



สรุปการบรรยาย

ผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการกับการบริหารงานในกระแสโลกาภิวัตน์

โดย ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์ (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์)

วันที่ 2 สิงหาคม 2548

การเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดในปัจจุบัน จะทำเป็นทองไม่รู้ร้อนหรือทำตามรุ่นพี่จะไปไม่รอด ผู้ว่าราชการจังหวัดในยุคโลกาภิวัตน์ควรคำนึงถึงปัจจัยแห่งการประสบความสำเร็จ 3 ประการสำคัญ คือ

- 1. The New Competitive Landscape** ต้องรู้ว่าสถานการณ์โลก ณ ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร มีผลต่อผู้ว่าราชการจังหวัดอย่างไรบ้าง บางครั้งเราอาจจะเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ไกลตัว แต่การเปลี่ยนแปลงของโลก มีผลกระทบต่อพวกเราอย่างแน่นอนไม่มากก็น้อย ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด
- 2. Branding the Destination** ต้องหาจุดขายให้จังหวัดและอุตสาหกรรม จะทำให้จังหวัดของเราเป็นส่วนหนึ่งของโลกอย่างไร ท่านจะต้องทำจังหวัดจากที่ไม่มีความสำคัญหรือไม่มีชื่อเสียง ให้เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญ เป็นที่รู้จัก มิฉะนั้นจะไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ ท่านจะต้องพิจารณาว่าจุดขายของท่านคืออะไร ต้องดูว่าส่วนไหนที่พระเจ้าให้มา แต่ถ้าส่วนไหนที่พระเจ้าไม่ได้ให้มา ท่านจะต้องสร้างขึ้นมาจากตัวเองเพื่อเป็นจุดขาย โดยไม่ต้องรอให้พระเจ้าสร้างให้ ตัวอย่างจุดขายของประเทศไทยที่เรามีอยู่แล้วคือเรื่องความมีน้ำใจ
- 3. From Inspiration to Action** ต้องสร้างแรงบันดาลใจในการนำความฝันไปสู่การปฏิบัติ จะไม่มีประโยชน์ใดเลยถ้าคิดได้แต่ทำไม่ได้

ปัจจุบันเราพูดได้ว่าโลกไม่มีพรมแดน เราต้องมีทัศนคติในการมองที่ชัดเจน และไม่ควรมองแค่จังหวัดเพียงจังหวัดเดียว แต่ต้องมองโลกว่าตอนนี้โลกแข่งขันกันอย่างไร เราจะสามารถเข้าแข่งขันได้หรือไม่ ณ วันที่ท่านดำรงตำแหน่งรองผู้ว่าราชการจังหวัด ท่านต้องมีทัศนคติในการมองให้สูงกว่าระดับของท่าน อย่างน้อย 1 ระดับ คือต้องมองว่าหากเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดจะดำเนินการอย่างไร หรือหากท่านเป็นนายกรัฐมนตรี จะทำดำเนินการอย่างไร

โลกเราตอนนี้ทุกๆ ภูมิภาคแข่งขันกันเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับพื้นที่ของตัวเอง แข่งขันกันว่าทำอย่างไรให้สถานที่นั้นเป็น:

- **Place to visit** การท่องเที่ยวมีหลายอย่าง ถ้าพิจารณาเฉพาะชายทะเล (Sea Sun Sand) จะพบว่า ในโลกนี้มีการแข่งขันกันมากไม่ว่าจะเป็นมัลดีฟหรือฮาวาย แต่ละที่ก็มีจุดขายของ





