

คำกล่าวปาฐกถา
ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล
ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย

เรื่อง "แนวโน้มเศรษฐกิจการเงินกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ"

งานสัมมนาวิชาการประจำปี 2556 สำนักงานภาคเหนือ
ณ ห้องคอนเวนชัน โรงแรมท็อปแลนด์ จังหวัดพิษณุโลก
วันจันทร์ที่ 18 พฤศจิกายน 2556 เวลา 13.45 – 14.30 น.

สวัสดีครับ ท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน

ผมรู้สึกยินดีและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้มาเยือนจังหวัดพิษณุโลกอีกครั้ง รวมทั้งมีโอกาสมากกล่าวต้อนรับท่านผู้ร่วมงานสัมมนาวิชาการประจำปี 2556 ของสำนักงานภาคเหนือ ธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งจัดติดต่อกันเป็นปีที่ 4 แล้ว ในโอกาสนี้ผมขอขอบคุณทุก ๆ ภาคส่วนที่ให้ความสนใจและสนับสนุนด้วยดีเสมอมา

ช่วงที่ 1 แนวโน้มเศรษฐกิจไทย

ผมคิดว่าหลายท่านที่มาร่วมงานสัมมนาวิชาการในวันนี้ คงอยากมารับทราบว่าเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร ขอเรียนว่าในปีนี้นี้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอต้มมากกว่าที่เคยคาดไว้ ส่วนหนึ่งก็เพราะในปีก่อนมีการฟื้นตัวของภาคบริการและการลงทุนภาคเอกชนแบบสูงผิดปกติ หลังเผชิญมหาอุทกภัย อีกทั้งได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นของภาครัฐ เสมือนเศรษฐกิจได้ยาสเตอรอยด์ (steroid) จึงเร่งเติบโตไปมาก เมื่อฤทธิ์ยาหมด ผลกำลังก็ต้องผ่อนแรงลงบ้างเป็นเรื่องธรรมดา แต่สิ่งที่นำไปสู่การชะลอต้มที่มากกว่าคาดของการใช้จ่ายใช้สอย คือ ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นผลจากความเชื่อมั่นที่ลดลงและการมีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น ทั้งจากการซ่อมแซมบ้าน การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการผ่อนส่ง “รถยนต์คันแรก” ในขณะที่เดียวกันภาคธุรกิจก็มีความระมัดระวังมากขึ้นเนื่องจากอุปสงค์ในประเทศแผ่วลง ขณะที่อุปสงค์ต่างประเทศถึงจะมีแนวโน้มฟื้นตัวแต่ก็แบบช้าๆ และยังไม่เข้มแข็ง ภาคธุรกิจจึงยังไม่จำเป็นต้องรีบลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ทำให้บางส่วนชะลอการลงทุนออกไปก่อน รวมทั้งรอความชัดเจนของโครงการลงทุนภาครัฐด้วย

ในปีหน้า ปี 2557 เศรษฐกิจไทยน่าจะขยายตัวได้สูงกว่าในปีนี้ หลัก ๆ เป็นเพราะเศรษฐกิจของประเทศใหญ่ในโลก ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา ยุโรป หรือญี่ปุ่น ต่างก็มีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม การคาดหวังว่าสินค้าออกของไทยที่ส่งไปขายยังตลาดเหล่านั้นจะโตได้มากเหมือนในอดีตน่าจะเป็นไปได้ยาก เพราะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยง สหรัฐอเมริกายังต้องจัดการกับปัญหาการคลัง ยุโรปยังต้องปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบสถาบันการเงิน ส่วนญี่ปุ่นก็ยังคงดำเนินมาตรการปฏิรูปเศรษฐกิจเพื่อให้การฟื้นตัวมีความต่อเนื่อง รวมทั้งเราต้องไม่ลืมว่าอัตราการว่างงานของทั้งสหรัฐอเมริกาและยุโรปยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งแปลว่าประชาชนจำนวนมากยังไม่มียานพาหนะ หรือถึงมียานพาหนะก็อาจจะยังรู้สึกไม่มั่นคง ดังนั้นความต้องการซื้อสินค้าจะขยายตัวได้อย่างจำกัด นอกจากนี้ สังเกตได้ว่าในระยะหลังสินค้าที่ตลาดเหล่านั้นต้องการสั่งซื้อคือสินค้าไฮเทค โดยเฉพาะ Smartphone และ Tablet ซึ่งอยู่ในความนิยมของผู้บริโภค แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าประเทศไทยยังไม่ค่อยมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสินค้าไฮเทคเหล่านี้ ไม่เหมือนกับบางประเทศ เช่น เกาหลีใต้ ที่การส่งออกฟื้นตัวได้เร็วกว่าเพราะเป็นแหล่งพัฒนานวัตกรรมและผลิตสินค้าไฮเทคที่ล้ำสมัย (Cutting edge)

