



โครงการความท้าทายของภาคอุตสาหกรรมไทย

ภาพรวมและบทสรุป ชุดโครงการความท้าทายของภาคอุตสาหกรรมไทย

รศ.ดร.อาชนัน เกาะไพบูลย์ และ

ผศ.ดร.จุฑาทิพย์ จงวนิชย์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เสนอ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยในชุดโครงการความท้าทายภาคอุตสาหกรรมระยะที่สองขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ที่เล็งเห็นความสำคัญของชุดโครงการฯ และให้การสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล อดีตผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายชาติและความสัมพันธ์ข้ามชาติ และปัจจุบัน รองผู้อำนวยการด้านการวิจัยยุทธศาสตร์ที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการวิจัยในชุดโครงการฯ ตั้งแต่ระยะแรก และขอขอบคุณ ศ.ดร.อิศรา ศานติศาสน์ ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายชาติและความสัมพันธ์ข้ามชาติคนปัจจุบันที่ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่และให้คำแนะนำการดำเนินการวิจัยแก่ชุดโครงการอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยในชุดโครงการจำนวนมากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่เปิดเผยชื่อเพื่อให้งานมีความเป็นกลางของการวิจัยและผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของทั้ง 3 บริษัทที่แบ่งปันประสบการณ์การพัฒนาของบริษัท (ได้แก่ บริษัท ชัยโจเด้นกิ จำกัด บริษัท กุลธรเคอร์บี จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ซิลิคอนกราฟท์ จำกัด)

นอกจากนี้งานวิจัยได้รับข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เข้าร่วมในงานสัมมนาเผยแพร่ความรู้ของชุดโครงการฯ อันประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ วิบูลย์ขุติกุล คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผศ.ดร.วิศาล บุปผเวส สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย คุณองอาจ พงษ์กิจวรสิน ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรม คุณจ่านงค์ นาวาสมิตตา วงศ์ Executive Director บริษัท Apparel Blueprints Industrial คุณทัฬหะ ปิงเจริญกุล ผู้อำนวยการบริหารสมาคมไทยอุตสาหกรรมผลิตยาแผนปัจจุบัน ดร.ชโย ตรังอดิศัยกุล รองเลขาธิการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คุณกรรณิการ์ กิจติเวชกุล นักวิชาการอิสระทางด้านสาธารณสุข คุณวิบูลย์ เทเพนทร์ ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยวิศวกรรมหลังการเก็บเกี่ยว กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ คุณอนุวัตร จุลินทร และ ดร.พงษ์ศักดิ์ เลาสวัสดิ์ชัยกุล สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ดร.ณัฐ ธารพานิช สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ รศ.ดร.ภविดา ปานะนนท์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดร.เชษฐา อินทรวีทักษ์ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย และ ดร.ดวงดาว มหากิจศิริ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความขยันขันแข็งของทีมผู้ช่วยวิจัยในโครงการ โดยเฉพาะ นางสาวศรสวรรค์ ไส่ละม้าย นายฐปนรรด ไพบุลย์สิน นางสาวพรชนก เทพขาม และ นายธนเพชร จิระวณิชวงศ์

ภาพรวมและบทสรุป

ชุดโครงการ “ความท้าทายของภาคอุตสาหกรรมไทย”

ชุดโครงการความท้าทายภาคอุตสาหกรรมไทยระยะที่สองเป็นการวิจัยต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความเข้าใจปัญหาที่ภาคอุตสาหกรรมไทยกำลังเผชิญโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับ (Upgrading) และการขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมในสภาวะที่เศรษฐกิจโลกที่ยังอึมครึม

ไม่ต้อที่ส่งจากผลการวิจัยของชุดโครงการฯ ระยะแรก คือ ภาคอุตสาหกรรมไทยมีความท้าทายเหมือนกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ แต่ไม่ได้เลวร้ายอย่างที่หลายฝ่ายกังวล เราพบว่าความกังวลเหล่านั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ การใช้ค่าแรงงานราคาถูกเป็นจุดขายในการแข่งขัน การไม่พัฒนาประสิทธิภาพ ล้วนแล้วแต่เป็นมายาคติ ในความเป็นจริงแล้วในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาภาคอุตสาหกรรมไทยมีส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้น แต่อาจไม่มากมายเหมือนจีนและเวียดนาม แต่ดีกว่าประเทศในภูมิภาคอย่างมาเลเซียหรือสิงคโปร์ ที่สำคัญเราใช้ข้อมูลสถิติที่ง่ายและตรงไปตรงมาที่สุด เช่น มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ส่วนแบ่งตลาดโลก และข้อมูลเม็ดเงินลงทุนโดยตรงเพื่อให้ผลการประเมินสามารถสื่อสารกับคนทั่วไปในวงกว้างให้มากที่สุด มโนคติของนักวิจัยให้น้อยที่สุดและไม่ได้เป็นเพียงความรู้ันหอคอยที่มาจากจินตนาการของนักวิจัยแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตามวันนี้ภาคอุตสาหกรรมไทยกำลังเผชิญความท้าทายเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขเพื่อให้การพัฒนาไม่สะดุดลง เพื่อให้เราอยู่บนเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน และเพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนไทยทุกคน

ชุดโครงการฯ ในระยะที่สองประกอบไปด้วยโครงการย่อย 11 โครงการได้แก่

- | | |
|--------------------|--|
| โครงการย่อยที่ 1 | กรอบแนวคิดการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเลือกสำหรับประเทศรายได้ปานกลาง |
| โครงการย่อยที่ 2 | การพึ่งพิงการส่งออกและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย |
| โครงการย่อยที่ 3-6 | <p>ประสบการณ์การพัฒนาระดับอุตสาหกรรม 4 อุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • อุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป • อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม • อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ • บริษัทเครื่องจักรกลเกษตรไทย |
| โครงการย่อยที่ 7-9 | ประสบการณ์การพัฒนาของ 3 บริษัท (Firm-level Case Studies) |

- บทเรียนบริษัทซีไอเด็นกิ
- บริษัท กุลธรคอร์ป จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซิลิคอนกราฟ จำกัด

โครงการย่อยที่ 10 ความตกลงการค้าเสรีกับผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยาของไทย

โครงการย่อยที่ 11 ปัจจัยกำหนดความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรการทางด้านสุขอนามัย

บทสรุปฉบับนี้นำเสนอข้อค้นพบหลักในแต่ละโครงการมาจัดเรียงเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์เพื่อขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมไทยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และก้าวข้ามมายาคติต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายที่ผ่านมาในอดีต

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ: เรื่องสลับซับซ้อนกว่า *Common Sense*

ความสามารถในการแข่งขันระดับชาติที่ดูเหมือนจะเป็นอะไรที่ตรงไปตรงมาแต่ความเป็นจริงมีความเข้าใจที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อนจากสิ่งที่ควรเป็นอยู่มาก ดังที่นำเสนอโครงการย่อยที่ 1 (*กรอบแนวคิดการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเลือกสำหรับประเทศรายได้ปานกลาง*) ความสามารถในการแข่งขันระดับชาติไม่เหมือนกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทที่วัดจากส่วนแบ่งตลาดที่มีเหนือคู่แข่ง แต่ความสามารถในการแข่งขันระดับชาติเป็นการแข่งขันในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้มากที่สุด เช่น เรามีแรงงานจำนวนหนึ่ง เงินทุนจำนวนหนึ่ง เราจะบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านี้อย่างไรให้ได้ประโยชน์สูงสุด ด้วยความจำกัดของทรัพยากร มันทำให้ประเทศหนึ่งๆ ไม่สามารถผลิตได้ทุกอย่างทุกอย่าง แต่ต้องเลือกผลิต มิเช่นนั้นทรัพยากรดังกล่าวจะถูกใช้ไม่คุ้มค่า การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า หรือให้ได้มูลค่าเพิ่มมากที่สุด คือ หัวใจของความสามารถในการแข่งขันระดับชาติ

ความจำกัดของทรัพยากรเป็นสิ่งที่ไม่เคยพิจารณาในกรอบความสามารถในการแข่งขัน (ระหว่างประเทศ) ระดับบริษัทแต่อย่างใด และเป็นเรื่องที่เราเข้าใจยากสำหรับคนทั่วไป บริษัทหนึ่งอาจชนะคู่แข่งทางธุรกิจ กินส่วนแบ่งตลาดของคู่แข่งและทำให้กิจการขยายตัวได้ คู่แข่งอาจล้มหายตายจากธุรกิจ บริษัทที่ชนะในเกมธุรกิจขยายตัวต่อเนื่อง ควบรวมกิจการของบริษัทคู่แข่งที่อาจจะอยู่ในต่างประเทศได้ดังที่เราเห็นกันอยู่บ่อยครั้ง

แต่สำหรับประเทศเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ที่ประเทศหนึ่งจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด (เช่นช่างฝีมือ) การขยายตัวอย่างต่อเนื่องเหมือนบริษัทเอกชนที่กินส่วนแบ่งตลาดคู่แข่ง การขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้ค่าแรงปรับตัวสูงขึ้นและความสามารถในการแข่งขันก็ค่อยๆ ลดลง ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน อาจประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว

เกิดปัญหาการว่างงาน แต่ไม่สามารถล้มหายตายจากไปได้เหมือนบริษัท นอกจากนั้นประเทศแต่ละประเทศมีเครื่องมือที่จะมาถ่วงดุลการค้าขายของอีกประเทศหนึ่ง ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุด คือ การแสวงหาประโยชน์ร่วมกัน ต่างคนต่างจัดการทรัพยากรที่จำกัดของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ความแตกต่างระหว่างแนวคิดเรื่องการแข่งขันระดับชาติและระดับบริษัทเป็นสิ่งที่ถูกละเลย คนทั่วไปมักมองเรื่องความสามารถในการแข่งขันระดับชาติผ่านมุมมองของระดับบริษัทและพุ่งประเด็นไปที่ความสามารถในการส่งออก บางคนอาจเชื่อว่าการมองว่าความสามารถในการแข่งขันของประเทศก็คือความสามารถในการส่งออกนั้นไม่ได้ผิดอะไร และเป็นสิ่งที่เราพูดถึงกันมาตลอด 20-30 ปีที่ผ่านมา