ตัวเอง สำหรับในบ้านเรา มีฝั่งอันดามันเป็นจุดแข็งแต่ได้ถูกทำลายไป ทำให้การท่องเที่ยว
ซบเซาลงมาก โอกาสที่จะฟื้นฟูคงต้องใช้ระยะเวลาอีกนาน อย่างไรก็ตาม ยังมีสถานที่อื่นๆ
อีกมากที่มีศักยภาพ ไม่ว่าจะเป็นเกาะช้าง จังหวัดตราด หรือจังหวัดจันทบุรี ขึ้นอยู่ที่
ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดจะพิจารณาว่าจะช่วยกันคิดอย่างไรเพื่อใช้สถานที่เหล่านี้ให้เป็น
ประโยชน์ ปัจจุบัน Sea Sun Sand ของไทยถึงจะอยู่อันดับที่ 8 ของโลก แต่พบว่ามีส่วน
ครองตลาด (Market share) เพียง 2.9 เปอร์เซ็นต์ของตลาดทั้งหมด ทำอย่างไรให้ Sea
Sun Sand ของไทย ติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเทศไทยที่ผ่านมามีหลายยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นสุโขทัย
อยุธยา หรือธนบุรีที่ได้รับอิทธิพลมาจากอินเดีย เขมร จีน จึงเกิดความหลากหลายทาง
วัฒนธรรม แต่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเรายังไม่ติดอันดับโลก ไม่เหมือนกับ โคลี
เซียม (Coliseum) ของอิตาลี ปิรามิดของอียิปต์ หรือแม้กระทั่งนครวัดของกัมพูชา ประเทศ
เหล่านี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนดังเพชร ดึงดูดนักท่องเที่ยว ในขณะที่ประเทศไทย
มีเพียงพลอยขนาดเล็กจำนวนมาก เมื่อพระเจ้าให้มาอย่างนี้ เราคงอ้อมอเข้าไม่ได้
คำถามคือเราจะร้อยเรียงพลอยขนาดเล็กเหล่านี้อย่างไรให้มีคุณค่า จากการวิจัยพบว่าคน
ส่วนมากอยากไปนครวัดครั้งหนึ่งในชีวิต แต่เชื่อไหมจะไม่ไปครั้งที่สอง เพราะประเทศ
เหล่านั้นมีสิ่งนั้นสิ่งเดียว ไม่มีการดูแลผู้มาเยือนที่ดี (Hospitality) แต่เมืองไทยมี ดั่งนั้นสิ่ง
ดึงดูด (Attraction) ของเราอาจจะไม่แรง แต่ถ้าเรารู้จักวางกรอบความคิด (Concept) รู้จัก
การบริหารจัดการที่ดีในการที่จะทำให้การท่องเที่ยวนั้นยั่งยืน เชื่อว่าการท่องเที่ยวไทยจะ
ไปอีกได้ไกล

- **Product to buy** ถามว่าเมืองไทยมีแหล่งช้อปปิ้งกี่แห่ง มีอย่างเก่งคือกรุงเทพฯ ไม่น่าจะ
ใช้ภูเก็ตและเชียงใหม่ จะทำอย่างไรจึงจะเกิดการสร้างมูลค่า (Value Creation) ทำอย่างไร
ที่จะสร้างความมั่งคั่งให้กับจังหวัด (Wealth of the Province) ผ่านสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ถ้าเรา
จะเป็นแหล่งช้อปปิ้ง เราต้องดูว่าเรามีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์พอหรือไม่ เรา
รับประกันได้หรือไม่ว่าสิ่งที่ซื้อไม่ได้เป็นของปลอม มีระดับคุณภาพที่ขายได้ มีผลิตภัณฑ์ที่
คนจับต้องแล้วอยากซื้อ เช่น ไอทีอป จะทำอย่างไรให้ไอทีอปมีเสน่ห์มากกว่าที่จะอยู่บน
ชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า นั่นคือไอทีอปนั้นจะต้องอยู่กับพื้นที่ และทำอย่างไรให้
ไอทีอปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซื้อไม่ได้ (In-need Product) สิ่งต่างๆ เหล่านี้ เราควรต้องมา
ช่วยคิดกัน แหล่งช้อปปิ้งในโลกมีคนจับจองกันไว้แล้ว ไม่ว่าจะเป็น บาร์เซโลนาที่สเปน
ของเอลิเซที่ฝรั่งเศส ถนนบอนด์ที่ลอนดอน ฟิฟต์เอเวนิวที่นิวยอร์ก นักช้อปปิ้งส่วนใหญ่มาจาก
จีนและยุโรป แต่เมื่อมาเมืองไทยเขาไม่รู้ว่าซื้ออะไร กลายเป็นว่าเขาเลยจากไปด้วยการ
ใช้เงิน 3,000 กว่าบาทต่อคนต่อวัน ซึ่งจริงๆ แล้วเขามีความต้องการช้อปปิ้งสูงถึง 6,000
บาทต่อคนต่อวัน แต่เราไม่มีอะไรให้เขาซื้อ สินค้าเราคุณภาพยังไม่ถึง ไม่มีความ





