



สรุปการบรรยาย การสร้างคุณค่า (Value Creation)

โดย ประธานที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี (นายพันศักดิ์ วิญญรัตน์)
วันที่ 2 สิงหาคม 2548

เรื่องการสร้างคุณค่า (Value Creation) มีที่มาจากนโยบายของของรัฐบาล ที่กล่าวถึงเรื่อง การสร้างอนาคตของประเทศหรือการสร้างประเทศเพื่ออนาคต ซึ่งเรื่องดังกล่าวต้องพิจารณาว่า ประเทศไทยที่ผ่านมาทำอะไร สถานการณ์ในโลกเป็นอย่างไร และจะทำอะไร มีข้อจำกัด (Constraint) อย่างไร โดยในการสร้างการเจริญเติบโตให้ประเทศ นั้น มีทางเลือกอยู่ 2 ทาง ทางแรกคือการพัฒนาทางการเกษตรที่ทำให้มีสินค้าทางการเกษตรที่หลากหลาย คือนอกจากข้าว ยางพารา และมันสำปะหลังแล้ว ก็จะมีผลไม้ตามมาด้วย ทางที่ 2 คือการพัฒนาทางอุตสาหกรรม การเปิดให้ต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ ทำให้ได้รับการเรียนรู้วิธีการทำงานอุตสาหกรรม ที่ถูกสร้างมาจากต่างประเทศ แล้วนำมาสอนคนไทยทำ ทางทฤษฎีถือเป็นการเรียนรู้ที่ดี และการเจริญเติบโตของเอเชียใช้ความคิดนี้เรื่อยมา ตั้งแต่ค.ศ. 1950 โดยญี่ปุ่นเป็นหัวหลักใหญ่ในการย้าย อุตสาหกรรมเข้ามายังเอเชียอาคเนย์ โดยเฉพาะประเทศไทย แต่ไม่ได้ให้ความรู้ทางเทคโนโลยีที่ สามารถทำให้คนไทยสามารถทำได้ด้วยตนเอง สิ่งที่ญี่ปุ่นย้ายมาเป็นเพียง Assembly Industry ซึ่งเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนที่ถูกผลิตออกมาแล้วให้เป็นสินค้า การเพิ่มคุณค่า (Value Added) จึง เป็นเพียงการเพิ่มราคาของสินค้า ซึ่งเป็นส่วนแรงงานของฝ่ายไทยซึ่งมีทั้งระดับต่ำ กลางและสูง

หลังจากที่ญี่ปุ่นเข้ามาก็เริ่มมีประเทศอื่นตามมา เช่น อังกฤษ ซึ่งมีการค้าขายกับไทยมาก่อน ญี่ปุ่น แต่มาสร้างโรงงานในไทยหลังญี่ปุ่น การกระทำเช่นนี้ไม่ยากไม่ง่ายจนเกินไป เพราะไม่ต้องมีความคิดเป็นของตนเอง ไม่ต้องลงทุนอย่างจริงจังในระบบการศึกษา เพื่อให้คนมีประสิทธิภาพของ ปัญหาที่จะสร้างอะไรขึ้นมา แต่มีปัญหาปานกลางก็สามารถลงทุนทำอุตสาหกรรมได้ ปัญหาก็คือ ประเทศในเอเชียที่ค่อนข้างเจริญได้พอประมาณนั้นก็มีการพัฒนาในเชิงนี้เหมือนกันหมด เพราะฉะนั้น สินค้าที่ผลิตก็จะเหมือนกันหมด เช่น ดูเรียน พัดลม สินค้าประเภทอุปโภค-บริโภค สินค้าไฟฟ้า สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มีหลายประเทศแข่งขายสิ่งเดียวกันแต่คนละยี่ห้อ เมื่อประเทศอื่นมี แรงงานพอใช้ได้ ในราคาถูกกว่าก็จะมีการปิดโรงงาน ย้ายโรงงานไปตั้งที่ประเทศนั้นแทน เช่น โรงงานในประเทศญี่ปุ่นไม่สามารถประกอบกิจการอยู่ได้ ต้องย้ายโรงงานไปที่ประเทศไทยหรือจีนแผ่นดินใหญ่ เพราะแรงงานจีนถูกกว่าไทยและญี่ปุ่น ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้กำลังก่อปัญหาให้กับ ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต ฉะนั้นทางออกคือต้องมองตนเองและสร้างสิ่งที่เป็นของตนเอง ที่จะทำให้มีรายได้ ที่สามารถจ่ายสินค้าและบริการ ชื้อเชื่อเพลิงเข้ามาใช้ในประเทศ และสามารถ จ่ายค่าน้ำมันได้





ในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่าตัวเลขทางเศรษฐกิจของไทยหลายตัวนั้นดีขึ้น ทั้งๆที่สถานการณ์ในโลกไม่แน่นอน เช่นการส่งออกที่เพิ่มขึ้น 11-12% อัตราการว่างงานในประเทศลดลง การมีเงินเหลือในระบบธนาคารห้าแสนกว่าล้าน และมีทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศมากที่สุดถึง 48 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ แต่ยังคงขาดดุลการค้าเพราะมีการนำเข้าสินค้า 33% การนำเข้าเชื้อเพลิงซึ่งราคาสูงขึ้นกว่า 50% ต้องส่งออกโดยมีส่วนต่างกำไร (Profit margin) ซึ่งสามารถพอที่จะครอบคลุมค่าใช้จ่ายของการนำเข้าเชื้อเพลิงให้ได้ ถ้าดูตัวเลขของการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เรียกว่า value added โดยส่วนต่างกำไร (margin) ของสินค้าที่เป็นของไทยจริง ๆ นั้นมาจากแรงงานเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นสินค้าทางการเกษตรซึ่งส่วนประกอบของสินค้าทางการเกษตรมีอยู่ในไทย หรือเป็นสินค้า SME ที่มีส่วนกำไรเฉลี่ยประมาณ 30% ซึ่งพอจะอยู่ได้

การพัฒนาประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่สอง กรณีของประเทศจีนซึ่งผ่านกระบวนการการทดลองทางสังคมโดยใช้ระบบคอมมิวนิสต์ ที่เชื่อในระบบการควบคุมจากส่วนกลาง (Central control) แต่มาบัดนี้จีนเปลี่ยนเป็นระบบการควบคุมจากส่วนกลางที่ปล่อยให้กลไกของตลาดทำงาน จีนจึงสามารถพัฒนาอย่างรวดเร็วในการทำอุตสาหกรรมประเภทเพิ่มมูลค่า (value added) ได้อย่างมหาดศาล เมื่อเป็นเช่นนี้ถ้าไทยยังอยู่ในอุตสาหกรรมประเภทนี้ อยู่ จะอยู่ไม่ได้ เพราะจีนมีแรงงานที่ราคาเหมาะสมและมีคุณภาพกว่าไทยเป็นร้อย ๆ เท่า ฉะนั้นประเทศไทยจะต้องสร้างวิธีคิดใหม่ ทำใหม่ ลงทุนและหาที่ทำมาหากินใหม่ให้กับประเทศ โดยมองดูตนเองว่าสิ่งที่สามารถขายและทำได้ต้องมีสัดส่วนในการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่แตกต่าง หรือเป็นสินค้าและบริการซึ่งใช้กระบวนการเพิ่มมูลค่าเท่านั้น

คำตอบคือถ้าเข้าใจถึงคุณค่าและมูลค่าที่แตกต่างของสินค้าที่มาจากกระบวนการที่นำส่วนประกอบจากที่ต่าง ๆ มารวมกันแล้วผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) เช่นในการผลิตเครื่องถ่ายวิดีโอโซนี่ (Sony) ที่ส่วนประกอบต่าง ๆ ถูกส่งมาประกอบที่โรงงานในประเทศไทย ทั้งๆที่ชิ้นส่วนเหล่านั้นไม่ได้ถูกผลิตในไทยเลย ซึ่งหากเราต้องประดิษฐ์ (invent) เลนส์และหน้าจอ LCD ขึ้นมาเองนั้นต้องลงทุนเท่าไร ใช้เวลาเท่าไร ก่อนที่จะได้ LCD แบบใหม่ที่จะมาแข่งขันกับ LCD ของโซนี่ซึ่งจดลิขสิทธิ์ไว้แล้ว ประเทศไทยจะลงทุนกี่พันล้านเหรียญก่อนที่จะไปสู้ลิขสิทธิ์ลำดับที่ 2 ของโซนี่ และมีคลัสเตอร์ (Cluster) ของอุตสาหกรรมที่จะรองรับการผลิตนี้ได้หรือไม่ คำตอบคือ “ไม่” ดังนั้นจึงต้องกลับไปยังสิ่งที่เราทำได้คือการสร้างคุณค่าและมูลค่าขึ้น

การพัฒนาในปัจจุบันนี้คืออะไร เช่น มีคนมาจ้างทำงาน 3 ล้านบาทต่อเดือน นั่นคือ มูลค่า แสดงว่าเรามีคุณค่า เพราะจะมีคนมองว่า มีสักกี่คนที่ถูกจ้างในราคา 3 ล้านบาทต่อเดือน เพราะฉะนั้นคุณค่าอยู่ที่การมอง มองคนหรือสิ่งของสิ่งหนึ่ง ที่มีผลกระทบต่อการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของสิ่งนั้น ต้องกลับมามองดูว่าสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าที่สำคัญของไทยคืออะไร ซึ่งสิ่งที่ทำรายได้สูงสุดของประเทศไทยคืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism industry)