วันนี้สถานการณ์เศรษฐกิจการเมืองของโลกเปลี่ยนไป กระแสลัทธิชาตินิยม หรือ Economic Nationalism ในลักษณะที่ประเทศเราต้องมาก่อนกำลังก่อตัวและมีอิทธิพลในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจของเสาหลักของเศรษฐกิจโลกอย่างสหรัฐฯและหลายๆ ประเทศในสหภาพยุโรปทำให้การมองเรื่องความสามารถในการแข่งขันระดับชาติเป็นความสามารถในการแข่งขันระดับบริษัทและความสามารถในการส่งออกเป็นเรื่องที่อันตรายที่อาจทำให้เกิดสงครามการค้า เรื่องดังกล่าวน่ากังวลอย่างมากสำหรับประเทศเล็กอย่างไทยที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาการส่งออกและการหันมาพึ่งพาตลาดภายในประเทศในระยะสั้นทำได้ยาก และมีต้นทุนการปรับตัวอย่างมาก (โครงการย่อยที่ 2 การพึ่งพิงการส่งออกและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย) การเกิดสงครามการค้าจึงสร้างความเสียหายกับประเทศเล็กเหล่านี้มากกว่าประเทศที่มีตลาดภายในประเทศที่ใหญ่ ดังนั้นการปรับเปลี่ยนมุมมองทางด้านความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้นๆ เพื่อให้เราสามารถขับเคลื่อนนโยบายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทของรัฐในการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย

เมื่อทรัพยากรมีจำกัด เหตุใดภาครัฐไม่เข้ามามีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาแนวคิดบทบาทภาครัฐในการกำหนดเป้าหมายไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เป็นสิ่งที่เราเห็นมาอย่างต่อเนื่องแม้ว่าการดำเนินการอาจไม่มีประสิทธิผลก็ตาม ดังในกรณีของประเทศไทยที่กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ 10 อุตสาหกรรมภายใต้นโยบาย S-Curve และ New S-Curve หรือ นโยบาย Thailand 4.0 ที่กำลังเป็น Policy Theme สำคัญในปี พ.ศ.2560 ของรัฐบาล แต่หลักฐานเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่าประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและ/หรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มากในประเทศ แม้แนวคิด Competitive Advantage ของ M. Porter New Trade Theory โดย P. Krugman หรือ ล่าสุด Latent Comparative Advantage ของ J. Lin มองว่าภาครัฐสามารถชี้นำทิศทางการพัฒนาได้ แต่ทั้งหมดให้ความสำคัญกับการลดการบิดเบือนที่มีอยู่ในตลาดเพื่อให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างเหมาะสมมากกว่า

ความพยายามชั้นนำในลักษณะก้าวกระโดด ซึ่งต้องระวังเพราะเป็นเรื่องที่ยาก หลายๆ ครั้งเป็นเพียงแค่สมมติฐานทางทฤษฎีที่ยากจะเกิดขึ้นจริง ที่สำคัญประสบการณ์ที่ผ่านมาแทบไม่มีประเทศใดในโลกที่ประสบความสำเร็จจากการชั้นนำ โดยเฉพาะการชั้นนำแบบก้าวกระโดด หลายๆ คนเชื่อว่าประเทศเกาหลีใต้เป็นกรณีตัวอย่างของความสำเร็จในการชั้นนำ แต่เรื่องดังกล่าวไม่ถูกต้อง เพราะความสำเร็จนั้นเกิดขึ้นในวงจำกัดภายใต้เงื่อนไขพิเศษบางประการ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายมีความเชื่อมโยงกับยุทธโศปกรณ์ทางทหาร แรงกดดันจากสหรัฐอเมริกาที่มีต่อรัฐบาลทหาร ณ ขณะนั้น ลัทธิชาตินิยมที่รุนแรงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และปัญหาการแบ่งแยกเกาหลี ปัจจัยเหล่านี้เป็นกลจักรขับเคลื่อนสำคัญแต่ล้วนยากจะเกิดขึ้นกับประเทศอื่นๆ พร้อมๆ กันได้

ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Disruptive Technology) ดังในปัจจุบัน การชี้เป้าหมายการพัฒนาแบบก้าวกระโดดอันตรายเป็นขึ้นเป็นเท่าตัว สิ่งที่เคยคิดว่าเป็นอุตสาหกรรมอนาคตนี้อาจไม่ใช่ในอีก 6 เดือนข้างหน้า การชั้นนำโดยรัฐบาลจึงเปรียบเสมือนการค้ำประกันความสำเร็จและทำให้เอกชนคาดหวังว่ารัฐบาลจะให้ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

นัยสำคัญจากการหลีกเลี่ยงการชั้นนำอุตสาหกรรมเป้าหมาย คือ การปล่อยให้กลไกตลาดทำงาน กล่าวคือ เราคงต้องยอมให้ผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพการผลิตต่ำออกจากตลาด เรื่องดังกล่าวฟังดูเหมือนภาครัฐไม่แยแสกับความเป็นความตายของผู้ประกอบการ แต่การอุ้มดังกล่าวเท่ากับเรากำลังให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นดันทุรังทำในเรื่องที่ไม่ถนัดต่อไปและมาแย่งทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีอนาคต ในทางกลับกันการออกจากตลาดเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นนำเอาทรัพยากรย้ายไปยังกิจการอื่นๆ ที่เหมาะสมกว่า การปรับทัศนคติดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นแม้จะเป็นเสมือนยาขมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องก็ตาม

มาตรการอื่นๆ ที่จำเป็นคือ หากเรายินยอมปล่อยให้กิจการบางกลุ่มล้มหายตายได้ คือ การปล่อยถ่ายแรงงานจากโรงงานที่ด้อยประสิทธิภาพไปสู่โรงงานที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า การเปลี่ยนทักษะฝีมือแรงงานและการให้เงินชดเชยแก่แรงงานที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนทักษะน่าจะเหมาะสมกว่า เรื่องดังกล่าวน่าจะทางเลือกการใช้เงินงบประมาณที่ดีกว่าการอุ้มผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพต่ำที่เราไม่แน่ใจว่าเราต้องทำอีกนานเท่าใด และทำเพื่ออะไร เพราะในหลายๆ กรณีการยกระดับเกิดขึ้นซ้ำจนเกินแก้ ดังนั้นการออกจากธุรกิจและเข้าสู่ธุรกิจใหม่ น่าจะเป็นทางออกที่ดีกว่า

การทำวิจัยและพัฒนา (R&D) และแหล่งเงินทุน: เรื่องที่ต้องเดินคู่ขนาน

สาเหตุหนึ่งที่ผู้คนจำนวนหนึ่งในสังคมไทยกังวลกับการปล่อยไปตามกลไกตลาด คือ ภาคเอกชนไทยไม่ค่อยทำวิจัย และทำให้ความสามารถในการแข่งขันต่ำ ผู้ประเทศที่ร่ำรวยไม่ได้เพราะไม่มีเทคโนโลยี

ของตนเอง ญี่ปุ่นประเทศยากจนกว่าก็ไม่ได้เพราะค่าแรงของไทยก็ไม่ได้ถูกเหมือนในอดีต ผลการศึกษาในชุดโครงการนี้ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อดังกล่าวไม่ถูกต้องนัก ผลการศึกษาของหลายโครงการย่อยในชุดโครงการฯ พบว่าภาคเอกชนคงต้องทำ R&D บ้างไม่มากนักน้อย มีเช่นนั้นคงเป็นไปได้ที่ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะตัวเลขอัตราการขยายตัวของการส่งออกจะโตได้ต่อเนื่องขยายตัวได้มากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค

แต่คงไม่ใช่ทุกรายทำ R&D เท่ากัน หรือประสบความสำเร็จ คงมีบางรายที่ไม่ทำหรือไม่ประสบความสำเร็จในการ R&D และยังอยู่ในธุรกิจได้ แต่นานาคไม่สดใส ในตรงกันข้ามภาคเอกชนบางรายประสบความสำเร็จในการทำ R&D และขยายตัวต่อเนื่อง เรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบใหม่ในทางเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศที่พบว่าในธุรกิจหนึ่งๆ ผู้ประกอบการแต่ละรายมีความหลากหลายและกำลังปรับตัวตัว ถ้าเป็นเช่นนั้นทำไม ตัวเลขเม็ดเงินลงทุน R&D ในประเทศไทยจึงต่ำ (ร้อยละ 0.63 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในปี 2558)¹ คำตอบในเรื่องดังกล่าวมี 2 ส่วน

ส่วนแรก เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าการลงทุน R&D ของไทยนั้นต่ำเมื่อเทียบกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่สูงกว่าและเป็นสิ่งที่เราต้องกระตุ้นให้มีการทำเพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีผู้ประกอบการบางรายไม่ยอมทำ R&D แต่สิ่งที่เราเข้าใจผิด คือ เหตุผลที่ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่ทำ R&D ซึ่งเรามักได้ยินข้อสรุปไปในทางต่อว่าต่อขานว่าเป็นผู้ประกอบการที่ขี้เกียจ รักสบาย และไม่มีหัวก้าวหน้า ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่สมเหตุสมผลและไม่สร้างสรรค์ รังแต่จะบั่นทอนภาพลักษณ์ของเศรษฐกิจไทยโดยใช้เหตุในความเป็นจริง หากเราพิจารณาลักษณะของโครงการ R&D ที่จะอธิบายต่อไป เราจะเข้าใจถึงเหตุและผลที่ผู้ประกอบการเหล่านี้ตัดสินใจไม่ทำ R&D และด้วยความเข้าใจที่ถูกต้องทำให้เราสามารถออกแบบมาตรการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทำ R&D เพิ่มขึ้นได้ และสามารถคาดหวังกับการกระตุ้นได้

ส่วนที่สอง คือ ตัวเลขที่ต่ำเป็นผลจากเราใช้คำจำกัดความของการลงทุน R&D ที่แคบเกินไป โดยทั่วไปกิจกรรม R&D สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. R&D ในขั้นตอนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หรือที่เรียกว่าเป็น การอัพเกรดที่ขั้นตอนการผลิต (ต่อไปอ้างอิงว่าเป็น Process Upgrading)
2. R&D เพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือที่เรียกว่าเป็นการอัพเกรดผลิตภัณฑ์ใหม่ (ต่อไปอ้างอิงว่าเป็น Product Upgrading)
3. R&D เพื่อทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่าเป็นอัพเกรดทางด้านหน้าที่ (ต่อไปอ้างอิงว่าเป็น Functional Upgrading)