หลากหลาย ไม่มีความพิเศษ อย่านำเขาซื้อสินค้าของเราด้วยความสงสารแต่ให้เขาซื้อด้วยความรู้สึกที่ไม่ซื้อไม่ได้ ซึ่งที่ต่างๆ ของโลกเขาไปถึงจุดนี้กันแล้ว

- **Place to shop** ในโลกนี้มีแหล่งแฟชั่นที่มีชื่อเสียงอยู่ไม่กี่แห่ง ตอนนี้เราพยายามประกาศว่าเราเป็นกรุงเทพเมืองแฟชั่น จากการทำวิจัยโดยการสำรวจทั่วโลกใน 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องอาหาร การท่องเที่ยว และแฟชั่น พบว่า ทั่วโลกยอมรับเราในเรื่องอาหารและยอมรับว่าเป็นเมืองหลวงของการท่องเที่ยวของเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ไม่มีใครยอมรับเราในด้านแฟชั่น แต่ไม่เป็นไรการยอมรับหรือไม่ยอมรับ ไม่ได้เกิดจากการมีหรือไม่มีแต่เก่าก่อน บางครั้งมันอยู่ที่คุณกล้าสร้างมันขึ้นมาหรือไม่
- **Place to work** สถานที่ๆ คนอยากมาทำงาน เราจะต้องเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดนักลงทุน ให้คนมาเที่ยว ให้คนมาทำงาน ให้คนมาอยู่กับเรา จะต้องคิดถึงเรื่องอะไรบ้าง ต้องเป็น hi-tech และ hi-touch บริษัทไอทีเอ็มทำการสำรวจการใช้สารสนเทศในแต่ละเมืองทั่วโลก โดยพิจารณา ISI (Information Society Index) วัดความมั่งคั่งของข้อมูล (Information wealth) ในเมืองๆ นั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด ประเทศไทยไม่ติดอันดับหนึ่งในห้าของโลก แต่ประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านมี ISI สูงเป็นอันดับหนึ่ง ในอนาคต ความพร้อมที่จะไปสู่ e-Society e-Government e-Industry e-Commerce มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นพวกเราควรจะต้องดูในจุดนี้ด้วย ว่าในขณะที่โลกกำลังผันไปสู่ e-Society จังหวัดของเรามีความเป็นไปได้ที่จะติดอยู่ในอันดับเหล่านี้ได้หรือไม่
- **Place to learn** เป็นที่ๆ คนอยากมาเรียนรู้
- **Place to invest** ในเรื่องการลงทุน รัฐบาลเริ่มมีนโยบายให้การลงทุนลงไปสู่คลังเตอร์ของแต่ละกลุ่มจังหวัด ณ ปัจจุบัน แนวโน้มของโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว บางจังหวัดมีศักยภาพให้คนอื่นมาลงทุนได้ หลายๆ จังหวัดไม่มีศักยภาพ แต่ไม่ได้หมายความว่า คุณจะไม่มีโอกาส คุณจะต้องสร้างโอกาส แนวคิดของการลงทุนเปลี่ยนไปหมดแล้ว เขาไม่ได้มองแค่แรงงานไม่มีฝีมือ (Unskilled labor) หรือว่าแรงงานราคาถูกหรือไม่ แต่สนใจที่แรงงานมีฝีมือ (High-skill labor) ไม่จำเป็นต้องลดภาษีให้มากมาย แต่เขาจะดูว่าเรามีบริการ (Service) อะไรให้เขา เมื่อท่านผู้ว่าราชการจังหวัดดึงคนมาลงทุนแล้ว สามารถรับประกัน (Guarantee) ได้หรือไม่ว่าสาธารณูปโภคมีความพร้อม มีแรงงาน มีฝีมือ เช่น วิศวกรหรือไม่ เราสามารถสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ได้หรือไม่ รองรับนักลงทุนได้หรือไม่ สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่เราต้องให้ความสำคัญ
- **Place to live** ในโลกของการเคลื่อนไหว หรือยุคโลกาภิวัตน์ มีการเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการ และในขณะเดียวกันก็มีการเคลื่อนไหวของคน เราจะทำอย่างไรให้คนดี คนเก่ง คนรวย มาอยู่ในประเทศของเรา ทำอย่างไรไม่ให้พวกเขาก่อการร้าย ยาเสพติด อาชญากรข้ามชาติมาอยู่ในประเทศไทย ในมิติของการเคลื่อนไหวของทรัพยากรมนุษย์นั้น จำเป็นที่จะต้องมองทั้งส่วนที่เป็นความมั่งคั่งและส่วนที่เป็นความมั่นคงควบคู่กัน