คุณค่าของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย มีอะไรที่แตกต่างกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแถบเอเชียและยุโรป โรงแรมยี่ห้อเดียวกันหมด ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์ยี่ห้อ





เดียวกัน เดียงนอนเหมือนกัน อาหารเข้าที่โรงแรมเหมือนกัน ในเมื่อเหมือนกันแล้วคุณค่าอยู่ตรงไหน คุณค่า การท่องเที่ยว (Tourism) ของไทยอยู่ที่**การบริการ** เพราะการบริการสร้างรายได้ให้ประเทศไทยมีมูลค่าเป็น 3.5 เท่าของการส่งออกอิเล็กทรอนิกส์จากประเทศไทย นี่คือ **value creation** คือ value ของ Tourism industry ไทย ซึ่งคุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมาจากวัฒนธรรม ความเชื่อ คนส่วนมากไม่เข้าใจว่า วัฒนธรรม ความเชื่อ สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าได้ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วเราจะขายอะไรที่เป็น value โดยที่ value ต้องสร้างด้วยส่วนประกอบอื่น ๆ อีก คือคุณภาพ **สิ่งที่เป็น value added จะเป็นพื้นฐาน (platform) ที่ทำให้ value creation เกิดขึ้นได้** เช่น ถ้าโรงแรมสกปรก ห้องน้ำสกปรก ห้องน้ำสาธารณะในจังหวัดก็ไม่มี ต่อให้มีบริการที่ดี นักท่องเที่ยวก็ไม่ไป กลัวติดโรค กลัวอาหารสกปรก อาหารสะอาด ทำกันได้ทั่วโลก สิงคโปร์ ส่องกงมีมาตรฐาน (standard) อาหารสะอาด ในไม่ช้าจีนอาจมีมาตรฐานอาหารสะอาดกว่าไทยได้ เพราะถูกกำหนดโดยพรรคคอมมิวนิสต์ แต่สิ่งนี้ 3 ประเทศนี้ไม่มี คือ การบริการ (Service) แบบไทย ๆ ซึ่งเป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวมองว่ามีคุณค่าและมูลค่ามากกว่าการบริการของประเทศนั้น ๆ เพราะฉะนั้น **value creation จะเป็นกระบวนการที่สร้างบนพื้นฐานของ value added**

ปัจจุบันนี้ สิ่งที่กำลังทำเงินให้กับประเทศมาก ก็คือ การดูแลคนไข้หลังการผ่าตัด (Post-operation care) การดูแลคือคุณค่าและมูลค่าที่สำคัญหลังการผ่าตัด ที่สิงคโปร์ มาเลเซีย หรืออินเดียก็ผ่าตัดได้ แต่การดูแลคนไข้เพื่อพักฟื้นในโรงพยาบาลหลังการผ่าตัดของประเทศไทยมาอันดับหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้ส่วนที่เป็นคุณค่าและมูลค่า (value creation) ที่สำคัญอยู่ที่การดูแล ไม่ได้อยู่ที่การผ่าตัด แต่ถ้าไม่มีการผ่าตัดก็จะดูแลไม่ได้ นอกจากในอนาคตจะมีการวางแผน ที่จะนำคนไข้ที่ทำการผ่าตัดแล้วเข้ามาดูแลและพักฟื้นในประเทศไทย ประเด็นนี้อาจไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งเป็น value creation ของสังคมไทย

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นอนาคตของประเทศไทย โดยเฉพาะเรื่องนาโนเทคโนโลยี (Nano technology) คือเทคโนโลยีของส่วนที่เล็กมากๆในระดับที่ผ่านรูขุมขนเข้าไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างการนำนาโนเทคโนโลยีไปใช้กับสิ่งของปกติที่มนุษย์ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ครีมหน้าเต่ง ซึ่งผลิตจากสมุนไพรไทย เมื่อใช้นาโนเทคโนโลยีครีมจะซึมเข้าไปในรูขุมขนอย่างรวดเร็ว ทำให้เซลล์ตื่นตัว ประเทศไทยมีสมุนไพร (Herb) ถ้านำมาผ่านกระบวนการนาโนเทคโนโลยี ผ่านการผสมผสานในสัดส่วน (ratio) ที่ถูกต้อง มีการเน้นในเรื่องของคุณภาพ ในกระบวนการผลิตแป้ง ผลิตสบู่หรือผลิตยาสีฟัน จะเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) ของทรัพยากร (Resource) ของเราเอง หมายความว่าของที่มีอยู่ถูกสร้าง value ผ่านกระบวนการ (Process) ของเทคโนโลยี ซึ่งไปผสมผสานกับความรู้อีกอย่างหนึ่ง ว่าด้วยนาโนเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม (Industry) ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ (Product) ใหม่ที่ดีและจดทะเบียนได้ ทำให้มีราคาเพิ่มขึ้นได้ สิ่งนี้กำลังเกิดขึ้นในประเทศไทย แม้จะยังไม่ชัดเจนนัก