ที่ผมกล่าวเช่นนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการครับ ประการแรกอยากให้ภาคธุรกิจมีความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริง จริงอยู่ที่เราหวังพึ่งพาเศรษฐกิจ G3 ที่กำลังฟื้นตัวได้ แต่ก็ไม่ควรตั้งความหวังที่สูงเกินไป อีกประการคืออยากให้เรามองหาโอกาสใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาชดเชยซึ่งผมคิดว่าเราพอมีโอกาสนั้น เห็นได้จากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาการค้าขายภายในภูมิภาคเติบโตต่อเนื่อง และเมื่อกล่าวถึงความสำคัญของภูมิภาค ภาคเหนือของไทยนับได้ว่าเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญและน่าจะได้รับโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างมาก

ช่วงที่ 2 โอกาสและความท้าทายของภาคธุรกิจ

ท่านผู้มีเกียรติครับ

เมื่อย้อนกลับไปดูประวัติศาสตร์ชาติไทย พบว่าเมืองพิษณุโลกเป็นเมืองที่มีความสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยสุโขทัย อยุธยา ธนบุรี หรือรัตนโกสินทร์ ในเชิงยุทธภูมิทางทหาร พิษณุโลกเป็นเมืองหน้าด่านปกป้องราชธานี และในเชิงยุทธภูมิทางเศรษฐกิจ พิษณุโลกเป็นเมืองหน้าด่านทางการค้า เพราะตั้งอยู่ระหว่างอาณาจักรล้านนาทางตอนเหนือและกรุงศรีอยุธยาในทางใต้

แม้เวลาผ่านไปเป็นร้อยๆ ปี แต่จุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ทำให้พิษณุโลกยังคงความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางด้านคมนาคม และได้รับการขนานนามว่า "เมืองบริการสี่แยกอินโดจีน"

ด้วยการเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภาคเหนือที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจระดับภูมิภาคเข้าไว้ด้วยกัน กล่าวคือ พิษณุโลกเป็นชุมทางเส้นทางการค้าทั้งเหนือ-ใต้-ออก-ตก หรือที่ทราบกันในชื่อระเบียงเศรษฐกิจ North-South Economic Corridor และ East-West Economic Corridor เปรียบได้กับ สะพานที่เชื่อมโยงประเทศไทยกับเศรษฐกิจอื่นในกลุ่มความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Great Mekong Subregion: GMS) ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม กัมพูชา รวมไปถึงมณฑลยูนนาน และมณฑลกว๋างสีของประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และมีศักยภาพสูง เพราะมีประชากรรวมกันถึง 323 ล้านคน และในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมามูลค่าการค้าชายแดนระหว่างภาคเหนือของไทยและ ประเทศเมียนมาร์ ลาว รวมถึงจีนตอนใต้ได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 41,000 ล้านบาทในปี 2552 เป็น 79,000 ล้านบาทในปี 2555

นี่คือโอกาสครับ และภาคธุรกิจควรใช้จุดแข็งด้านภูมิศาสตร์นี้ขยายธุรกิจออกไปสู่ระดับ อนุภูมิภาค ระดับภูมิภาค และระดับโลกในที่สุด อย่างไรก็ตาม **ตลาดที่ใหญ่ขึ้นย่อมมาพร้อมกับการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งจากคู่แข่งในประเทศและต่างประเทศ** ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี เพราะการแข่งขัน จะทำให้เกิดความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา และเป็นแรงผลักดันให้ต้องพัฒนาทั้งคุณภาพสินค้าและบริการ รวมทั้งระบบการบริหารจัดการเพื่อจัดสรรและใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนคิดค้นนวัตกรรมทดแทนเทคโนโลยีเดิม เพราะแม้ปัจจุบันสินค้าจากไทยได้รับความนิยม ในประเทศเพื่อนบ้าน แต่ก็ไม่อาจนิ่งนอนใจในความได้เปรียบนี้ เนื่องจากคู่แข่งของเราก็พัฒนา สินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อหวังจะปันส่วนแบ่งจากเค้กชิ้นใหญ่นี้เช่นกัน ดังนั้นภาคธุรกิจจำเป็นต้อง เตรียมความพร้อมรับความท้าทายดังกล่าว เพื่อให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากความ เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและสภาพภูมิศาสตร์อันโดดเด่นนี้ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย รวมทั้งพัฒนา ต่อ ยอดให้ไทยสามารถกลายเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของภูมิภาคต่อไป

