมีทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

อีก Cluster หนึ่งคือ ซอฟต์แวร์ สำหรับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้ทุนทางทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital

Intensive Industry) มาก ซึ่งซอฟต์แวร์ที่ประเทศไทยสามารถทำได้ดีกว่าประเทศอื่นคือ ซอฟต์แวร์ประเภทกราฟฟิคดีไซน์ ดังเช่นงานออกแบบภาพที่เคลื่อนไหวได้ (Animation) ระดับโลกหลายตัว ก็ผลิตในเมืองไทย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะวัฒนธรรมของไทยที่มีความละเอียดละไมด้วย

ทั้ง 5 Cluster ดังกล่าว **รัฐบาลได้กำหนดเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ระดับโลก (Global Niches) ที่เป็นสินค้าที่ไทยควรให้ความสำคัญ** เนื่องจากมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะทิ้งกลุ่มอื่นๆ ทั้งหมด เพราะทั้ง 5 Cluster นี้ก็ครอบคลุมหลายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น แฟชั่น ยังแยกย่อยออกได้เป็น 3 อุตสาหกรรมใหญ่ๆ คือ อัญมณี เครื่องหนัง สิ่งทอ หรือเรื่องอาหาร ก็ครอบคลุมทั้งในเรื่องธัญพืช ประมง ปศุสัตว์ และอื่นๆ อีกมากมาย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ทั้ง 5 กลุ่มดังกล่าว ก็ต้องเลือกเฉพาะประเภทสินค้าที่มีแนวโน้มที่จะแข่งได้ เช่น ในเรื่องอาหาร นอกจากไก่แล้ว ก็จะต้องมาพิจารณาว่า สัตว์อื่นๆ สามารถทำให้เป็นอุตสาหกรรมเพื่อการแข่งขันได้หรือไม่ โดยจะต้องศึกษาเป็นกรณีๆ ไป

การส่งเสริม Global Niches ของรัฐบาล

การให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็น Global Niches นั้น ดร.สุวิทย์เห็นว่า สิ่งที่รัฐบาลจะสามารถช่วยได้ ประการแรกคือ **การลดปัญหาอุปสรรคที่มีอยู่** เพื่อช่วยให้สามารถก้าวต่อไปในระดับที่สูงขึ้น และสามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ อาทิ เรื่องนโยบาย กฏระเบียบ ความล่าช้าต่างๆ เป็นต้น ประการที่สอง การส่งเสริมให้ทุกอุตสาหกรรมสามารถก้าวไปสู่ **อุตสาหกรรมฐานความรู้ (Knowledge Content)** มากยิ่งขึ้น และมีส่วนประกอบทางกายภาพ (Physical Content) ลดลง เช่น แฟชั่น แทนที่จะขายแร่พลอยที่ยังเป็นหินอยู่ ก็เปลี่ยนมาขายแนวคิด ขายดีไซน์ของพลอย และขายในราคาแพง เป็นต้น ดังนั้น สิ่งที่สำคัญคือ ต้องทำให้

เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ซึ่งรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือในด้าน การตีพิมพ์ การทำการตลาด หรือช่วยในเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าการให้เงินอุดหนุน ยกตัวอย่างเช่น อุทยานวิทยาศาสตร์ของไทย (Software Park) ควรให้ความช่วยเหลือทางด้าน Software กับอุตสาหกรรมที่เป็น Global Niches เช่น ช่วยอุตสาหกรรมสิ่งทอในเรื่องการออกแบบ เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพการผลิตที่สูงขึ้น เป็นต้น

“Cluster ทั้ง 5 ด้านนี้ มีความเชื่อมโยงกัน โดยจะต้องพิจารณาว่า สิ่งที่เป็นจุดร่วม (Common Ground) ของทุกอุตสาหกรรมคืออะไร เช่น เรื่องฐานความรู้ โครงสร้างพื้นฐาน หรือสิ่งแวดล้อมต่างๆ เป็นต้น และรัฐบาลจะเข้าไปช่วยในส่วนของการยกระดับพื้นฐานของจุดร่วมเหล่านั้น ให้แข็งแกร่ง และเกื้อหนุนต่ออุตสาหกรรมทั้งหมด ซึ่งในระดับธุรกิจก็จะต้องปล่อยให้มีการแข่งขันกันต่อไปด้วย”