จากการสำรวจล่าสุด โดยนิตยสาร Travel and Leisure นิตยสารที่ทรงพลังในการท่องเที่ยว พบว่า ประเทศไทยติด 1 ใน 10 ถึง 2 อันดับ คือ กรุงเทพฯ ติดอันดับที่ 2 เมืองที่น่าอยู่ที่สุดในโลกด้วยคะแนน 87.08 (จาก 100) และเชียงใหม่ติดอันดับที่ 5 ของโลกด้วยคะแนน 84.93 หากเรามองในมุมมองของเราเอง ก็แทบจะไม่น่าเชื่อว่าจะติดอันดับ 1 ใน 10 ดังนั้น ในการมองเราควรจะต้องมองทั้งใน (Inside) และนอก (Outside) อยากให้มองว่าจังหวัดของเราสามารถเป็นอย่างนี้ได้หรือไม่ เหล่านี้เป็นพันธกิจ (Mission) แต่ไม่ควรมองแต่เฉพาะระดับจังหวัด ควรคิดแข่งขันกับเมืองใหญ่ๆ ของโลก รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง การแข่งขันในโลก มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในระดับเมือง แต่ถ้าเมืองไม่มีพลังพอ ก็น่าจะรวมกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อดึงดูดการลงทุน ซึ่งเราสามารถเรียนรู้ได้จากกรณีศึกษาต่างๆ ดังนี้

- **อิตาลีตอนเหนือ** ซึ่งมีผลิตผลมวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product หรือ GDP) สูงกว่าทางตอนใต้มาก เพราะสามารถมีอุตสาหกรรมการผลิตของตนเองที่ส่งออกได้ และมีเอสเอ็มอีที่ทรงพลังและเชื่อมโยงต่อกัน เราจะต้องไปดูว่าเขาสามารถเพิ่มพลังให้กับประชาชนได้อย่างไร
- **ทางใต้ของอินเดีย** พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความยากจน แต่มีการศึกษาดี ทำให้บริเวณนั้นถูกพัฒนาเป็นแหล่งพัฒนาซอฟต์แวร์และเป็นแหล่งรองรับอุตสาหกรรมบริการจากประเทศตะวันตก
- **คลัสเตอร์อุตสาหกรรมของจีน** เมื่อสามสิบปีที่แล้ว นายเติ้งเสี่ยวผิงประกาศนโยบายที่ทันสมัย ซึ่งผมไม่คิดว่าจีนจะทำได้ เพราะว่าจีนมีประชากรเป็นพันล้านคน มากกว่าประเทศไทยซึ่งมีประชากร 60 ล้านคน แต่จีนได้แสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินตามนโยบายที่วางไว้ได้ เพราะจีนมีการแบ่งโซนว่าส่วนใด จังหวัดใด ควรเน้นยุทธศาสตร์อะไร อย่างชัดเจน ซึ่งแต่ละคลัสเตอร์เป็นเสมือนตัวต่อ (Jigsaw) ตัวหนึ่ง ที่เมื่อนำมาประกอบกันแล้ว จะเกิดพลังมหาศาล