การเตรียมความพร้อมของภาคธุรกิจมีหลายด้านที่สำคัญและท่านทั้งหลายตระหนักถึง อยู่แล้ว ในวันนี้ผมอยากกล่าวถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) 3 ประการ เพื่อเป็นจุดตั้งต้นของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือการกลั่นกรองจาก ความคิดไปสู่แนวทางปฏิบัติให้เกิดขึ้นได้จริงในระยะต่อไป

ปัจจัยแห่งความสำเร็จแรก คือ การสร้างแบรนด์ของสินค้า

เมื่อการผลิตสินค้าโดยใช้วิธีการแบบเดิมๆ ไม่อาจทำให้เราเติบโตได้อย่างแต่ก่อน เราจำเป็นต้องยกระดับธุรกิจด้วยการสร้างแบรนด์สินค้าของตนเองแทนวิธีการแบบเดิมที่

รับจ้างผลิต การสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเป็นหัวใจของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเมื่อรวมกับภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในประเทศเพื่อนบ้านที่ได้รับค่านิยมอยู่แล้วจากวัฒนธรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน การสร้างแบรนด์จะส่งเสริมให้เกิดการรับรู้และจดจำสินค้าของไทย (Brand awareness) ทั้งนี้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้น ธุรกิจสามารถทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ ทั้งสถานศึกษาและส่วนราชการ เพื่อสร้างองค์ความรู้และนำมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมากขึ้น

ตัวอย่างที่ชัดเจนอยู่ในจังหวัดพิษณุโลกนี่เองครับ หลายท่านอาจนึกออกแล้วว่าผมกำลังพูดถึงผลิตภัณฑ์กล้วยตากซึ่งเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของพิษณุโลกมาช้านาน ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จมาแล้วจากการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า โดยการทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาภายใต้การสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อคิดค้นกรรมวิธีการผลิตที่เพิ่มคุณภาพสินค้า รวมทั้งพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เช่น ผลิตไซร์จากกล้วยตาก พร้อมกับการสร้างเรื่องราว (Story) ให้สินค้านี้มีเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้าง Brand awareness

ผมคิดว่า SMEs ส่วนใหญ่ตระหนักถึงแนวทางสู่ความสำเร็จนี้อยู่แล้ว แต่อาจยังไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง เนื่องจากขาดปัจจัยสนับสนุน ในด้านนี้ภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทช่วยส่งเสริมผ่านมาตรการสร้างแรงจูงใจและลดข้อจำกัดของธุรกิจในการสร้างนวัตกรรมและพัฒนาศักยภาพ (Innovation & Capability Development) ขณะที่สถาบันการเงินก็มีบทบาทสำคัญไม่แพ้กัน เนื่องจากแหล่งเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้ SMEs ที่มีศักยภาพสามารถทำตามแผนพัฒนาธุรกิจได้ตลอดรอดฝั่ง อย่างไรก็ตาม SMEs มีลักษณะเฉพาะ จึงต้องการเครื่องมือทางการเงินที่ยืดหยุ่นกว่าปกติเพราะใช้เวลาในการค้ำหนุนที่นานกว่า และต้องการ financing ที่ออกแบบเฉพาะให้เอื้อต่อสภาพทางธุรกิจที่แท้จริง ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินได้ตระหนักถึงและขยายขอบเขตเพื่อเข้าถึงลูกค้า SMEs มากขึ้นเป็นลำดับ

ท่านผู้มีเกียรติครับ

การสร้างแบรนด์และพัฒนามูลค่าเพิ่มของสินค้าเป็นจุดเริ่มต้นที่ควรต้องรีบทำ แต่สำหรับหลายธุรกิจ สิ่งนี้เพียงลำพังคงยังไม่นำไปสู่ความสำเร็จ ที่ผ่านมากการผลิตสินค้าของไทยเน้นการใช้ประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานที่ถูก ผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น รวมทั้งได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) ปัจจัยเหล่านี้เปรียบเสมือนเกราะ (Shield) ที่ปกป้องธุรกิจไทย แต่ปัจจุบันเกราะ