นวัตกรรมช่วยผลักดันการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ดร.สุวิทย์กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมว่า เป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และในการส่งเสริมนวัตกรรม จะต้องปรับเปลี่ยนตั้งแต่ทัศนคติของคน จนกระทั่งวิธีการทำงาน เช่น ในกรณีของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อาจปรับทัศนคติจากการทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รับจ้างช่วง (Sub-Contractor) มาทำหน้าที่ด้านการออกแบบและการตลาดแทน ซึ่งหน้าที่เหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงกว่า ดังเช่นประเทศสิงคโปร์ ซึ่งทำเฉพาะต้นน้ำและปลายน้ำ ส่วนกลางน้ำซึ่งมีมูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด อันได้แก่การผลิตนั้น ให้ประเทศอื่นทำแทน ซึ่งหากผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่มีความตระหนักถึงความสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเรื่องนี้ แต่กลับรอรับคำสั่งผลิตแต่เพียงอย่างเดียว ต่อไปในอนาคตจะต้องเผชิญกับปัญหาใหญ่อย่างแน่นอน โดยเฉพาะเผชิญกับคู่แข่งทางการค้าที่นำกลัวดังเช่นประเทศจีน

ดังนั้น ผู้ที่วางแผนกลยุทธ์จะต้องช่วยผลักดันในเรื่องนี้ โดยจะต้องยอมเสียผลประโยชน์ในระยะสั้น เพื่อให้อยู่ได้และได้ผลประโยชน์ในระยะยาว เช่น กระตุ้นให้ผู้ประกอบการ SMEs พยายามพัฒนาทักษะของตนเอง หรือเปลี่ยนเทคโนโลยีให้ดีขึ้น โดยการเก็บภาษีผู้ที่ไม่ยอมเปลี่ยนแปลง และให้เงินอุดหนุนผู้ที่สามารถปรับปรุงตนเองขึ้นมาได้ เป็นต้น ดังเช่นประเทศสิงคโปร์ในอดีต ซึ่งเก็บภาษีในอัตราที่สูงกับบริษัทที่จ้างแรงงานไร้ฝีมือ เพื่อให้บริษัทต่างๆ มีแรงจูงใจในการจ้างแรงงานที่มีความรู้ และใช้แรงงานจำนวนน้อยลง ซึ่งจะนำไปสู่

เศรษฐกิจฐานความรู้ในที่สุด

บทส่งท้าย

ยุทธศาสตร์ชาติในเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น ผู้ที่จะผลักดันให้เกิดผลได้อย่างจริงจังคือภาคเอกชนหรือประชาชน รัฐมีหน้าที่เพียงเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) หรือผู้ริเริ่ม (Initiator) เท่านั้น เนื่องจากหากให้เอกชนเป็นผู้ริเริ่ม บางครั้งจะคิดแบบตัวใครตัวมัน ไม่ได้มองในภาพรวม จากนั้นจึงให้เอกชนสานต่อ โดยรัฐอาจทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมต่อให้กับเอกชนด้วย รัฐไม่ควรเข้าไปจัดการเองในทุกเรื่อง

นอกจากนี้ จะต้องคำนึงอยู่เสมอว่าการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้นเป็นกลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งมีความแตกต่างจากการพัฒนา (Development) คือในเรื่องกลยุทธ์ จะต้องมีการกำหนดทางเลือกว่า

แต่ละทางเลือกมีข้อดีข้อเสียอย่างไร แล้วจึงตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

อย่างไรก็ตาม การสร้างความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกัน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญมาก เพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจร่วมกัน (Common Ground) จากนั้นจึงมาพิจารณาร่วมกันว่า ต้องการสิ่งใด ไม่ต้องการสิ่งใด เกิดเป็นเป้าหมายร่วมกัน (Common Goal) แล้วจึงพิจารณาว่า ถ้าจะไปให้ถึงเป้าหมายจะต้องทำอย่างไร และกำหนดความรับผิดชอบ (Commitment) ภายใต้วาทถรณ์ (Vision) เพื่อให้ประเทศมุ่งสู่เป้าหมายที่ต้องการบนพื้นฐานของความเป็นไปได้จริง ซึ่งทั้งหมดนี้ จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในที่สุด



การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน : ต้องเริ่มต้นจากคำถาม ไม่ใช่คำตอบ

นายแพทย์พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน

สัมภาษณ์โดย สันติ บางอ้อ

รองเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



ภายใต้ กระแสการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นับเป็นกลยุทธ์อันสำคัญยิ่งที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน ในเรื่องนี้ วารสารเศรษฐกิจและสังคมได้รับเกียรติจาก **นายแพทย์พรหมินทร์ เลิศสุริย์เดช** รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน ซึ่งเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในรัฐบาลชุดปัจจุบัน ในการผลักดันนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงขอนำเสนอแนวคิดของท่านเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่อไป

แนวคิดเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทย

น.พ. พรหมินทร์ ได้ให้แนวคิดในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศว่า ในเบื้องต้น ควรต้องหันมาพิจารณาตนเองก่อนว่า ในขณะนี้ อยู่ที่จุดใด มีจุดอ่อนและจุดแข็งในเรื่องใดบ้าง โดยพิจารณาในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น สถานะทางเศรษฐกิจ กลไกในเรื่องการเงิน ศักยภาพของคน การพัฒนาองค์ความรู้ และการศึกษาวิจัยในเรื่องต่างๆ จากนั้น จึงแก้ไขจุดอ่อนที่มีความสำคัญและ

หมายเหตุ : สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2545 ขณะดำรงตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรี กำกับการบริหารราชการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

เลือกที่จะแข่งขันในเรื่องที่เป็นจุดแข็งของประเทศ ซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดได้ว่า ประเทศควรจะเดินไปในทิศทางใดจึงจะเหมาะสม

สำหรับประเทศไทย ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเกษตรกรรม และมีวัฒนธรรมแบบชาวพุทธอยู่เบื้องหลัง กล่าวคือ เป็นวัฒนธรรมที่ยึดถือทางสายกลาง ประนีประนอม และมีความเอื้ออาทรต่อกัน อีกทั้งยังมีสถาบันครอบครัว และองค์กรของชุมชนที่มีการรวมตัวเป็นกลุ่มก้อน แต่การจะแข่งขันได้ ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาภาคอุตสาหกรรมด้วย ซึ่งเป็นไปตามกระแสของโลกที่พัฒนาไปด้วยกลไกของอุตสาหกรรมที่มีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด มีการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ขณะเดียวกันในโลกของวิทยาศาสตร์จะต้องมีการพัฒนาสิ่งที่แตกต่างกันไปเรื่อยๆ ดังนั้น หากต้องการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ประเทศไทยจะต้องเน้นในสิ่งที่มีศักยภาพและความได้เปรียบ อาทิ ประเทศไทยอยู่ในภูมิภาคใกล้เส้นศูนย์สูตร ซึ่งมีอากาศอบอุ่นตลอดปี มีแหล่งพืชพันธุ์ธัญญาหารที่อุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีวัฒนธรรมที่สั่งงาม มีสังคมที่เปิดกว้าง สามารถเรียนรู้ รับรู้ และต้อนรับคนจากทั่วโลกได้ เป็นต้น

ทั้งนี้ หากพิจารณาโดยรวมแล้ว ประเทศไทยมีสิ่งที่เป็นจุดแข็งอยู่ 2 มิติ คือ มิติในด้านเทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งเมื่อเทียบกับเทคโนโลยีด้านอื่นๆ แล้ว เทคโนโลยีชีวภาพเป็นจุดที่ประเทศไทยยังพอไปได้ สำหรับมิติที่ 2 คือ มิติด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทย ซึ่งมีความอ่อนโยนละเมียดละไม ทำให้งานในด้านหัตถกรรมหรือการให้บริการเป็นจุดเด่นของประเทศ ซึ่งประเทศไทยควรจะเน้น 2 มิติที่เป็นจุดแข็งนี้ในการแข่งขัน