¹ ข้อมูลจากฐานข้อมูล World Development Indicator ของธนาคารโลก

ในมุมมองของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หรือองค์กรระหว่างประเทศมองว่า Product และ Functional Upgrading เป็นเรื่องดีและพึงปรารถนาเมื่อเทียบกับ Process Upgrading ที่มีถูกมองว่าเป็นเรื่องที่เป็น การเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย หรือถือว่าไม่ทำ R&D ดังสะท้อนจากคำจำกัดความของ R&D ที่ใช้ในองค์กร สหประชาชาติ

“Expenditures for research and development are current and capital expenditures (both public and private) on creative work undertaken systematically to increase knowledge, including knowledge of humanity, culture, and society, and the use of knowledge for new applications. R&D covers basic research, applied research, and experimental development”

ที่มา: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO)
Institute for Statistics)

จากคำจำกัดความข้างต้น Process Upgrading ไม่ได้ถูกนับรวมอยู่ในคำจำกัดความ R&D แต่อย่างใด แต่หลักฐานที่ค้นพบในหลายๆ โครงการย่อยในชุดโครงการฯ ทั้งระดับอุตสาหกรรมและ กรณีศึกษารายบริษัทพบว่า Process Upgrading เป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะทำ หรือไม่ทำ Product และ Functional Upgrading เพราะธรรมชาติของกิจกรรม R&D โดยเฉพาะ Product และ Functional Upgrading ที่ต้องใช้เงินทุนสูง เป็นการลองผิดลองถูก มีความเสี่ยงสูง และ ต้องทำอย่างต่อเนื่องไม่ว่าผลการทำ R&D ก่อนหน้าประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ตาม เช่น การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ควรเป็นแบบไหน เจาะลูกค้ากลุ่มไหน และสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในมิติไหนดี นอกจากนั้นระหว่างที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ยังไม่ติดตลาด เราบริหารจัดการอย่างไร เราแบกรับภาระขาดทุน อย่างไร และนานแค่ไหน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งการลงทุนดังกล่าวมี ระยะเวลาคืนทุนที่นาน ประสบการณ์ ของบริษัทชัยใจเติบที่ใช้เวลาเกือบ 10 ปีที่จะเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม (โครงการย่อยที่ 7) หรือกรณีของ บริษัทชลีคอนคราฟท์ ใช้กว่า 5 ปี (โครงการย่อยที่ 9) ดังนั้นการตัดสินใจดังกล่าวเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบริษัทมี เงินทุนมากพอและเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว (หรือภาษาชาวบ้านต้องมีหน้าตักที่หนาและเป็นเงินเย็น) นอกจากนั้นผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นที่สร้างธุรกิจนั้นจริงๆ เพราะธรรมชาติการลงทุนที่มีระยะเวลาดี้นทุนที่นาน หากผู้บริหาร/เจ้าของกิจการไม่เอาจริงเอาจ้ง คงเป็นเรื่องที่ยากที่จะเกิดขึ้นได้

ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริหาร/เจ้าของกิจการมุ่งมั่นในธุรกิจก็จะกล้าตัดสินใจลงทุนในกิจกรรม R&D ทำอย่างต่อเนื่องและเรียนรู้ถูกผิดเพื่อหวังผลการคืนทุนในระยะยาว

ดังนั้นการตัดสินใจลงทุน-ไม่ลงทุน R&D จึงเป็นการตัดสินใจบนผลประโยชน์สุทธิของผู้ประกอบการ แต่ละรายและเป็นเหตุผลส่วนบุคคล เรื่องดังกล่าวไม่สามารถผลักดันโดยมาตรการกระตุ้นอย่างการยอมให้นำเอาค่าใช้จ่ายมาหักภาษีเงินได้นิติบุคคลที่เป็นเครื่องมือหลักและเป็นรูปธรรมของภาครัฐในปัจจุบัน ไม่ว่าเราจะทุ่มเทงบประมาณเพื่อกระตุ้น R&D มากเท่าใด พยายามออกแบบแรงจูงใจทางภาษีรายได้ อย่างไรก็ตาม โอกาสที่ยอด R&D รวมของประเทศจะเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก หรืออาจเป็นไปได้ในระยะสั้น

สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยที่เริ่มจากการใช้นโยบายกระตุ้นให้เกิดการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและยังคงลังเลที่จะยกเลิกนโยบายเหล่านี้ ผู้ประกอบการจำนวนมากเข้ามาทำธุรกิจเพียงเพราะแสวงหาประโยชน์จากการกระตุ้นจากภาครัฐ เมื่อการแข่งขันรุนแรงกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่จริงจังเหล่านี้เป็นกลุ่มที่จะล้มหายตายจากก่อน ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการที่เอาจริงเอาจังก็จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง หรือที่เรียกกระบวนการดังกล่าวว่าเป็น Firm Consolidation ดังนั้นความพยายามอุ้มผู้ประกอบการเหล่านี้จึงไม่เพียงแต่สิ้นเปลืองงบประมาณโดยใช้เหตุแล้ว แต่ยังทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้แย่งทรัพยากรที่มีจำกัดโดยเฉพาะแรงงานฝีมือ บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่จริงจัง และทำให้เสียโอกาสการใช้งบประมาณแผ่นดินไปช่วยเหลือคนที่จำเป็น

Process Upgrading กับบทบาทการเป็นตัวทำกำไร (Cash Cow) ของกิจการ

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่อำนวยความสะดวกในการทำ R&D คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ต้องเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว เรื่องดังกล่าวทำให้ Process Upgrading กลายมาเป็นหัวใจและเป็นจุดเริ่มต้นก่อนที่ผู้ประกอบการทำ Product และ Functional Upgrading ต่อไป

Process Upgrading เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพขั้นตอนการผลิตที่ดำเนินการอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพเพิ่มเติม เมื่อมองดูเผินๆ Process Upgrading จึงเหมือนสิ่งที่ต้องทำอยู่แล้วไม่ใช่อะไรใหม่ ที่สำคัญการวัดหรือประเมินว่าผู้ประกอบการรายใดทำ Process Upgrading ทำได้ยากเพราะโดยตัวกิจการเองเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก ไม่เหมือนกับการทำ Product หรือ Functional Upgrading เช่น หากเราพยายามคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด นั้นหมายถึง เราทำ Product Upgrading เช่นกัน หากเราพยายามทำการตลาดโดยการสร้างตราสินค้า หรือ พยายามเข้าทำกิจกรรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อันนี้ถือว่าเป็น Functional Upgrading เรื่องดังกล่าวทำให้ Process Upgrading ถูกมองข้ามทั้งๆ ที่เป็นหัวใจสำคัญที่ต่อยอดไปยังการทำ Upgrading รูปแบบอื่นๆ

กิจกรรม Process Upgrading หนึ่งในที่สำคัญ คือ การนำเอากระบวนการบริหารจัดการใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์กับกิจการ เช่น การประยุกต์ระบบ Keizen ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการนำเอากระบวนการบริหารจัดการใหม่ๆ คือ ผู้ประกอบการสามารถประเมินประสิทธิภาพการผลิตของตนเองได้อย่างชัดเจนว่าเพิ่มขึ้นลดลงหรือไม่ อย่างไร และต้องปรับปรุงในส่วนใดเพื่อให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้ประกอบการไทยจำนวนมากโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กที่ยังคงใช้ความรู้สึกในการตัดสินใจแก้ปัญหาของกิจการ เรื่องดังกล่าวสะท้อนอย่างชัดเจนในกรณีการปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม (โครงการย่อยที่ 4) แม้กิจกรรมดังกล่าวไม่ได้ใช้เงินทุนจำนวนมากเหมือนในกรณี Product และ Functional Upgrading แต่การดำเนินการต้องอาศัยทั้งความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง ความร่วมมือของพนักงานในทุกระดับที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน มีกระบวนการลงมือทดลอง การดึงองค์ความรู้ต่างๆ จากทุกๆ ส่วนในบริษัทออกมาใช้ประโยชน์ และต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลอย่างเป็นกอบเป็นกำในระยะยาว (3-5 ปี) การทำ Process Upgrading จึงเสมือนการเปลี่ยน DNA ของผู้ประกอบการและคนงานในโรงงาน การตัดสินใจทำหรือไม่และความสำเร็จของการทำ Process Upgrading จึงขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงตระหนักถึงความสำคัญและเอาใจจริงเอาใจแค่ไหน

เมื่อบริษัทประสบความสำเร็จจากการทำ Process Upgrading ทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรมากขึ้นเพียงพอที่จะสละกำไรบางส่วนมาลงทุนในกิจกรรม R&D ที่เป็น Product และ Functional Upgrading ที่เสี่ยงสูง ครั้งแรกๆ อาจล้มเหลว แต่ต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ประโยชน์ในระยะยาว

การพึ่งพาเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อมาทำ R&D เป็นเรื่องยากและไม่เหมาะสมเพราะเป็นแหล่งเงินทุนระยะสั้น แต่การลงทุนในกิจกรรม R&D เป็นการลงทุนระยะยาว ในขณะที่การพึ่งพาแหล่งเงินทุนระยะยาวอย่างตลาดทุนก็เหมาะสำหรับบริษัทที่พัฒนามาถึงจุดหนึ่ง (หรือที่มักเรียกเป็นภาษาง่าย ๆ ว่ากิจการอยู่ตัว) สำหรับบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นและยังไม่มีที่รู้จัก การเข้าไประดมทุนในตลาดหลักทรัพย์น่าจะเป็นไม่ได้ เพราะราคาหุ้นที่เปิดตลาดอาจต่ำกว่าราคาพาร์เสียด้วยซ้ำ ดังนั้นแหล่งเงินที่เหมาะสมสำหรับการทำ R&D ดังกล่าวจึงต้องเป็นแหล่งเงินทุนภายในที่มาจากกำไรของกิจการเองที่มากพอ เรื่องดังกล่าวเป็นเหตุผลสำคัญว่า Process Upgrading จึงเป็นกุญแจสำคัญลำดับต้นๆ ของการต่อยอดไปทำ Product และ Functional Upgrading ต่อไป

บางคนอาจนึกถึงวิธีการระดมทุนใหม่ๆ เช่น กองทุน Start up Angel Fund/Investor (หรือที่เรียกขานกันว่าเป็น Venture Capital) แต่เงินทุนในลักษณะดังกล่าวเหมาะกับธุรกิจบางประเภทที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครผลิต เป็นการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และมี