ในการทำงานให้สำเร็จ ต้องทำเป็นเครือข่าย เชื่อมโยงกัน ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ เราจะมองเรื่องความมั่งคั่งอย่างไร ถ้าคุณเป็นรองผู้ว่าราชการจังหวัด ให้มองในมุมมองผู้ว่าราชการจังหวัด ส่วนคนที่เป็นผู้ว่าราชการจังหวัด ให้มองในมุมมองนายกรัฐมนตรี และนายกรัฐมนตรี ให้มองในมุมมองของผู้นำอาเซียน คือเราต้องมองไกลกว่าจุดที่เรายืนอยู่ ทุกคนต้องมีบุคลิก มีความแตกต่าง และมีเอกลักษณ์ ดังนั้น เราจะต้องทำจังหวัดให้มีบุคลิก มีเอกลักษณ์ของตัวเอง ดึงสิ่งที่ป็นเอกลักษณ์ของตัวเองออกมา ตัวอย่างเช่น การช่วงชิงการเป็นเมืองเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก แต่ละเมืองต้องมีกรอบความคิดของตัวเอง ลอนดอนได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพสำหรับปี 2012 ด้วยธีม (Theme) "ความคลั่งไคล้กีฬาของคนรุ่นใหม่" (Passion for Sport of Young People) ส่วนอีก





ตัวอย่างหนึ่งคือที่เชียงใหม่ ที่วางจุดตัวเอง (Position) ว่าเป็นศูนย์แห่งศิลปะและวัฒนธรรมของมนุษยชาติ คือมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสมัยเก่าและสมัยใหม่เข้าด้วยกัน

ประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่ไม่มีจุดเด่นอะไรเลย แต่พยายามสร้างกรอบความคิด (Concept) ใหม่ๆ ให้ตนเอง อย่างเช่นในปี 1960-1970 สิงคโปร์ใช้กรอบความคิดว่า “Instant Asia” สิงคโปร์เป็นที่ที่สามารถพบคนต่างเชื้อชาติ ต่างวัฒนธรรม และอาหารที่หลากหลาย ในปี 1980 สิงคโปร์ก็เปลี่ยนกรอบความคิดอีกเป็น “Surprising Singapore” คือมีทั้งบุคลิกทันสมัยและความแปลกแบบเอเชีย (Asian exoticism) และล่าสุด สิงคโปร์ใช้กรอบความคิด “New Asian – Singapore” คือมีวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานกับการพัฒนาที่ทันสมัย ตัวอย่างของสิงคโปร์แสดงให้เห็นว่าเราต้องทำทุกวิถีทางที่จะสร้างพลังขึ้นมา ถึงไม่มีอะไรเลย ก็สามารถสร้างขึ้นมาได้

มีการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Positioning Analysis) โดยเปรียบเทียบภูเก็ตกับสิงคโปร์ พบว่าภูเก็ตดีกว่าสิงคโปร์ในเกือบทุกแง่ ยกเว้นเรื่องความสะอาด แต่ทำไมสิงคโปร์ติดอันดับโลกในหลายด้านๆ ดังนั้นเราจะต้องนำสิ่งเหล่านี้มาคิดเพื่อนำไปใช้พัฒนาเราเองให้ดีขึ้น