บริษัทจีอี (General Electric) ที่ผลิตเครื่องยนต์เจ็ทสำหรับเครื่องบินให้บริษัทสายการบินทั่วโลก โดยบริษัทจะมีการกำหนดแรงดันของเครื่องยนต์เจ็ทแต่ละเครื่องแตกต่างกันตามลักษณะของโครงสร้างซึ่งการที่เครื่องแต่ละเครื่องมีแรงดันไม่เท่ากัน ทำให้การซ่อมบำรุงในแต่ละเครื่องต้องทำโดยเฉพาะ ต้องใช้อะไหล่ (Spare part) ที่แตกต่างกันด้วย จึงต้องรู้ว่าจะใช้อะไหล่อะไรเพื่อมาซ่อมเครื่องนี้ เป็นเหตุให้รองประธานอาวุโส (Senior Vice-President) ของจีอีบอกว่าการซ่อมบำรุงเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ เพราะวิศวกรที่อเมริกาจะอ้างเรื่องนี้เพื่อขอเงินเดือนขึ้น แต่ถ้าเป็นศูนย์ซ่อมที่ประเทศไทย ต่อให้เครื่องที่ไม่เหมือนกันเข้ามาก็ซ่อมได้ เนื่องจากลักษณะวัฒนธรรมอารมณ์ของคนไทย บวกกับเทคโนโลยี สามารถทำให้เกิด value creation ใหม่ได้ จนทางจีอีจะมีการขยายศูนย์ซ่อมบำรุงเครื่องยนต์เจ็ทของเครื่องบินต่าง ๆ ขึ้นในประเทศไทย

เรื่อง value creation เป็นสิ่งที่ควรจะทำและต้องทำให้ได้ เหตุผลที่คนไทยต้องทำเนื่องจากทุกประเทศมีศักยภาพในการผลิตได้เหมือนกัน โดยถ้ามีพิมพ์เขียว (Blueprint) ทุกคนก็สามารถทำได้เหมือนกันหมด Value creation เกิดได้ทั่วโลก ทางยุโรปขายวัฒนธรรมของตนผ่านการทำกาแฟ การทำเส้นก๋วยเตี๋ยว (พาสต้า) ซึ่งมี 100 กว่าชนิด วิธีเย็บเสื้อผ้า วิธีเย็บเครื่องหนัง วิธีซ่อม ซึ่งทำให้ผู้ซื้อมองเห็นคุณค่าและมูลค่า และยอมที่จะจ่ายมากกว่า 50-100 เท่า เพื่อซื้อของที่ดูประหนึ่งว่าเหมือนกัน แต่ไม่เหมือน นี่คือนสิ่งที่เรียกว่า value creation สร้างคุณค่าและมูลค่าจากส่วนประกอบของสังคมตนเองและเทคโนโลยี

ท่านอยู่จังหวัดไหนก็ตาม หากท่านอยากสนุก เมื่อท่านกลับไปจังหวัดของท่าน ให้ท่านไปในฐานะลูกบ้าน ไปมองหมู่บ้านว่าเค้าทำอะไรในชีวิตเขา สิ่งที่เขาทำนั้นเป็น value added หรือ value creation ยกตัวอย่างเช่น หมู่บ้านในบางจังหวัดทำเหล้าหมักหรือกลั่นเหล้าขาย ตามนโยบายของรัฐบาลที่ให้อนุญาต โดยหมู่บ้านนี้อาจรับแอลกอฮอล์เถื่อนมาจากโรงงานเถื่อน นำมาใส่ขวดขายเป็นเหล้า ซึ่งถ้าเขามีความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านบวกกับการเสริมสอนโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้เขาสามารถทำเหล้าหมักอย่างมีคุณค่าและรสชาติพิเศษซึ่งบอกไม่ได้ เพราะปู่-ย่าสอนกันมา และขายได้ดีด้วย ท่านต้องถามตนเอง ว่าหมู่บ้านนี้ทำ value creation หรือ value added ตัวอย่างง่ายๆที่ยกมานี้จะทำให้เข้าใจว่าสังคมไทยจะอยู่ในอนาคตได้อย่างไร โดยไม่ต้องกลัวจีนและอินเดียที่กำลังมาแรง และไม่ต้องส่งลูกหลานไปทำงานในโรงงานประกอบชิ้นส่วนเครื่องพัดลม

.....