ศักยภาพทางธุรกิจ เรื่องดังกล่าวแตกต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ผลิตภัณฑ์พัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป

นอกจากนี้วันนี้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตหนึ่งในเครือข่ายการผลิตข้ามชาติของบริษัทข้ามชาติที่มีจุดเด่น หรือ Comparative Advantage ที่แรงงานมี Craftmanship สูง สามารถทำงานฝีมือที่ละเอียด ดังนั้นตำแหน่งที่ประเทศไทยเชื่อมโยงในเครือข่ายการผลิตของบริษัทข้ามชาติจึงอยู่ที่การใช้แรงงานในการประกอบสินค้าที่ต้องอาศัยความประณีตในการผลิตเรื่องดังกล่าวสะท้อนในข้อค้นพบของโครงการย่อยที่ 2 ที่พบว่าโครงสร้างการส่งออกของไทยที่ผ่านมาครั้งหนึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของการส่งออกสินค้าเดิมไปยังตลาดเดิม ในขณะที่อีกร้อยละ 35 เป็นการขยายตลาดเพิ่มเติมของสินค้าเหล่านี้ ในขณะที่การส่งออกสินค้าใหม่ไปยังตลาดใหม่มีจำกัด ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องที่แปลกที่ ณ ตำแหน่งดังกล่าวฐานการผลิตในประเทศไทยจึงอยู่ที่กระบวนการผลิตและ R&D ใดๆ ที่เกิดขึ้นจึงอยู่ที่ขั้นตอนการผลิต หรือ Process Upgrading มากกว่ากิจกรรมอื่นๆ ทั้งขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production) อย่างการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ/หรือการกิจกรรมเสริมการผลิต (Post-production) อย่างการพัฒนาตราสินค้าจึงมีจำกัด

ข้อค้นพบในโครงการย่อยที่ 4 จากประสบการณ์ของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่พบว่าการขยับตำแหน่งใน Value Chain และไปรวมออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับบริษัทข้ามชาติแล้วแต่เป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการ Process Upgrading

ความท้าทายสำคัญในการขับเคลื่อน Process Upgrading ที่ไม่มีเครื่องชี้วัดว่าใครทำมาก-น้อย อย่างเป็นรูปธรรมแต่เป็นหัวใจสำคัญที่สร้างรายได้และทำให้เกิดกำไรส่วนเกินเพื่มาลงทุนใน Product และ Functional Upgrading ในระยะต่อไป เรื่องดังกล่าวจำเป็นต้องผนวกเข้ามาในการออกแบบมาตรการที่มีการกล่าวถึงภายหลัง

เป้าหมายการพัฒนาอนาคตนิยม: ผลิตภัณฑ์ไฮเทค และการมีแบรนด์

วันนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญแรงกดดันการแข่งขันที่กระหนาบจากทั้งจากประเทศที่มีระดับการพัฒนาสูงกว่าและประเทศที่มีระดับการพัฒนาต่ำกว่า คำตอบ คือ ผู้ประกอบการไทยต้องยกระดับ ไม่สามารถปล่อยไปตามมีตามเกิด เรื่องดังกล่าวคงไม่ใช่เรื่องใหม่ เป้าหมายของการปรับตัวที่เรามากได้ยิน คือ เราควรผลิตสินค้าไฮเทค เราต้องพัฒนาตราสินค้าหรือ สร้างแบรนด์ หรือถ้าเป็นซัพพลายเออร์ในเครือข่ายการผลิตของบริษัทข้ามชาติ ก็ต้องพยายามซัพพลายเออร์เกรด A หรือ ซัพพลายเออร์ Tier-1 และคำตอบ

เพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่เราทำได้ยิน คือ ผู้ประกอบการต้องทำ R&D การมีเป้าหมายและคำตอบในลักษณะดังกล่าวไม่ได้ช่วยให้เรากระจ่างขึ้นว่าเราควรเดินต่อจากที่เป็นอยู่อย่างไร

เป้าหมายอย่างการผลิตสินค้าไฮเทคเป็นเรื่องที่ทุกคนปรารถนา แต่ความหมายหรือคำจำกัดความของสินค้าไฮเทคไม่เคยมีการระบุชัดเจน หลายฝ่ายมองสินค้าไฮเทคเป็นสินค้าที่ต้องมีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อน ในกรณีอุตสาหกรรมกึ่งแปรรูปคนจำนวนมากมักเชื่อว่ากึ่งปรุงแต่ง (Ready to cook/to eat) เป็นสินค้าไฮเทคเมื่อเทียบกับสินค้ากึ่งแช่เย็นแช่แข็ง เพียงเพราะว่ากึ่งปรุงแต่งมีขั้นตอนการผลิตในโรงงานที่สลับซับซ้อนกว่าตั้งแต่การปรุงรส ส่วนผสม และกระบวนการผลิตจนไปสินค้าขั้นสุดท้าย ในขณะที่กึ่งแช่เย็นแช่แข็งเป็นกระบวนการที่ง่ายกว่า อย่างไรก็ตามเรื่องดังกล่าวเป็นมายาคติ

หลักฐานเชิงประจักษ์ในโครงการย่อยที่ 3 ไม่สนับสนุนความเชื่อดังกล่าวแต่อย่างใด แม้ขั้นตอนการผลิตในโรงงานที่แตกต่างกันก็ไม่ได้ทำให้คุณลักษณะทางการค้าต้องแตกต่างกันเสมอไป กึ่งแช่เย็นแช่แข็งไม่ได้อ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคาไปกว่ากึ่งปรุงแต่งอย่างที่เราเชื่อ และการเข้ามาแย่งตลาดจากประเทศคู่แข่งที่มีค่าแรงถูกกว่าก็ไม่ได้เกินขึ้นง่ายจากการตัดราคา สาเหตุหลักที่โครงสร้างการส่งออกกึ่งแปรรูปของไทยที่ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของกึ่งแช่เย็นแช่แข็ง เพราะโครงสร้างความต้องการของโลกร้อยละ 80 เป็นกึ่งแช่เย็นแช่แข็งจากกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคารและซูเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อรายใหญ่เพื่อนำไปปรุงและจำหน่ายต่อ ในขณะที่ความต้องการกึ่งแปรรูปในลักษณะ Ready-to-eat/to-cook ยังมีจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีเวลาค่อนข้างจำกัดและขยายตัวตามวิถีชีวิตแบบสังคมเมือง (Urbanization) ในหลายๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ดังนั้นเราไม่สามารถนำเอาความไฮเทคที่พบในโรงงานมาเป็นเครื่องชี้วัด การยก-ไม่ยกกระดับการผลิตแต่อย่างใด สัดส่วนดังกล่าวเป็นเรื่องกลยุทธ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายที่เลือกเพราะแต่ละทางเลือกมีข้อดี-ข้อเสียที่ต่างกันไป

เราคงไม่ปฏิเสธว่าสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนมักทำให้โอกาสที่คู่แข่งหน้าใหม่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดมีจำกัด ความสลับซับซ้อนดังกล่าวกลายมาเป็นอุปสรรคกีดกันการเข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวน่าจะประยุกต์กับสินค้าได้น้อยลงเรื่อยๆ ในปัจจุบัน เพราะการผลิตสินค้าจำนวนมากได้มีการแบ่งให้ซัพพลายเออร์อิสระเข้ามาผลิต ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่สามารถก้าวข้ามอุปสรรคการกีดกันการเข้าสู่ตลาดดังกล่าวได้ง่ายขึ้นเพราะสามารถจัดหาวัตถุดิบจำเป็นและเรียนรู้จากซัพพลายเออร์เหล่านี้ได้ ในความเป็นจริงการสร้างอุปสรรคการกีดกันการค้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจและมักดำเนินการโดยเลือก Segment ที่ผู้ประกอบการรายนั้นมีความถนัดหรือเป็นจุดเด่นที่ไม่จำเป็นต้องจำกัดว่าความเด่นดังกล่าวต้องเป็นความสลับซับซ้อนในกระบวนการผลิตเสมอไป เรื่องดังกล่าวสะท้อนในกรณีศึกษาบริษัททั้ง 3 กรณีในชุดโครงการ (ซิลิคอนคราฟท์ ชัยใจเด็งกิ และ กุลธรรค์)

เป้าหมายยอดนิยมอีกเป้าหมายหนึ่ง คือ การสร้างแบรนด์ที่อนุমানจากความสำเร็จของสินค้าแบรนด์ชั้นนำของโลกมากมายที่เจ้าของแบรนด์สามารถตั้งราคาได้สูงโดยไม่กระทบต่อยอดขาย อย่างไรก็ตามสิ่งที่ถูกมองข้าม คือ ความยากลำบากในพัฒนาตราสินค้า โดยเฉพาะเราบริหารจัดการในช่วงที่ตราสินค้าอยู่ระหว่างการพัฒนา การสร้างแบรนด์ใช้เงินมาก ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีความเสี่ยงสูง และใช้ระยะเวลานาน (5-10 ปี) กว่าแบรนด์จะอยู่ตัวและเริ่มทำกำไรได้ ดังนั้นการทำแบรนด์จึงมีต้นทุนจม และจำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งทุนภายในกิจการในการดำเนินการคล้ายคลึงกับการทำวิจัยและพัฒนาที่กล่าวถึงข้างต้น ที่สำคัญการทำแบรนด์จำเป็นต้องทำควบคู่กับการทำ R&D เพื่อให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่สร้าง ไม่ใช่เป็นการเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้นต้นทุนจมจึงมากขึ้นไปเป็นเท่าตัว มาตรการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการลงทุนการทำแบรนด์ เช่น การให้สิทธิพิเศษทางภาษีจึงไม่น่าจะมีประสิทธิผลแต่อย่างใด การตัดสินใจลงทุนดังกล่าวขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความพร้อมทางการเงิน และความพร้อมที่จะเผชิญความเสี่ยง เรื่องดังกล่าวตอกย้ำบทบาทความสำคัญของ Process Upgrading ที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการลงทุนดังกล่าว

