

ยุโรปศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยี และนวัตกรรมของโลก

หนึ่งในกระบวนการที่สำคัญเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าของประเทศคือ การเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติที่ดีจากประเทศที่มีความโดดเด่นในด้านนั้นๆ โดยประเทศที่ผ่านการคัดเลือก คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศเยอรมนี และประเทศอิตาลี ซึ่งล้วนแต่เป็นประเทศในกลุ่ม OECD ที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง และมีความสามารถในการแข่งขันเป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยแนวความคิดที่สำคัญที่ได้จากการศึกษาคือ การรวมศูนย์การบริการภาครัฐ การสร้างความร่วมมือ การพัฒนานวัตกรรม และการสร้างความเชื่อมั่นผ่านอัตลักษณ์ของประเทศ

(1) การรวมศูนย์การบริการภาครัฐ

ประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นหนึ่งในประเทศที่มีความโดดเด่นด้านการจัดการของภาครัฐ โดยสะท้อนจากอันดับการสำรวจของ WEF ในด้านประสิทธิภาพและความโปร่งใสของนโยบายภาครัฐ โดยได้อันดับที่ 13 และ 10 ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงการเป็นตัวอย่างที่ดีของการทำงานของภาครัฐ โดยการศึกษาดูงานครั้งนี้ คณะทำงานได้เข้าร่วมเสวนากับหน่วยงานภาครัฐสองหน่วยงานที่เป็นผู้ให้บริการด้านการค้าและการลงทุน ได้แก่ (1) Netherlands Enterprise Agency (RVO) คือหน่วยงานของรัฐบาลเนเธอร์แลนด์ภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจและกระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเป็นการรวมตัวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ ในการลดความซับซ้อนในการติดต่อกับภาครัฐ โดยมีบริการต่างๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการในการก่อตั้งบริษัท การตั้งศูนย์ความรู้การค้า การลงทุน การให้ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน NL Export และการให้การสนับสนุนทางการเงิน เป็นต้น และ (2) Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจเช่นเดียวกับ RVO และมีหน้าที่ในการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะลงทุนใหม่ (Greenfield Investment) ถึงแม้กรุงอัมสเตอร์ดัม และกรุงรอตเตอร์ดัมมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติในแต่ละเมือง อย่างไรก็ตาม การมีหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ซ้ำซ้อนกันก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน จึงเป็นที่มาของการรวมศูนย์การลงทุนไว้ที่ NFIA ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

นอกจากนี้ จุดเด่นของนโยบายและสิทธิประโยชน์จากภาครัฐของประเทศเนเธอร์แลนด์ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจอย่างแท้จริง ซึ่งสร้างให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้นโยบายและสิทธิประโยชน์ รวมทั้งสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักลงทุนและผู้ประกอบการอย่างทันท่วงที ทำให้เนเธอร์แลนด์เป็นหนึ่งในชาติที่เป็นผู้นำด้านการค้าของโลกอย่างต่อเนื่อง

(2) การสร้างความร่วมมือและการพัฒนานวัตกรรม

ประเทศเนเธอร์แลนด์และเยอรมนีมีความโดดเด่นด้านการพัฒนานวัตกรรมเป็นอย่างมาก โดยมีผลการจัดอันดับของ WEF ด้านนวัตกรรมอยู่ที่อันดับ 8 และ 6 ตามลำดับ โดยจากการสัมภาษณ์ Faculty of Industrial Design Engineering ของ TU Delft University ในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า ชาวเนเธอร์แลนด์มีการใช้แนว

ทางการบริหารองค์ความรู้และนวัตกรรมผ่านรูปแบบที่เรียกว่า “Triple Helix Model” คือ แนวความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และมหาวิทยาลัยที่จะป้อนงานวิจัยใหม่ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมและสังคม โดยให้นักศึกษาทำงานวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเพื่อศึกษาค้นคว้านวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำมาตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมและสังคมได้ ซึ่งประโยชน์ของการร่วมมือกันนั้น ทำให้ต้นทุนในการทำงานวิจัยลดลง ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงการวิจัยและพัฒนาได้มากขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