ดังกล่าวเริ่มทยอยลงเป็นลำดับ สถานการณ์ตลาดแรงงานที่ตึงตัวในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าไทยเริ่มมีข้อจำกัดด้านจำนวนแรงงาน อีกทั้งค่าจ้างก็ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับสิทธิพิเศษทางศุลกากรที่เคยได้รับจากกลุ่มประเทศยูโรจะเริ่มหมดลงในปีหน้า ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของบางธุรกิจลดน้อยถอยลงหากยังคงดำเนินงานอยู่ในประเทศเพียงอย่างเดียว จึงเป็นที่มาของปัจจัยแห่งความสำเร็จประการที่ 2 คือ **การมองหาแหล่งทรัพยากรที่เหมาะสม และทางเลือกหนึ่งก็คือการออกไปตั้งโรงงานในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่ยังมีค่าจ้างแรงงานต่ำ** เป็นการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ทางธุรกิจเพื่อขยายโอกาสของการเติบโตในอนาคต

ผมทราบว่า การออกไปลงทุนนอกบ้านเป็นสิ่งท้าทายและยากต่อการตัดสินใจ แต่ก็น่าจะเกินความสามารถ ภาคธุรกิจควรเปิดใจกว้าง พิจารณาการเคลื่อนย้ายการผลิตที่ไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพไปยังประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากจะเป็นการเพิ่มทางเลือกและลดต้นทุนของธุรกิจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน ผ่านการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่นับวันจะยิ่งมีความสำคัญทางการค้าต่อกัน นอกจากนี้ แผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของไทยที่จะเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งทั้งทางถนน ทางราง และทางน้ำ จะช่วยให้การคมนาคมขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นปัจจัยบวกที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากการขนส่งสินค้าทั้งต้นน้ำและปลายน้ำจะมีต้นทุนต่ำลง

ท่านทราบหรือไม่ครับว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาธุรกิจการผลิต (Manufacturing sector) ของไทยออกไปลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการลงทุนประมาณ 1,400 ล้านดอลลาร์ สรอ. ในปี 2551 เป็น 4,500 ล้านดอลลาร์ สรอ. ในปีก่อน โดยเป็นการลงทุนทั้งในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านของเรา และที่สำคัญ ธุรกิจที่ออกไปลงทุนได้เปลี่ยนไปจากเดิมที่มักเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อย่างอุตสาหกรรมปิโตรเลียม มาเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและในหลากหลายประเภทอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น อาหารแปรรูป คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์รองเท้า และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ออกไปต่างประเทศส่วนใหญ่ยังเป็นธุรกิจจากส่วนกลางที่อาจมีช่องทางมากกว่า แต่จากการพบปะระหว่างเจ้าหน้าที่ ธปท. กับผู้ประกอบการในหลายจังหวัดทำให้ทราบว่านักธุรกิจท้องถิ่นก็มีศักยภาพไม่แพ้กัน อีกทั้งมีความสนใจที่จะขยายการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน ทว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการทั้งในเรื่องของขนาดการลงทุนที่เล็กกว่าและขาดคำแนะนำในด้านกฎระเบียบและข้อมูลทางเศรษฐกิจ และที่สำคัญคือ SMEs ไม่สามารถเข้าไปลงทุนเดี่ยวๆ ได้ จำเป็นต้องเข้าไปในลักษณะกลุ่มก้อน นี่เป็นจุดที่ภาครัฐต้องเข้า

มาช่วยอำนวยความสะดวก ในอดีตเราเน้นชักชวนนักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาตั้งโรงงานในไทย โดยมีสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือ BOI เป็นผู้ผลักดันหลัก ปัจจุบัน BOI ได้เริ่มขยายบทบาทไปสู่การส่งเสริมให้นักลงทุนไทยไปเติบโตในต่างประเทศมากขึ้น แม้การทำหน้าที่ในปัจจุบันอาจยังไม่เพียงพอแต่ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการปรับเปลี่ยนนโยบายในทิศทางที่เป็นความต้องการและความจำเป็นของภาคเอกชน