เรื่องสำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นองค์ความรู้พื้นฐานในวิชาการตลาดและดูเหมือนถูกละเลย คือ บทบาทของแบรนด์ในแต่ละสินค้าที่หน้าที่แตกต่างกัน สำหรับสินค้าอย่างกึ่งปรุงแต่ง (โครงการย่อยที่ 3) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม (โครงการย่อยที่ 4) และ เครื่องปรับอากาศอย่างชัยโจเด็นกิ (โครงการย่อยที่ 7) ที่ตราสินค้ามีเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคชั้นสุดท้ายและต้องการสร้างให้ผู้บริโภคศรัทธาในตราสินค้านั้นๆไม่แตกต่างจากหน้าที่ของแบรนด์ชั้นนำของโลก

แต่การพัฒนาตราสินค้าสำหรับกึ่งแช่เย็นแช่แข็ง หรือในกรณีของคอมเพรสเซอร์ของบริษัทกุลธรเคอร์บี ที่นำเสนอในโครงการย่อยที่ 8 ที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องสินค้าไม่น้อยไปกว่าผู้ขาย อีกทั้งลักษณะของสินค้าจากภายนอกไม่ได้แตกต่างกันมากระหว่างผู้ผลิต ความแตกต่างอยู่ที่คุณภาพที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะ การสร้างแบรนด์ในลักษณะนี้จึงเป็นเพียงการสื่อสารถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อในวงที่จำกัดเพื่อลดต้นทุนทางธุรกรรมจากการเสาะหาสินค้าคุณภาพ และเป็นการลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น การละเลยข้อเท็จจริงดังกล่าวและใช้การมี-ไม่มีแบรนด์ถูกใช้เป็นเครื่องชี้วัดความยั่งยืนของผู้ประกอบการนั้น หรืออุตสาหกรรมนั้นจึงเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม

ประสบการณ์การพัฒนาของซิลิคอนกราฟท์ (ออกแบบและพัฒนาสมองกลอิเล็กทรอนิกส์ RFID) หรือ ชัยโจเด็นกิ (เครื่องปรับอากาศภายใต้ตราสินค้าของตนเอง) ที่นำเสนอในโครงการย่อยที่ 7 และ 9 ตามลำดับ น่าเป็นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่พึงปรารถนาในสังคมที่เป็นสินค้าไฮเทค และการมีตราสินค้าเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตามหากเราพิจารณาจากพัฒนาการของทั้งสองกรณีอย่างถี่ถ้วน เราเห็นบทบาทของผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่น วิสัยทัศน์ การกล้าเผชิญความเสี่ยง และโชคเข้ามาเกี่ยวข้องที่ไม่ใช่เรื่อง

ที่ภาครัฐจะเข้าไปชี้แนะ กระตุ้นให้ผู้ประกอบการไปดำเนินการผ่านมาตรการสิทธิพิเศษทางภาษีเพื่อจูงใจ และไม่สามารถนำจำนวนตราสินค้า หรือ จำนวนสินค้าไฮเทค (ที่เรายังไม่แน่ใจว่าคืออะไร) มาเป็น KPI รายปีของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อบ่งบอกว่าเราสำเร็จในการยกระดับหรือไม่ อย่างไร

การเติบโตจากเครือข่ายการผลิต: ชัพพลายเออร์ของชัพพลายเออร์ ?

ประสบการณ์การปรับตัวของผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถยนต์ชาวไทย (โครงการย่อยที่ 5) เป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจเพราะแม้วันนี้ประเทศไทยได้กลายมาเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลกแห่งหนึ่ง แต่ผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถยนต์ชาวไทยเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่เติบโตและได้อานิสงส์จากการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญ ผู้ประกอบการชั้นนำเหล่านี้เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ลงมือทำวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแต่เนิ่นๆ (กลางทศวรรษ 1980 หรือ 15 ปีก่อนการยกเลิกมาตรการคุ้มครอง) และใช้ประโยชน์จากผลประโยชน์จากความคุ้มครองในอดีตมาเพิ่มประสิทธิภาพแทนที่จะเป็นเสือนอนกิน ในขณะที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนชาวไทยจำนวนมากโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางกำลังประสบปัญหาในการรักษาความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทชิ้นส่วนต่างชาติ เรื่องดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ามาตรการคุ้มครองที่ให้ไว้ในอดีตโดยเฉพาะมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศไม่ได้เป็นเครื่องยืนยันว่าผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์ดังกล่าวจะเกิดการพัฒนายั่งยืนได้

คำถามที่สำคัญ คือ วันนี้สายไปหรือไม่ที่จะช่วยให้กลุ่มผู้ประกอบการที่กำลังดิ้นรนให้กลายมาเป็นชัพพลายเออร์ Tier-1 คำตอบ คือ สายเกินไป วันนี้บริษัทรถยนต์ข้ามชาติเหมือนกับบริษัทข้ามชาติอื่นๆ ที่พยายามดำเนินงานในกิจกรรมที่ตนชำนาญ (Core Competency) และผ่องถ่ายกิจกรรมทางด้านการผลิตให้ชัพพลายเออร์ชั้นนำเพียงไม่กี่ราย โอกาสที่จะเปิดรับชัพพลายเออร์ใหม่ๆ จึงเป็นเรื่องยากยกเว้นมีความสามารถที่โดดเด่นจริง นอกจากนั้นการตระหนักถึงความสามารถของชัพพลายเออร์ไม่ใช่เพียงแค่การผลิตชิ้นส่วนเหมือนต้นแบบ แต่ต้องสามารถเข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ การควบคุมต้นทุน การจัดส่ง ซึ่งล้วนแล้วแต่ใช้เวลา สิ่งที่เกิดจากการสัมภาษณ์ คือต้องใช้เวลาเฉลี่ยอย่างน้อย 7-10 ปี หรือ 2 รุ่นรถยนต์ ดังนั้นความพยายามดึงดูดให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กลายมาเป็น ชัพพลายเออร์ Tier-1 จึงน่าจะเป็นความพยายามที่สูญเปล่าและนำไปสู่การสิ้นเปลืองงบประมาณโดยใช้เหตุ

ทางเลือกที่เหมาะสมกว่า คือ การปรับตัวเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการผลิตย่อย (Sub Network) ของชัพพลายเออร์ Tier-1 ที่กำลังสร้างเครือข่ายการผลิตย่อย (Sub-Network) ของตนเองกับชัพพลายเออร์อื่นๆ หรือการมุ่งพัฒนาความชำนาญในกระบวนการผลิตแทนชิ้นส่วน (Process Specialization) ทางเลือกทั้งสองเป็นอะไรที่เป็นไปได้ แม้ทางเลือกการปรับตัวดังกล่าวทำให้

ผู้ประกอบการกลายมาเป็นซัพพลายเออร์ของซัพพลายเออร์ก็ตาม แต่เราไม่พบหลักฐานใดๆ ที่ชี้ให้เห็นว่า โอกาสการยกระดับการผลิตของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

ในขณะที่การมุ่งพัฒนาความชำนาญในกระบวนการผลิตน่าจะเป็นเรื่องใหม่ แต่เป็นทางเลือกที่ควรหยิบยกขึ้นมาในสถานการณ์ปัจจุบันที่เทคโนโลยีของรถยนต์ยังไม่ชัดเจนว่าจะพัฒนาไปสู่รถไฟฟ้า หรือ รถเครื่องยนต์ไฮบริด การมุ่งพัฒนาความสามารถที่กระบวนการผลิตที่สามารถประยุกต์กับหลายๆ ผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากรถยนต์และทำให้ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นแล้วการหา Soft-Landing โดยผันไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การมุ่งทำตลาด ชิ้นส่วนทดแทน (REM) หรือ การ Remanufacturing น่าจะเป็นอีกทางเลือกที่ไม่ควรมองข้าม

การใช้แรงงานต่างชาติทำให้ผู้ประกอบการไม่ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหรือไม่

หลายฝ่ายเชื่อว่าการนำเข้าคนงานที่ขาดแคลนจากต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือจาก ประเทศเพื่อนบ้านอาจบั่นทอนกระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน บนสมมติฐานที่ว่าเมื่อผู้ประกอบการเข้าถึงแรงงานที่มีค่าแรงถูกแล้วก็จะไม่ปรับตัว แต่จะกลายเป็นเลื่อนอนกินจากค่าแรงราคาถูก ดังนั้นทางออกที่ควรจะเป็น คือ นำเอาเครื่องจักรเข้ามาแทน (Capital Deepening) และ/หรือการ ย้ายฐานไปยังต่างประเทศ (Capital Exporting) หากเกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 5 ที่สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มกว่า 30 รายชี้ให้เห็นว่าสมมติฐานดังกล่าวไม่ถูกต้อง เพราะวันนี้ตลาดแรงงานของไทยตึงตัว และทำให้ค่าแรงแรงงานไทย รวมไปถึงค่าแรงงานที่ให้กับแรงงานต่างด้าวเหล่านี้สูงขึ้นเรื่อยๆ โรงงาน จำนวนหนึ่งโดยเฉพาะโรงงานขนาดกลางเองยังประสบปัญหาการจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างเพียงพอ การใช้ แรงงานต่างด้าวกับการยกระดับความสามารถในการแข่งขันก็ไม่ได้มีความสัมพันธ์ดังสมมติฐานข้างต้น เพราะในภาคการผลิตที่ต้องแข่งขันในตลาดโลกอย่างเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มส่งออก ธุรกิจต้องเดินหน้า ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับการผลิตเพื่อยุโรปอดไม่ว่าโรงงานนั้นจะใช้แรงงานต่างด้าว หรือไม่

ในทางกลับกันในสถานการณ์การขาดแคลนแรงงานอย่างรุนแรง การพึ่งพาแรงงานต่างด้าวกลับ กลายมาเป็นตัวช่วยให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ที่กำลังยกระดับการผลิตจากผู้รับจ้างผลิตไปสู่การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ แรงงานต่างด้าวนั้นจะช่วยให้โรงงานเดินหน้าได้ในธุรกิจ (รับคำสั่งซื้อ) และมีเงินเพียงพอที่จะไปใช้ไปลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในขณะที่ทางเลือกอื่นๆ อย่างการใช้เครื่องจักรและ/หรือการย้ายฐานไปยังต่างประเทศเป็นไปได้ยากสำหรับอุตสาหกรรมที่เทคโนโลยีการ