จากการวัด GPP ของ 76 จังหวัดของประเทศไทย โดยไม่รวมกรุงเทพฯ พบว่า จังหวัดที่มีความมั่งคั่งค่อนข้างสูงมีแค่ 4 จังหวัด ภาพที่ท่านเห็นเป็นภาพที่เป็น ไม่ใช่ภาพที่ควรจะเป็น ผู้ว่าราชการจังหวัดควรทำอะไรในเรื่องการท่องเที่ยว เมื่อมองมิติของรายได้ต่อหัวที่ได้จากนักท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวแล้ว มีไม่กี่จังหวัดที่อยู่ในจุดที่น่าสนใจ เป็นเพราะอะไร ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดต้องหาทางสู้ บางทีเราก็คงทราบบ้างว่ามีปัญหาอะไร เช่น จังหวัดของท่านเป็นที่ที่ไม่น่าสนใจ ดังนั้นงบประมาณจึงไม่เข้า การลงทุนและการจ้างงานจึงไม่มี การท่องเที่ยวก็ไม่มี เป็นต้น จึงเป็นหน้าที่ของ ผู้ว่า CEO ที่จะจัดการกับปัญหาเหล่านั้น เพื่อแก้ปัญหา GPP ตกต่ำ

ผมขอสรุปคร่าวๆ ในครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการแก่ผู้ว่า ซีอีโอ โดยมองที่ 3Ps หน้าที่ของผู้ว่าฯ จริงๆ คือ การบริหารจัดการ 3Ps ซึ่งได้แก่

- **Place** พื้นที่ที่เราอยู่ พื้นที่ที่เราดูแล
- **Product** ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- **People** คุณภาพชีวิตของประชากรในจังหวัด

จะทำอย่างไรให้จังหวัดของเรานั้นน่าสนใจ และดึงดูด ในด้านการลงทุนและการท่องเที่ยว ทำให้สินค้าของเราเป็นสินค้าระดับโลก (World class) ผู้ว่าราชการจังหวัด ควรจะต้องรวม 3Ps นี้ให้ได้ และมีส่วนผสมของ 3 สิ่ง ได้แก่ Creativity (มีความคิดสร้างสรรค์) Strategy (ยุทธศาสตร์) และ Administration การทำความเข้าใจให้เป็นความจริง เป็นหน้าที่ของรองผู้ว่าราชการจังหวัด ที่จะต้องเริ่ม Creative คิดยุทธศาสตร์ (Strategic) เพื่อว่าเมื่อในอนาคตเมื่อคุณเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด จะได้เดินหน้าทำความเข้าใจให้เป็นจริง (Administration) ผมเชื่อว่าจุดนี้เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับทุกท่านผู้ว่าฯ ต้องใช้เวลาให้มีค่าเพื่อสร้างสิ่งเหล่านี้





อีกกรณีศึกษาคือประเทศฟินแลนด์ ฟินแลนด์เคยประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจเมื่อปี 1990 เมื่อเขาประสบปัญหา สิ่งแรกที่เขาลงมือทำ คือ พัฒนาด้านการศึกษา เขาให้ความสำคัญกับขีดความสามารถของมนุษย์ ฟินแลนด์ใช้เวลา 14 ปีในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ จนปัจจุบันฟินแลนด์เป็นอันดับหนึ่งด้านขีดความสามารถในการแข่งขันติดต่อกันมาหลายปีแล้ว สร้างระบบนวัตกรรม (Innovation) เชื่อมโยงจากรัฐบาลไปถึงเอกชน ณ วันนี้ฟินแลนด์เป็นอันดับหนึ่งของโลกทางด้านไอที (Information Technology) ไบโอเทคโนโลยี (Biotechnology) ตอนนี้กำลังจะพัฒนาทางด้านนาโนเทคโนโลยี ซึ่งจะเห็นได้ว่าฟินแลนด์เน้นพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการฟื้นฟูประเทศ