ขณะเดียวกันแบงก์ชาติได้ทยอยผ่อนคลายกฎระเบียบเพื่อเอื้อให้ภาคธุรกิจทำการค้าและลงทุนในต่างประเทศได้สะดวกขึ้น โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน ตัวอย่างเช่นการผ่อนคลายให้บุคคลธรรมดาสามารถไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ จากเดิมที่กำหนดวงเงินไว้ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์ สรอ. เป็นไม่จำกัดวงเงิน เพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจสามารถขยายตลาดและฐานการผลิตได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น และระเบียบที่เพิ่งจะประกาศผ่อนคลายไปเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา คือการสนับสนุนให้ใช้เงินสกุลท้องถิ่นในการค้าขายชายแดน โดยอนุญาตให้สามารถนำเงินบาทออกไปชำระค่าสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงเงินตอนใต้และเวียตนาม ได้เป็นจำนวน 2 ล้านบาทจากเดิม 5 แสนบาท และการผ่อนปรนเกณฑ์ให้บุคคลธรรมดาสามารถเป็น money changer ได้ เพื่อให้มีผู้ประกอบการมากขึ้น สร้างความคล่องตัวให้แก่การค้าและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ผมจึงคิดว่าขณะนี้ เป็นจังหวะเวลาที่เหมาะสมสำหรับ SMEs ที่จะพิจารณาการออกไปแสวงหาโอกาสทางธุรกิจนอกประเทศ โดยเฉพาะในด้านการขยายตลาด แต่ในด้านการผลิตด้วย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จสุดท้าย ผมขอกล่าวถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจทุกขนาด ทุกประเภท ไม่ว่าจะตั้งฐานการผลิตอยู่ไหนก็ตาม เพราะการสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจจะช่วยเสริมจุดแข็งและปิดจุดอ่อนซึ่งกันและกัน สำหรับการไปเจาะตลาดต่างประเทศ การมีภาคีที่เข้มแข็งทั้งในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน (Horizontal) และกลุ่มธุรกิจที่เชื่อมต่อกันต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Vertical) จะช่วยให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งจากพันธมิตรทางธุรกิจที่ครอบคลุมและช่วยให้จับจองพื้นที่ในตลาดได้มากขึ้น เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ทั้งด้านการขนส่งสินค้าและปัจจัยการผลิต รวมทั้งมีอำนาจต่อรองทางการค้ามากขึ้น สำหรับตลาดในประเทศ การรวมตัวกันเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้ธุรกิจ โดยเฉพาะ SMEs มีความสามารถในการปกป้องส่วนแบ่งตลาดได้ดีขึ้น

ผมขอยกตัวอย่างธุรกิจที่นำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้แล้ว คือ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการขนาดเล็กด้านโลจิสติกส์กว่า 30 รายในปี 2550 และประสบความสำเร็จในการนำจุดแข็งของแต่ละธุรกิจ เช่น การขนส่งสินค้า การให้บริการด้านศุลกากร และการบริหารจัดการโกดังสินค้า มารวมกันเพื่อเสนอบริการให้กับลูกค้าได้อย่างครบวงจร ทำให้กลุ่มธุรกิจนี้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดได้และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่า อีกทั้งยังสามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย

หากมองในภาพที่กว้างขึ้น การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงข้ามอุตสาหกรรมจะยิ่งช่วยพัฒนาศักยภาพธุรกิจ เช่น ธุรกิจโรงพยาบาลสามารถทำเครือข่ายร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยวและการบิน เพื่อให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งไทยมีศักยภาพสูง จากการเป็นที่ยอมรับทั้งด้านการแพทย์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม และการมีสถานที่ท่องเที่ยวติดอันดับต้น ๆ ของโลก การสร้างภาคีเช่นนี้จะนำจุดเด่นของแต่ละธุรกิจมาประสานกันให้เกิดบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

ท่านผู้มีเกียรติครับ

จุดเด่นทางภูมิศาสตร์เป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญของภาคเหนือด้วยเป็นจุดเชื่อมโยงทางการค้าในภูมิภาคที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว แม้จะเผชิญกับการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศที่สูงขึ้น แต่ขนาดของธุรกิจก็ไม่ได้แสดงถึงความเสียเปรียบเสมอไป ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จแบบ “มีแบรนด์ ก้าวสู่โลกกว้าง และสร้างพันธมิตร” จะช่วยให้ธุรกิจภาคเหนือพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนับวันมีแต่จะรวดเร็วและรุนแรงมากขึ้น ธุรกิจจะต้องก้าวออกจาก Comfort zone เพื่อแสวงหาและช่วงชิงโอกาสตั้งแต่นั้นๆ เพราะสิ่งที่เคยทำแล้วประสบความสำเร็จในอดีตไม่อาจรับประกัน ความสำเร็จในอนาคตได้เสมอไป ดังที่ ชาลส์ ดาร์วินกล่าวไว้ว่า “หาใช้ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุด หรือฉลาดที่สุดที่จะอยู่รอด หากแต่เป็นผู้ที่สามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด”

ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราจะใช้โอกาสนี้ในการแบ่งปันมุมมองและความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อให้การสัมมนาครั้งนี้เป็นการจุดประกายความคิดใหม่ๆ ที่สามารถนำไปผลักดันให้เกิดขึ้นจริง ผมขอถือโอกาสนี้เปิดงานสัมมนาวิชาการ ประจำปี 2556 ในหัวข้อ “เจาะลึกเศรษฐกิจปีม้า โอกาสมา ความท้าทาย” ณ บัดนี้

ขอบคุณครับ