ผลิตยังไม่สามารถพัฒนาเครื่องจักรเข้ามาแทนคนได้อย่างเหมาะสมอย่างเสียผ้าเครื่องนุ่งห่ม และอาจรวมไปถึงอุตสาหกรรมกึ่งแปรรูป ในขณะที่การออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศต้องใช้เงินจำนวนมาก ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก แม้ผู้ประกอบการเหล่านั้นจะมีความสามารถในการผลิตที่สูงก็ตามเพราะด้วยขนาดที่ไม่ใหญ่พอที่จะแบกรับภาระต้นทุนจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศ

การแสวงหา Niche และบทเรียนการพัฒนาของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ

หากการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สิ่งทีภาคเอกชนควรทำคือการเลือกผลิตในสิ่งที่ตนมีความชำนาญเฉพาะ หรือที่เรียกว่า Niche เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับการผลิต การหา Niche มีการพูดกันอย่างต่อเนื่อง โดยอนุมานมาจากข้อมูลระดับมหภาคว่า Niche ที่ควรจะเป็นคืออะไร สิ่งที่เรานำมาจากบทเรียนการพัฒนารายบริษัททั้ง 3 บริษัท (บริษัทชัยโง่เต็นกิ จำกัด บริษัท ซิลิคอนกราฟ จำกัด และ บริษัทกุลธรเคอร์บี้ (มหาชน) จำกัด) ต่างชี้ให้เห็นว่าการเลือก Niche อาศัยสัญชาตญาณทางธุรกิจ (Business Instinct) ที่นักธุรกิจแต่ละท่านประมวลจากข้อมูลจากหลายแหล่ง ทั้งระดับมหภาค (อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เงินเฟ้อ ดุลการค้า) ระดับจุลภาค (แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมที่เราากำลังพิจารณา ความต้องการของลูกค้า ประสบการณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) และการคาดการณ์เกี่ยวกับการตอบสนองของคู่แข่งในตลาด ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นข้อมูลที่ภาคเอกชนน่าจะมากกว่าภาครัฐบาล การที่ภาครัฐเข้าไปชี้แนะ Niche ให้กับภาคเอกชนเป็นเรื่องยากและไม่ควรทำเพราะภาครัฐไม่สามารถร่วมรับผิดชอบความเสียหายจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้

ประสบการณ์ของกุลธรเคอร์บี้ และซิลิคอนกราฟชี้ให้เห็นว่า Niche ที่ดีไม่จำเป็นต้องเป็น Segment ที่ใหญ่และขยายตัวอย่างรวดเร็วอย่างที่สะท้อนผ่านข้อมูลสถิติเสมอไป ในทางกลับกันในบริบทของประเทศกำลังพัฒนาขนาดเล็ก Segment ใหญ่เหล่านี้เป็นที่หมายปองของทุกๆ ประเทศ และสุ่มเสี่ยงที่จะประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงจนทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายอยู่ในธุรกิจอย่างลำบาก

หลักเกณฑ์การเลือก คือ มุ่งไปยัง Segment ที่สอดคล้องกับความสามารถของตน และไม่ได้จำกัดตนเองเพียงการจำหน่ายภายในประเทศแต่เป็นการจำหน่ายทั่วโลก ดังนั้นแม้ Segment จะเล็กในโลกก็ตาม แต่ก็ใหญ่เกินไปสำหรับประเทศไทยเสมอ การอนุมานปัญหาความสามารถในการแข่งขันจากข้อมูลที่ว่าผู้ประกอบการไทยกำลังอยู่ใน Segment ที่มีการขยายตัวไม่สูงนักดังที่เคยมีในอดีตในวิสาหะอุตสาหกรรมดาวรุ่ง-ดาวร่วง (Sunrise vs Sunset Industries) ที่ยังกรอบแนวคิดที่นักอำนวยการสินเชื่อของสถาบันการเงินใช้ประกอบการพิจารณาปล่อยสินเชื่อ น่าจะทำให้ภาพที่ตลาดเคลื่อนไหว และรุ่งแต่บั้นทอนภาพลักษณะเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตโดยใช้เหตุ

การเตรียมความพร้อมภาคอุตสาหกรรมระหว่างการรอให้เศรษฐกิจโลกฟื้นตัว

ปัญหาความอึมครึมของเศรษฐกิจโลกที่วันนี้เศรษฐกิจหลักของโลกไม่ว่าจะเป็นสหรัฐฯ สหภาพยุโรป หรือญี่ปุ่น ยังมีแนวโน้มไม่สดใสนัก อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศใหญ่อื่นๆ อย่างบราซิล (B) รัสเซีย (R) อินเดีย (I) และจีน (C) ต่างชะลอตัวตามเป็นลูกโซ่² ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การค้าโลกโดยรวมไม่สดใสเท่าที่ควรและทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศอื่นๆ ในโลกไม่สดใสอย่างที่เคยมีการคาดการณ์กันไว้ นอกจากนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กัน คือ แนวโน้มที่ประเทศต่างๆ หันมาใช้มาตรการกีดกันการค้า สำหรับประเทศไทยที่เป็นประเทศเล็กคงไม่สามารถมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงความเร็วในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ดังนั้นเราต้องเตรียมพร้อมที่จะรับมือมาตรการกีดกันทางการค้าที่มักจะเพิ่มขึ้นมากในช่วงเศรษฐกิจโลกอึมครึมโดยเฉพาะมาตรการที่มีใช้ภาษี หรือ NTMs (Non-tariff Measures)

ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 11 ที่วิเคราะห์โอกาสที่ผลิตภัณฑ์อาหารของไทยจะถูกกักกันที่ด่านโดยองค์กรอาหารและยาของสหรัฐฯ (US FDA) พบว่าแม้ว่าไม่จำเป็นว่า NTMs ที่ออกมาต้องเป็นการกีดกันเสมอไป แต่เราพบหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ว่าประเทศพัฒนาแล้วมีการปิดกั้นมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารให้เข้มงวดมากกว่าความจำเป็นและน่าจะดำเนินการเพื่อต้องการปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศ

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจำนวนคอนเทนเนอร์อาหารที่ถูกกักกันที่ด่านศุลกากรของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัยที่สูงกว่าประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ อันเนื่องจากประสบการณ์ที่ยาวนานในธุรกิจ การทำงานร่วมมือกับบริษัทข้ามชาติที่เป็นตัวแทนในการหาซื้อสินค้าเหล่านี้เยี่ยงหุ้นส่วนธุรกิจ และทัศนคติที่เหมาะสมต่อ NTMs ที่แม้จะเป็นมาตรการกีดกันก็ตาม แต่เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด เราต้องพยายามจัดการให้เร็วที่สุด เพราะการก้าวข้ามได้เร็วเท่าใด นั่นหมายถึงโอกาสการกินส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่ยังทำไม่ได้ การตีกรอบทุกๆ มาตรการที่มีใช้ภาษีเป็นการกีดกันทางการค้าตั้งแต่จะทำให้เราสูญเสียทรัพยากรและโอกาสทางการค้า

ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งจากประสบการณ์ของประเทศไทย คือ ความสามารถที่โดดเด่นของผู้ประกอบการไทยกระจุกตัวในผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ความท้าทายของภาครัฐ คือ การทำให้ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กเรียนรู้จาก Best Practice ของผู้ประกอบการรายใหญ่ นอกจากนั้นภาครัฐควรใช้ประโยชน์จากความร่วมมือกันในระดับภูมิภาคในความปลอดภัยทางอาหาร โดยเฉพาะกรอบ

² The Economist (2016), 'Fighting the next recession: Unfamiliar ways forward', 20 February.

ความร่วมมือภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ควรลงนาม FTA ที่มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่าไม่ใช่เป็นการเพิ่มเพียงจำนวน FTA

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าวันนี้ประเทศจำนวนมากรวมทั้งประเทศไทยประสงค์ที่จะใช้ความตกลงการค้าเสรี หรือ FTA เพราะมองว่า FTA น่าจะมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ แม้ที่ผ่านมา FTA ไม่ได้กระตุ้นการส่งออกมากนักก็ตามทั้งในด้านการขอใช้สิทธิ (อาชนัน อลงกรณ์ และ พิชญ์, 2558) และการวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออก (โครงการย่อยที่ 2) ที่พบว่าความพยายามเปิดตลาดใหม่ๆ ผ่านการเร่งทำ FTA ต่างๆ ยังมีประสิทธิผลค่อนข้างจำกัด แต่ภาครัฐยังคงเดินหน้าลงนาม FTA อย่างต่อเนื่อง

วันนี้การเดินหน้าลงนาม FTA ต้องทำด้วยความระมัดระวังมากขึ้นกว่าในอดีตมากเพราะขอบเขตเนื้อหาในการเจรจา FTA มีความสลับซับซ้อนไปไกลกว่าการเปิดเสรีการค้าสินค้าที่เป็นเป้าหมายหลัก การเจรจา Trans-Pacific Partnership (TPP) น่าจะเป็นตัวอย่างที่ดีที่ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของขอบเขตการเจรจา FTA ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แม้วันนี้หลายฝ่ายมองว่าอนาคตที่ TPP ค่อนข้างหลืบหลืบแต่เนื้อหาและประเด็นต่างๆ ที่หยิบยกขึ้นมาพูดคุยกันใน TPP น่าจะเป็นกรอบที่นำมาใช้ในการเจรจา FTA ของโลกต่อไป ผลการศึกษาในโครงการย่อยที่ 10 ที่ใช้อุตสาหกรรมยาเป็นกรณีตัวอย่างเพื่อประเมินผลกระทบหัวข้อเจรจาอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างประเด็นเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญากับต้นทุนยาที่เป็นเรื่องที่ล่อแหลมที่สุด

ผลการศึกษาพบว่าข้อกำหนดใหม่ใน TPP ในเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลกระทบทางลบต่อประเทศไทย โดยสิ่งที่ยังไม่มีการหยิบยกขึ้นมาพูดมากนัก คือ ผลกระทบทางลบไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะต้นทุนค่ายาที่เพิ่มสูงขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมยาอันเนื่องจากการเปลี่ยนกติกาการดำเนินธุรกิจที่สร้างความไม่เป็นธรรม ไม่ใช่เรื่องการให้-ไม่ให้ความคุ้มครองผู้ประกอบการภายในประเทศแต่อย่างใด ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ทำวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับการผลิตและวันนี้นำส่งออกไปจำหน่ายประเทศต่างๆ ทั่วโลก ไม่ได้ใช้แค่ส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านเท่านั้น