นอกจากนี้ประเทศเยอรมนียังมีความโดดเด่นทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านนวัตกรรมของเยอรมนีมีอยู่ 2 ประการ ได้แก่ (1) การเสนอแนวทางและนโยบายในการพัฒนานวัตกรรมของภาครัฐ เช่น กลยุทธ์ “The New High-Tech Strategy” ซึ่งส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และสนับสนุนการเร่งระดับการแปลงนวัตกรรมที่คิดค้นขึ้นมาได้ใหม่ไปเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการใช้ได้จริง เป็นต้น (2) การผสมผสานนวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยภาคธุรกิจเยอรมนีจะไม่ละทิ้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมรูปแบบเก่า แต่จะผสมผสานเข้าด้วยกันกับนวัตกรรมรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมไปถึงการโยกย้ายบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญไปยังสาขาต่างๆ เพื่อให้นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ถูกเผยแพร่ไปยังหลากหลายบริษัทในหลายอุตสาหกรรม สร้างให้เกิดการเติบโตในทุกๆ ภาคส่วนอย่างแท้จริง

สำหรับประเทศอิตาลีนั้น สิ่งที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก คือ การรวมกลุ่มกันของ SMEs โดยสามารถแบ่งการรวมกลุ่มกันออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ (1) การสร้างเขตอุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นเขตที่เกิดการรวมตัวของ SMEs ที่มีการผลิตสินค้าประเภทใกล้เคียงกัน โดยแต่ละบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกันไปตามความเชี่ยวชาญ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตและการบริหารจัดการ และสร้างความยืดหยุ่นเพื่อปรับเปลี่ยนการผลิตให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการลดอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือผู้ผลิตในกระบวนการผลิตอื่นๆ ได้ เนื่องจากมีอำนาจต่อรองมากขึ้น และถือเป็นการทำงานแบบ “พึ่งพากันอย่างอิสระ” (2) การรวมตัวในรูปแบบสมาคม เช่น CONFINDUSTRIA หรือ CONFAPI โดยสมาคมเหล่านี้จะให้บริการและความช่วยเหลือแก่กลุ่มสมาชิกในเรื่องต่างๆ อย่างจริงจัง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้แก่สมาชิกตั้งแต่ด้านการผลิตไปจนถึงระบบการตลาด การดูแลปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิก การให้ความรู้ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยในอุตสาหกรรม และการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทอย่างแนบแน่น เป็นต้น

(3) การสร้างความเชื่อมั่นผ่านอัตลักษณ์ของประเทศ

อัตลักษณ์ของประเทศเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความเชื่อมั่นให้กับสินค้า โดยประเทศอิตาลีเป็นตัวอย่างของความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความเชื่อมั่นจากอัตลักษณ์ โดยทั้งในบริษัทข้ามชาติและ SMEs เอง ล้วนมีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์ ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพ แสดงออกถึงจุดขายทางวัฒนธรรมและศิลปะที่โดดเด่นของประเทศ และอุดมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ จนทำให้คำว่า “Made in Italy” เป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก เกิดเป็น

ความสำเร็จในการสร้างยี่ห้อต่างๆ ให้กับสินค้าจนเกิดเป็นสินค้า Brand Name มูลค่าสูงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์แฟชั่นอย่าง Ferragamo, Prada, Gucci, Versace, และ Diesel หรือแบรนด์ยานยนต์อย่าง Ferrari, Maserati, และ Ducati เป็นต้น

*บทความนี้ตีพิมพ์ในนิตยสาร Advanced Business Magazine เรียบเรียงโดยนายชินวุฒิ เจษฎาฎานเมธา และนายธนัชพรหมชัยวัฒนา และคณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานโครงการการจัดทำยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งทางการค้า แผนงานจัดทำยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ร่วมด้วยศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตฯ ศคินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือ Sasin Management Consulting (SMC)