“ประเทศไทยจะต้องกำหนดว่าจะไปทางใด โดยเน้นในสิ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบอยู่แล้ว เช่น เรื่องของอาหารซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าจากสินค้าเกษตร เรื่องการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการให้บริการที่มีมูลค่าสูงและคนไทยมีความถนัด เรื่องแฟชั่นซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่มีพื้นฐานอยู่แล้ว เรื่องการผลิตรถยนต์ซึ่งคนไทยมีความละเมียดละไมในการผลิตเป็นทุนอยู่ หรือเรื่องอุตสาหกรรมด้านกราฟฟิคดีไซน์ซึ่งคนไทยไม่น้อยหน้าประเทศอื่น”

เกษตรกรรมของไทยยังแข่งขันได้

น.พ.พรหมินทร์ มีความเห็นว่า เกษตรกรรมของไทยยังมีความได้เปรียบ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกคนต้องบริโภคอยู่เป็นประจำ แม้จะขายไม่ได้ราคาแพงแต่ก็มั่นใจได้ว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ และในความเป็นจริงแล้ว สินค้าเกษตรของไทยก็ยังคงมีความเข้มแข็ง ยก





ตัวอย่างเช่น ข้าว แม้ประเทศไทยจะประสบปัญหาน้ำท่วมหนักเพียงใด แต่ก็ยังมีข้าวเหลือพอที่จะส่งออกได้มากที่สุดในโลก เป็นต้น ดังนั้น หากประเทศไทยพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพดีขึ้นไปอีก และสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น ก็จะทำให้สินค้าเกษตรกลายเป็นจุดแข็งที่สำคัญของประเทศอีกประการหนึ่งได้

สำหรับการที่รัฐบาลได้เคยใช้นโยบายแทรกแซงเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรนั้น **น.พ.พรหมินทร์** เห็นว่า ควรจะแทรกแซงให้น้อยที่สุด เนื่องจากการแทรกแซงเป็นการบิดเบือนสภาพความเป็นจริงและกลไกของตลาด และอาจเป็นการอำนวยการอันนอยผลประโยชน์ให้แก่คนเพียงบางกลุ่ม ซึ่งหากรัฐบาลสามารถทำความเข้าใจธรรมชาติของเศรษฐกิจ รู้เท่าทันกลไกตลาด รู้จักเลือกจังหวะที่ดี ก็จะสามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้อย่างดีที่สุด ตัวอย่างเช่น การที่รัฐบาลได้ปรับปรุงเรื่องการประกันราคาข้าวพาราให้เป็นไปตามกลไกตลาด ซึ่งส่งผลให้ราคาข้าวดีขึ้น เป็นต้น

“รัฐบาลพยายามปรับปรุงเรื่องการประกันราคาข้าวพารา โดยพยายามดึงปัจจัยที่บิดเบือนกลไกตลาดออกไป ปล่อยให้เป็นเรื่องของอุปสงค์และอุปทานตามธรรมชาติให้มากที่สุด โดยพยายามประกันราคาเพื่อให้เกษตรกรมั่นใจว่าราคาจะไม่ตกเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้ในปัจจุบันราคาข้าวดิบตัวสูงขึ้นไปกว่าราคาประกันมาก”

การประเมินจากภายนอกเป็นเสมือนกระจกสะท้อนให้รู้จักตนเอง

ในการกำหนดว่าประเทศควรจะไปทิศทางใดนั้น **น.พ. พรหมินทร์** ให้ความเห็นว่า ควรจะพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในโลก เพื่อรู้ว่าประเทศของเราอยู่ในตำแหน่งใด ซึ่งอาจทำได้โดยการประเมินศักยภาพใน

การแข่งขันของแต่ละประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีสถาบันต่างๆ ได้ประเมินไว้ อันเปรียบเสมือนกระจกสะท้อนให้รู้จักตนเองได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม อาจจำเป็นต้องระมัดระวัง เนื่องจากการประเมินจากภายนอกอาจไม่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงเสมอไป ตัวอย่างเช่น การคาดประมาณการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของหน่วยงานต่างๆ ในปัจจุบัน เป็นต้น