อุทาหรณ์ทางด้านนโยบายจากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าเราคงต้องรอบคอบมากขึ้นในการเจรจา FTA เมื่อ FTA กำลังมีหัวข้อเจรจาที่กว้างและเกี่ยวข้องกับมิติอื่นๆ นอกเหนือจากการค้าสินค้า เครื่องมือประเมินผลกระทบสุทธิจากการลงนามความตกลงการค้าเสรีแบบเดิม เช่น แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่

ไม่สามารถรวบรวมผลของมิติอื่นๆ เข้าไปได้ จึงต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง และทำให้เราได้ประโยชน์จาก FTA ได้อย่างเต็มที่

เราเดินทางอย่างไร ณ ทางแยก

สิ่งที่นำเสนอทั้งหมดชี้ให้เห็นว่าการขับเคลื่อนให้ภาคอุตสาหกรรมไทยก้าวข้ามจุดหัวเลี้ยวหัวต่อของการพัฒนาวันนี้ เราต้องกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยเร่งยกระดับการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพ เรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทุกๆ ฝ่ายตระหนักดีมาสักระยะหนึ่ง แต่สิ่งที่ยังไม่ชัดเจนว่าจะทำอย่างไร

หากเราพิจารณาทิศทางของนโยบายในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กำลังเป็นที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วภายใต้การชี้นำของนโยบายรัฐ เรื่องดังกล่าวสะท้อนใน 10 อุตสาหกรรมใหม่ (S-curve/ New-S-curve) การชี้นำในอุตสาหกรรมเป้าหมายเหล่านี้ดำเนินการโดย

- มาตรการส่งเสริมการลงทุน (การปรับ/เพิ่มสิทธิประโยชน์ตามความสำคัญและผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการลงทุนนั้นๆ การเพิ่มสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้นอากรนำเข้าสำหรับการทำวิจัยและพัฒนา)
- การให้ความช่วยเหลือทางการเงินผ่านกองทุนพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
- การอนุญาตให้แรงงานฝีมือเข้ามาทำงานในประเทศภายใต้เงื่อนไขพิเศษ
- การอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นในประเทศไทยได้ร้อยละ 100 ในกรณีที่เป็นการลงทุนวิจัยและพัฒนา

มาตรการเหล่านี้เพิ่มเติมจากความพยายามผลักดันให้ประเทศมีสัดส่วนการลงทุนวิจัยและพัฒนาต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1 และ 1.5 ในปี 2561 และ 2564 ตามลำดับ³ ผ่านมาตรการแรงจูงใจทางด้านภาษีที่อนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถนำเอาค่าใช้จ่ายดังกล่าวมาลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลได้มากถึง 3 เท่า⁴

³ บทสัมภาษณ์ ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ ไทยรัฐ ตุลาคม 2560 *สร้างเศรษฐกิจใหม่ นำประเทศพ้นกับดัก ดาวัน* โหลดจาก <https://www.thairath.co.th/content/1099295> ธันวาคม 2560

⁴ ความท้าทายอีกประการหนึ่งเพิ่มเติมในเรื่องการให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล คือ ความชอบธรรมในการใช้เงินภาษีของประชาชน (ในกรณีนี้เงินภาษีที่ควรเข้าสู่ภาครัฐน้อยลง) เพื่อนำไปช่วยผู้ประกอบการ การดำเนินการดังกล่าวจะมีความชอบธรรมก็ต่อเมื่อเงินภาษีดังกล่าวสร้างผลประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างกว้างขวาง เช่น การส่งออกที่ขยายตัวและนำมาซึ่งเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมดี คนมีงานทำและทำให้ในที่สุด รายได้ภาษีของ

ทิศทางของนโยบายรัฐดังกล่าวเป็นตัวอย่างที่สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับ Product Upgrading แต่มองข้ามความสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตหรือ Process Upgrading ทั้งๆ Process และ Product Upgrading รวมไปถึง Functional Upgrading ต้องเดินหน้าในลักษณะที่เกื้อหนุนกัน โดย Process Upgrading เป็นขั้นตอนแรกๆ ที่ผู้ประกอบการต้องทำให้สำเร็จก่อนเพื่อให้ผู้ประกอบการมีทุนทรัพย์เพียงพอที่จะเสี่ยงไปลงทุน Functional และ Product Upgrading เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แบบค่อยเป็นค่อยไป

มันคงเป็นเรื่องที่ยาก หรืออาจเป็นไปได้ที่จะมีผู้ประกอบการจำนวนมากละทิ้งผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่ผลิตและกระโดดมาผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และประสบความสำเร็จในชั่วข้ามคืน ดังนั้นโอกาสที่มาตรการส่งเสริมไม่ว่าเราให้แรงจูงใจทางด้านภาษีมากน้อยเพียงใด การเตรียมเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพียงใดก็ตาม การจะบรรลุเป้าวัตถุประสงค์ก็ยังคงเป็นไปได้น้อย

วันนี้เรายังไม่ส่งเสริม Process Upgrading แม้ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการสามารถนำเอาค่าใช้จ่ายการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตมาหักลดหย่อนภาษีได้และถือว่าเป็นการส่งเสริมการทำ Process Upgrading แต่ยินยอมให้หักลดหย่อนได้เพียง 1 ครั้งเท่านั้น เรื่องดังกล่าวเกิดขึ้นจากความเชื่อที่ผิดที่มองว่าการเพิ่มประสิทธิภาพดังกล่าวเป็นกระบวนการระยะสั้นที่ทำเสร็จได้ภายในไม่กี่เดือน ดังนั้นการส่งเสริมดังกล่าวไม่น่าจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทำ Process Upgrading เพราะนอกจากต้องวุ่นวายกับเอกสารต่างๆ มากมาย และมีโอกาสถูกปฏิเสธด้วยทัศนคติที่มองว่าผู้ประกอบการมาล่อลวงเงินภาษีของรัฐ

โจทย์ที่ยังไม่มีคำตอบในนโยบายปัจจุบันอีกประการหนึ่ง คือ เราจะเดินต่อไปอย่างไรจากโครงสร้างเดิมที่เราเป็นอยู่อย่างไร เราจะทำอย่างไรกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ วันนี้เราส่งออกกุ้งแปรรูปเป็นอันดับต้นๆ ของโลก เราจะขยับมาเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารอนาคต (Food for the Future) อย่างไร ปัญหารุนแรงขึ้นหากเราพิจารณาอุตสาหกรรมใหม่อย่าง 5 อุตสาหกรรมบน New-S Curve (อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร) เพราะอุตสาหกรรมเหล่านี้มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมไฮเทคในระดับโรงงานและเป็นอุตสาหกรรมที่ล้นแล้วแต่เป็นเป้าหมายของทุกๆ ประเทศไม่ใช่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้น เรื่องดังกล่าวเป็นตัวอย่างของการขึ้น Niche จากประมวลจากข้อมูลทุติยภูมิอย่างแนวโน้มความต้องการของโลก ที่ไม่จำเป็นที่ต้องเป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับความสามารถและโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยก็ได้

ประเทศโดยรวมเพิ่มขึ้น เป็นต้น เรื่องดังกล่าวแม้สำคัญแต่การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบต้องใช้แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่สลับซับซ้อนและเกินขอบเขตของการศึกษาในปัจจุบัน

ชุดโครงการนี้มีข้อเสนอทางนโยบาย 4 ประการ เพื่อขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมไทยในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพและเสริมกับนโยบายที่ภาครัฐกำลังดำเนินการในปัจจุบัน

1. กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงบทบาทความสำคัญและส่งเสริม Process Upgrading ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
2. ปรับเปลี่ยนกลยุทธการส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะสิทธิพิเศษทางด้านภาษี เพื่อให้เกิดการยกระดับในทุกรูปแบบอย่างเหมาะสม
3. พัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สำคัญเพื่อลดต้นทุนการ Upgrading ไม่ว่าจะเป็น Process Product หรือ Functional Upgrading พร้อมๆ กับสร้างบรรยากาศทางด้านนโยบายที่เอื้อต่อการยกระดับ
4. เตรียมมาตรการรองรับในกรณีผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จในการ Upgrading

โดยแต่ละประเด็นมีมาตรการที่เกี่ยวข้องจำนวนมากดังนำเสนอในตารางที่ 1 สิ่งที่สำคัญในข้อเสนอทางนโยบายทั้ง 4 ประการ คือ เราต้องเปลี่ยนกรอบวิธีคิดในเรื่องเหล่านี้โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆ เพื่อให้เราขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมในขณะที่มีสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงเพื่อขัดขวางกระบวนการยกระดับของภาคอุตสาหกรรม คือ ประการแรก คือ เราจำเป็นต้องระงับการเร่งรีบในยกระดับการพัฒนาแบบก้าวกระโดดที่ให้ความสำคัญกับความสลับซับซ้อนในขั้นตอนการผลิต การเร่งรีบดังกล่าวทำให้เราสิ้นเปลืองงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดโดยใช้เหตุ อีกประการหนึ่ง คือ การตั้งเป้าหมายในการดำเนินนโยบายที่ไม่สมเหตุผล เช่น การเพิ่มสัดส่วนรายจ่ายการลงทุนวิจัยและพัฒนาในลักษณะก้าวกระโดด เพราะธรรมชาติของการลงทุน R&D ต้องถูกกระตุ้นจากโอกาสทางธุรกิจที่เป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงและอยู่นอกเหนือการควบคุมของภาครัฐ การก้าวกระโดดอาจนำไปสู่ความพยายามนำโครงการอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องมานับรวมเป็นโครงการ R&D เพื่อบรรลุเป้าหมายในระยะสั้น

ตารางที่ 1

ข้อเสนอทางด้านนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย

นโยบาย	มาตรการที่เกี่ยวข้อง
กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงบทบาทความสำคัญและส่งเสริม Process Upgrading ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	- จัดสัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้ความเชื่อมโยงและการเกื้อหนุนของ Upgrading ทั้งสามประเภท โดยเป้าหมายของผู้เข้าร่วมสัมมนา คือ ผู้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและตัวแทนภาคเอกชน - ขยายขอบเขตค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาที่สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ Process Upgrading อาทิ กิจกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในโรงงาน การนำเอาระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ เข้ามาใช้ในโรงงาน โดย - ปรับปรุงประกาศกระทรวงคลังเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ ๓๙๑) เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับรายจ่ายเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ข้อ ๒ (๒) ซึ่งกำหนดค่านิยามของการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม - ทบทวนแนวทางการทำงานเลขที่ G-CO-RDP-02 หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการพิจารณารับรองโครงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 4 มกราคม 2560) ซึ่งกำหนดว่ากิจกรรมของผู้ประกอบการเข้าข่ายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม - สร้างความตื่นตัวและกระตุ้นให้ภาคเอกชนทำ Process Upgrading โดย