กรณีศึกษาเมืองต้าเหลียน (Dalian) ประเทศจีน เมื่อ 5 ถึง 10 ปีก่อน ต้าเหลียนยังไม่เป็นที่รู้จักมาก่อน แต่เมื่อต้าเหลียนได้ผู้ว่าฯ ซีอีโอที่ชื่อ ปอซีไหล ผู้ซึ่งปัจจุบันคือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ของจีน ได้พัฒนาต้าเหลียนจากเมืองที่ไม่เป็นที่รู้จักจนเป็นเมืองที่คนกล่าวถึง ตอนนี้ต้าเหลียนได้เป็นเจ้าของงานเอ็กซ์โป คนจะพูดถึงเมืองนี้ในเรื่องเทคโนโลยีระดับสูง ส่วนหนึ่งที่ต้าเหลียนพัฒนามาจนถึงวันนี้เป็นเพราะปอซีไหลเล็งเห็นความสำคัญในการลงทุนทางด้านนวัตกรรม ท่านไม่ได้มองว่าต้าเหลียนเป็นเมืองๆหนึ่งของจีน แต่มองว่าจะสร้างต้าเหลียนเป็นปริมณฑลหนึ่งของโลก การที่ต้าเหลียนประสบความสำเร็จขึ้นมาได้นั้นต้องยกผลประโยชน์ให้กับผู้นำ ซึ่งผู้นำเมื่อถึงจุดหนึ่งแล้วต้องรู้จักตัวตนของตัวเอง ต้องคิดให้ไกล ไปให้ถึง ต้องมองทั้งในด้านลึกและกว้าง และรู้จักบริหารจัดการเครือข่าย

จุดเริ่มต้นง่ายๆ ของการบริหารเป้าหมายของพื้นที่หนึ่งนั้นเป็นส่วนผสมของ 3 สิ่งง่าย ๆ คือ Place People และ Product ตัวขับเคลื่อน 3 สิ่งนี้คือความเป็นผู้นำ เพื่อไปผลักดันยุทธศาสตร์ของจังหวัดนั้น อยากให้คุณเป็นส่วนสำคัญของการเปลี่ยนแปลง ณ จุดนี้เรากำลังมาถึงจุดที่เรียกว่าผู้นำของการเปลี่ยนแปลง เราต้องการผู้นำที่จะขับเคลื่อนจังหวัดไปสู่ยุทธศาสตร์ที่จะเป็นส่วนหนึ่งของโลก เราเริ่มจาก Nothing (ความไม่มีอะไร) ไม่เป็นไรแต่เมื่อเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด ท่านจะต้องสามารถสร้างมูลค่าไปสู่ Something (บางสิ่งบางอย่าง) ให้ได้ และขณะนี้ท่านยังไม่เป็นที่รู้จัก (Nobody) แต่นับตั้งแต่นี้ท่านจะต้องทำตัวเป็น Somebody (ใครบางคน) ได้แล้ว สิ่งสำคัญไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่ามีทรัพยากรหรือไม่ แต่มั่นขึ้นอยู่กับว่า คุณสามารถส่งเสริมการตลาด สามารถสร้างหรือร่วมกันสร้างได้อย่างไร การร่วมกันสร้างหมายความว่า สามารถดึงนักลงทุนหรือคนเก่งๆ ของโลกมาร่วมกันสร้างจังหวัดหรือคลัสเตอร์จังหวัดให้มีโอกาสร่วมกัน สิ่งนั้นสำคัญกว่า การสร้างโอกาสไม่ใช่รอให้โอกาสมาชนเรา ผู้ว่าฯ ซีอีโอจะต้องเป็นนักสร้างโอกาสและเมื่อโอกาสมาแล้วต้องรีบฉวยโอกาส และนี่คือสิ่งสำคัญที่ผมจะฝากไว้กับพวกคุณ

คำถามจาก รองผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี (คุณทวี กิตติสถาพร)

จากกรณีศึกษา ต้าเหลียน ผมพอจะทราบว่า ต้าเหลียนมีต้องเผชิญการแข่งขันกันทั้งในประเทศ และจากประเทศต่างๆ ในโลก ใครเป็นคนวางจุดยืน (Positioning) ให้ และนอกจากนี้