“ในปัจจุบันมีหน่วยงานต่างๆ มากมาย พยายามที่จะคาดการณ์การขยายตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งคาดประมาณด้วยวิธีการแบบเก่าๆ ไม่ได้ใช้วิธีการแบบใหม่มาดำเนินการ ตัวอย่างเช่น ไม่ได้คำนึงถึงการใช้นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มราคาผลผลิต โดยเฉพาะด้านการเกษตร ซึ่งราคาผลผลิตที่สูงขึ้นจะเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรซึ่งเป็นผู้บริโภคคนสุดท้ายมีรายได้สำหรับจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ทำให้ของขายได้มากขึ้น และส่งผลให้มีการผลิตมากขึ้น รัฐบาลจึงเก็บภาษีได้มากขึ้น เศรษฐกิจก็จะขยายตัว เป็นวงจรต่อไปเรื่อยๆ ดังนั้น เศรษฐกิจในความเป็นจริงจึงขยายตัวได้มากกว่าที่หน่วยงานเหล่านั้นได้คาดประมาณไว้”

คนเป็นหัวใจสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

น.พ.พรหมินทร์ เห็นว่า การผลักดันการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ สิ่งสำคัญที่สุดคือ “การพัฒนาคน” โดยเฉพาะการปรับทัศนคติของคนให้เกิดความเชื่อมั่นว่า มีความสามารถพอ สามารถสู้เขาได้ นอกจากนี้ ยังจะต้องรู้เท่าทันโลก โดยการพยายาม



แสวงหาคำความรู้ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา และรู้จักวิเคราะห์แยกแยะความรู้เหล่านั้นโดยการใช้เหตุผลได้อย่างถูกต้องอีกด้วย ซึ่งความรู้เหล่านี้สามารถเรียนกันกันได้ และเรียนไม่มีวันหมด

“จากประสบการณ์ที่ผมได้ไปพบมาทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผมมั่นใจว่า คนไทยเราไม่ได้อ่อนด้อยกว่าใคร สิ่งที่สำคัญคือ อาจต้องปรับความรู้สึกเชื่อมั่นและวิถีคิดของคน ส่วนในเรื่องความรู้ โลกทุกวันนี้เปิดกว้างให้คนสามารถเรียนรู้เท่าทันกันได้เกือบทั้งหมดอยู่แล้ว”

นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีบทบาทร่วมในกระบวนการพัฒนาทุกระดับ ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยในช่วงของรัฐบาลชุดปัจจุบัน **น.พ.พรหมินทร์**กล่าวว่า เป็นช่วงที่รัฐบาลเปิดให้มีการมีส่วนร่วมของประชาชนมากที่สุด ในประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นสาเหตุให้นโยบายรัฐบาลประสบความสำเร็จในหลายเรื่อง อาทิ นโยบายเรื่องกองทุนหมู่บ้าน “ใครจะคิดว่า รัฐบาลสามารถผลักดันให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในบ้านเมืองในพื้นที่หมู่บ้านจำนวนถึงกว่า 70,000 หมู่บ้านทั่วประเทศพร้อมๆกันในระยะเวลาอันสั้นได้ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จนี้ก็คือ การมีส่วนร่วมโดยกลุ่มที่เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงจริงๆ ได้แก่กลุ่มที่เรียกว่า ประชากรรัฐ ซึ่งประกอบด้วยข้าราชการที่เอาจริงเอาจัง เอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้นำชุมชน รวมทั้งนักการเมืองที่มีความเข้าใจ กลุ่มคนเหล่านี้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันจนนโยบายประสบความสำเร็จ”

ในกลไกของกระบวนการมีส่วนร่วมนั้น จะต้องประกอบด้วยการรับฟังความเห็นของภาคส่วนต่างๆ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ ซึ่งนำหนักข้อมูล แล้วจึงตัดสินใจเลือก ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญว่าจะอะไรควรทำก่อนหลัง ซึ่งบางครั้งจะต้องมีการประนีประนอมกัน เช่น บางครั้งต้องการทำไปถึงระดับที่ 100