	○ จัดสัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของ Process Upgrading โดยใช้บริษัทที่ประสบความสำเร็จในการทำ Process Upgrading เป็นต้นแบบ ○ คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจจริงจากการสัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยขอความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐกับตัวแทนภาคเอกชนโดยเฉพาะสมาคมอุตสาหกรรมและสมาคมอุตสาหกรรมต่างๆ ○ จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เชิงลึกการทำ Process Upgrading จากกรณีต้นแบบที่มีรายละเอียดและเป็นการเรียนรู้สองทิศทางระหว่างผู้นำและผู้เรียนในสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ○ ติดตามและประเมินผลของผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อให้บริษัทที่ประสบความสำเร็จในการจัดสัมมนาครั้งที่ผ่านมาเป็นต้นแบบและขยายวงการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยใช้
ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะสิทธิพิเศษทางด้านภาษีเพื่อให้เกิดการยกระดับในทุกรูปแบบอย่างเหมาะสม	● ปรับเปลี่ยนทัศนคติในกลุ่มผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานทางด้านเศรษฐกิจและงบประมาณ) เกี่ยวกับโครงการลงทุนวิจัยและพัฒนาที่มีความเสี่ยง มีโอกาสที่โครงการย่อยในระยะแรกอาจล้มเหลวแต่ต้องมีการเรียนรู้และตัดวงจากความผิดพลาด เช่น การจัดสัมมนาเผยแพร่งานศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับประสบการณ์การพัฒนาของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (ดังในกรณีโครงการย่อยที่ 7-9 ในชุดโครงการฯ) ● ปรับปรุงเกณฑ์การให้สิทธิลดหย่อน การให้เงินสนับสนุนให้มีลักษณะเป็น/Project Base ที่มีกรอบระยะเวลาการดำเนินการมากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี คล้ายคลึงกับการตั้งงบประมาณการลงทุนที่มีงบประมาณมากกว่า 1 ปี การดำเนินการดังกล่าวต้องแก้ไขพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่

	๕๙๘) ● นำเอาระบบการลดหย่อนแบบขั้นบันไดมาประยุกต์ใช้ ซึ่งควรดำเนินการใน 2 มิติ ○ สัดส่วนการลดหย่อนตามประเภทของ Upgrading โดยให้ Process Upgrading น้อยที่สุด เช่น ร้อยละ 100) และเพิ่มขึ้นสำหรับ Functional และ Product Upgrading เป็นร้อยละ 200 และ 300 ตามลำดับ ○ สัดส่วนการลดหย่อนค่อยๆ ลดลงตามระยะเวลาของโครงการ เช่น ร้อยละ 100 ในปี 1-2 ลดลงเหลือร้อยละ 80 ในปี 3-4 และเป็นร้อยละ 60 ในปี 5 เป็นต้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและลดภาระต้นทุนในช่วงแรกของการทำวิจัย ● พัฒนาระบบประเมินผลที่แตกต่างจากโครงการลงทุนทั่วไป โดยตระหนักถึงโอกาสที่การลงทุนอาจประสบความล้มเหลวหลายๆ ครั้งก่อนที่จะประสบผลสำเร็จ และติดตามผลต่อเนื่องภายหลังเมื่อโครงการสิ้นสุดเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาประกอบการให้สิทธิประโยชน์เรื่องดังกล่าวจำเป็นต้องผนวกเข้าไป การให้เงินสนับสนุนในระยะต่อไป/เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการทำงานเลขที่ G-CO-RDP-02 หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการพิจารณารับรองโครงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 4 มกราคม 2560) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่คัดเลือกโครงการเพื่อให้ได้รับสิทธิลดหย่อน
พัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สำคัญเพื่อลดต้นทุนการ Upgrading ทั้ง 3 ประเภท	● ยกระดับความสามารถทางการทดสอบของประเทศโดย ○ สำนักรวดสอบทางด้านการทดสอบของประเทศไทยที่กระจายอยู่ตามสถาบันการศึกษา สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมเฉพาะทาง (เช่น สถาบันยานยนต์ สถาบันอาหาร สถาบันอิเล็กทรอนิกส์ฯ) สถาบันที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทวิภาคี (เช่น สถาบันไทย-เยอรมัน สถาบันไทย-ญี่ปุ่น) เพื่อส่งสัญญาณทางนโยบาย

	ถึงความเอาใจจริงเอาใจกับการยกระดับการผลิต และสำรวจจุดอ่อน-จุดแข็งของความสามารถทางด้านการทดสอบ ○ กำหนดทำที่ชัดเจนว่าเกี่ยวกับจุดยืนภาครัฐในการลงทุนเครื่องมือทดสอบกลุ่มใดและเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้าร่วมพัฒนาและยกระดับความสามารถทางด้านการทดสอบ ○ ยกระดับศูนย์ทดสอบที่มีอยู่ในประเทศให้ได้มาตรฐาน ○ จัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อเผยแพร่ศูนย์ทดสอบทั้งในและต่างประเทศให้ผู้ประกอบการสามารถขอใช้บริการได้ ขั้นตอนการผลักดันประกอบด้วย 1. ตั้งคณะกรรมการร่วมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับความสามารถในการผลิตของภาคอุตสาหกรรมเป็นกรรมการ (อาทิต อทิต สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และสำนักงานงบประมาณ) และให้สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมเป็นเลขานุการของคณะกรรมการร่วม โดยมีตัวแทนภาคเอกชนเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการที่จัดตั้งเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การลงทุนเครื่องมือทดสอบของชาติ 2. เผยแพร่ให้สาธารณะชนรับทราบถึงแผนยุทธศาสตร์เพื่อส่งสัญญาณทางนโยบายถึงความเอาใจจริงเอาใจกับการยกระดับการผลิตและให้ภาคเอกชนในธุรกิจห้องทดสอบสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาการลงทุนซ้ำซ้อนกับภาครัฐ 3. ว่าจ้างที่ปรึกษาสำรวจห้องแล็บต่างๆ ที่มีในประเทศและสำรวจจุดอ่อน-จุดแข็งของแต่ละแล็บเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับห้องแล็บเหล่านี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ 4. จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาเพื่อการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ในลักษณะ One-stop service ที่ครอบคลุมตั้งแต่การตรวจเพื่อรับรองมาตรฐานสินค้า การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการยกระดับและการใช้ประโยชน์จากศูนย์ทดสอบทั้งใน
--	--

	และต่างประเทศ และการออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า - ปรับปรุงขั้นตอนการจดทะเบียนลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร รวมทั้งอนุสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครองและผู้ประกอบการที่คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งวันนี้ภาครัฐกำลังยกพระราชบัญญัติสิทธิบัตรฉบับใหม่ ภายใต้ร่างพระราชบัญญัติที่กำลังยกร่าง(ดังปรากฏที่ https://www.ipthailand.go.th/images/07-2__A4_30_61.pdf) ได้มีการปรับปรุงขั้นตอนเฉพาะในส่วนของการจดสิทธิบัตร ในขณะที่อนุสิทธิบัตรยังไม่มีเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด โดยเกี่ยวข้องกับมาตรา 65 ทวิ มาตรา 39 41 และ 46 - อำนวยความสะดวกให้ผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศเข้ามาทำงานในประเทศ โดยมีประเด็นพิจารณาสำคัญดังนี้ - เรื่องดังกล่าวคล้ายคลึงกับสิ่งที่ภาครัฐกำลังดำเนินการอยู่ แต่ต้องเปิดกว้างกับอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกเหนือจาก 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย - การอำนวยความสะดวกไม่จำกัดเพียงระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทยที่ปัจจุบันอยู่ได้ไม่เกิน 1 ปี และต้องเดินทางออกไปนอกประเทศ แต่ควรพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับระบบเงินบำนาญที่ผู้เชี่ยวชาญอาจไม่ได้รับประโยชน์จากระบบบำนาญของประเทศตนอันเนื่องจากการมาทำงานที่ประเทศไทย เรื่องดังกล่าวสามารถหยิบยกขึ้นมาเจรจาหรือในกรอบความตกลงทวิภาคีระหว่างประเทศได้ อาทิ Japan-Thailand Economic Partnership Agreement - หลีกเลี่ยงการสร้างควมสับสนต่อนโยบายการบริหารแรงงานต่างชาติของรัฐดังที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือ (ดังที่เกิดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ที่ผ่านมา) โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างปัญหาการไหลบ่าของแรงงาน
--	---

	ต่างด้านต่อความมั่นคงและความจำเป็นในระยะปานกลางของการพึ่งพาแรงงานเหล่านี้เพื่ออำนวยความสะดวกในช่วงระหว่างการปรับตัว
	• ปรับทัศนคติเกี่ยวกับความหลากหลายของผู้ประกอบการที่มีทั้งผู้ประกอบการชั้นนำอยู่ร่วมกับผู้ประกอบการที่กำลังดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดและเหตุการณ์ตัดสินใจลงทุน-ไม่ลงทุนในการทำ R&D เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกระบวนการปรับโครงสร้างของภาคอุตสาหกรรม • อำนวยความสะดวกกระบวนการปรับโครงสร้างของภาคอุตสาหกรรม ○ มอบหมายให้หน่วยงานภาครัฐทำงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อเป็นตัวกลางประสานงานระหว่างผู้ประกอบการชั้นนำกับผู้ประกอบการที่คาดว่าจะออกจากธุรกิจเพื่อให้สามารถผ่อนถ่ายแรงงาน เครื่องจักร และทรัพย์สินอื่นๆ ระหว่างผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มและลดปัญหากรณีพิพาทจากการปิดกิจการและการลอยแพคนงาน ○ พัฒนาโครงการอบรมเพื่อปรับทักษะแรงงานจากธุรกิจที่ปิดตัวลงและสามารถไปทำงานในภาคการผลิตอื่นๆ ที่ใกล้เคียง