ต้าเหลียนมีการจับกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์กับเมืองอื่น อยากทราบว่าใครเป็นคนกำหนดว่าเมืองใดเป็น
แกนนำในการพัฒนา และมีการจัดสรรกันอย่างไร เพราะอย่างที่ทราบว่า ในประเทศไทยมีปัญหา
ด้านคลัสเตอร์ข้าวหอมมะลิ เพราะจัดสรรหรือวางตำแหน่งกันไม่ลงตัว

ดร. สุวิทย์ดอบ

ผมอยากให้เป็นการทำงานร่วมกันแบบมีทัศนคติที่ดี (Attitude) แต่ในขณะที่เดียวกันก็ต้อง
มีการแข่งขันร่วมกัน เป็นการแข่งขันทางด้านคุณภาพ ผู้นำก็ต้องมีการแข่งขันกันเองด้วย ตอนนี้
บ้านเรายังไม่มีการคุยกันระหว่างรัฐบาลและผู้ว่าราชการจังหวัดหรือคุยกันระหว่างคลัสเตอร์

คำถามจาก รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ (คุณใหญ่ โรจน์สุวนิชกร)

มีเรื่องที่ผมอยากจะเรียนให้ท่าน (ดร.สุวิทย์) และ ก.พ.ร. พิจารณา ประการแรก ผมอยาก
ให้ท่านชี้แจงให้เป็นรูปธรรมในเรื่องหน้าที่ของผู้ว่าฯ ซีอีโอและทูตซีอีโอ ประการที่สอง ในทาง
ทฤษฎีของซีอีโอเป็นธุรกิจ ผู้ว่าราชการจังหวัดได้รับการอบรมมาหลายครั้ง ได้ความรู้กว้างมาก
บางคนก็บอกให้แต่ละจังหวัดกลับไปสร้างทีมหลัก (Core team) ผู้ว่าฯหลายจังหวัดทำนะครับ ผม
อยากให้ ก.พ.ร. มีวิสัยทัศน์ (Vision) ให้ใครที่เป็นตัวจักรสำคัญของทีมงานมาร่วมสัมมนากับเรา
อย่างนี้ด้วยมันจะทำให้เป็นคัมภีร์ จะช่วยให้เห็นภาพได้อย่างมาก

ดร. สุวิทย์ดอบ

ในแง่ของเส้นกราฟการเรียนรู้ (Learning Curve) ของผู้ว่าฯ ซีอีโอ ผมคิดว่าการเรียนในชั้น
เรียนมีมากเกินไป สิ่งที่ยังขาดในภาคปฏิบัติ คือ องค์ความรู้ของการเป็นผู้ว่าราชการจังหวัด ตอนนี้
เรามีความจำเพาะตัวสูง 76 จังหวัดก็มี 76 สิ่ง ต่างคนต่างมีรูปแบบของตนเอง แต่ไม่มีการแบ่งปัน
องค์ความรู้กัน ตรงจุดนี้ถ้าเป็นไปได้น่าจะมีการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีเวทีสนทนา (Forum)
สิ่งหนึ่งที่ผู้ว่าราชการจังหวัดในอนาคตจะต้องมี ไม่ใช่แค่ดูแลผู้ใต้บังคับบัญชา แต่จะต้องมองโลก
เป็นพื้นฐาน ต้องคิดเหมือนทูต เป็นเหมือน “ แชนวิซ ” เป็นตัวกลางเชื่อมระหว่าง Local (ท้องถิ่น)
และ Global (ระดับโลก) อยากให้มุมมองของผู้ว่าฯ เป็นกรอบความคิดที่มองในระดับโลก (Global
mindset) ผมเห็นด้วยที่จะมีฟอรัมเชื่อมระหว่างทูตซีอีโอกับผู้ว่าซีอีโอ พุดต่างๆในมุมมองของผม
ผมอยากให้เราคุยกับทูตซีอีโอแล้วศักดิ์ศรีเท่าเขา สามารถตอบโต้และบอกความต้องการให้กับ
ทูตซีอีโอได้ ทำให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกับประเทศชาติ (Optimize national interests)

.....