แต่เมื่อพิจารณาถึงคนและกลไกต่างๆ แล้วยังอยู่ในระดับที่ 15 เท่านั้น ก็อาจจะต้องยอมรับในระดับที่ 15 หรือพยายามตั้งเป้าเพื่อผลักดันไปให้ถึงระดับที่ 20 หรือ 25 โดยทำแบบค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป เป็นต้น

ต้องเริ่มต้นจากคำถาม ไม่ใช่คำตอบ

ในฐานะที่ **น.พ.พรหมินทร์**เป็นผู้มีบทบาทในการผลักดันนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศมาโดยตลอด ประกอบกับได้มีการจัดตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ” ซึ่งเป็นกลไกระดับนโยบายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศขึ้นแล้ว **น.พ.พรหมินทร์**ได้ให้ความเห็นในเรื่องที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการผลักดันนโยบายไปสู่ความสำเร็จว่า ควรประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) การไม่คิดอยู่ในกรอบ และ 2) การรู้จักตัวเองว่าอยู่ที่จุดใด และรู้เขารู้เรา

“ส่วนใหญ่ เมื่อตั้งคณะกรรมการขึ้นมาแล้ว รูปแบบการประชุมก็จะเป็นรูปแบบในกรอบเดิมๆ คือ เป็นการประชุมที่เริ่มด้วยคำตอบที่ต้องการให้ที่ประชุมรับรอง ซึ่งหากเริ่มต้นด้วยการนั่งอยู่ในกรอบแบบนี้จะไปคิดแก้ปัญหาออกกรอบก็ไม่มีทางที่จะเป็นไปได้ และไม่มีทางที่จะไปแข่งกับใครได้ เพราะถ้าจะแข่ง จะต้องออกมานอกกรอบ และต้องเหนือกว่าคู่แข่งให้ได้ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ต้องเริ่มจากคำถามไม่ใช่คำตอบ ซึ่งเมื่อพิจารณาดูการศึกษาวิจัยต่างๆ เพื่อให้ได้ความรู้และวิธีการใหม่ๆ ก็ล้วนแล้วแต่เริ่มต้นจากคำถามทั้งสิ้น ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องนำ



คนเก่งๆ มา ระดมสมอง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยจะต้องเป็นการแลกเปลี่ยนกันแบบเป็นธรรมชาติ คือมีการถกเถียงกันอย่างเต็มที่ จึงจะได้ผล นอกจากนี้เราจะต้องหาเวลาไว้รู้ข้อมูลของคู่แข่ง ตลอดจนรู้จักตัวเองให้ดีด้วยว่ามีจุดแข็งจุดอ่อนอย่างไร”

บทส่งท้าย

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจำเป็นที่จะต้องเริ่มจากตัวคน โดยจะต้องเชื่อมั่นว่าสามารถแข่งได้และพยายามแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง จากนั้นจึงหันกลับมาวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของตนเอง เพื่อกำหนดว่าตนเองอยู่ ณ ตำแหน่งใด และตัดสินใจเลือกทางเลือกที่จะทำการแข่งขัน ซึ่งการมีส่วนร่วมจะเป็นกลไกอันสำคัญที่จะทำให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ จะต้องมองสถานการณ์อย่างเป็นกลางที่สุด สำหรับประเทศไทย เรามีจุดแข็งที่แตกต่างจากที่อื่นอย่างโดดเด่นอีก 2 มิติใหญ่ๆ คือ มิติในด้าน

เทคโนโลยีชีวภาพ และมิติทางด้านวิถีชีวิต และวัฒนธรรมไทย อย่างไรก็ตาม การผลักดันนโยบายให้เป็นจริงในทางปฏิบัติได้นั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเป็นธรรมชาติ โดยไม่ต้องเป็นไปตามกรอบเดิมๆ ที่เคยมีมา เนื่องจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จะต้องเริ่มต้นจากคำถาม ไม่ใช่คำตอบที่เตรียมมาแล้ว จึงจะทำให้สามารถเห็นว่าคู่แข่งได้ และนำพาประเทศไทยไปสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืนได้ในที่สุด

