

ถอดรหัส SMEs Model อิตาลีสู่ไทย

ประเทศอิตาลีได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีชื่อเสียงและแข็งแกร่งมากที่สุดในด้านของ SMEs โดยมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 99.9 ของบริษัททั้งหมดในประเทศ ในบรรดาประเทศกลุ่มสหภาพยุโรป SMEs ของอิตาลียังมีการผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่มและมีการส่งออกมากที่สุด และมีจำนวนผลิตภัณฑ์หลากหลาย ตั้งแต่อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เฟอร์นิเจอร์ หรือแม้แต่เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต โดยเหตุผลสำคัญที่ทำให้อิตาลีก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้าน SMEs ได้นั้น มีอยู่หลายประการด้วยกัน

สาเหตุสำคัญประการแรกคือ การรวมตัวกันของ SMEs ซึ่งแบ่งออกเป็นสองแบบ แบบแรกคือการสร้างเขตอุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์ เกิดจากการรวมตัวกันเองตามธรรมชาติของผู้ประกอบการ SMEs โดยมีลักษณะเป็นเขตพื้นที่โดยเกิดการรวมตัวที่มีการผลิตสินค้าประเภทใกล้เคียงและสนับสนุนกัน **สิ่งสำคัญคือการร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งพากันของบริษัทเหล่านี้** โดยแต่ละบริษัทจะมีหน้าที่รับผิดชอบในสิ่งที่ตนเองถนัด (Firm's Specialization) แตกต่างกันไป ซึ่งจะช่วยในเรื่องของการควบคุมคุณภาพการผลิต การสร้างความยืดหยุ่น การปรับเปลี่ยนการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และการลดอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือผู้ผลิตในกระบวนการผลิตอื่นๆ เนื่องจากการรวมตัวกันย่อมทำให้กลุ่มธุรกิจมีอำนาจต่อรองมากขึ้น ถือเป็นการทำงานแบบ “พึ่งพากันอย่างอิสระ” แตกต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ที่มีระบบการผลิตที่ค่อนข้างตายตัว เปลี่ยนแปลงได้ยาก ส่วนแบบที่สองคือ การรวมตัวในรูปแบบสมาคม เช่น CONFINDUSTRIA หรือ CONFAPI โดยสมาคมเหล่านี้จะให้บริการและความช่วยเหลือแก่สมาชิกในเรื่องต่างๆ อย่างทั่วถึง ทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้แก่สมาชิกตั้งแต่ด้านการผลิตไปจนถึงระบบการตลาด การดูแลปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิก การให้ความรู้ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยในอุตสาหกรรม และการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทอย่างแนบแน่น

สาเหตุที่สองคือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า ในประเทศอิตาลี SMEs จะมีประสิทธิภาพในการผลิตสูง มีเทคโนโลยีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง (Local Know-how) และผู้ประกอบการเองจะมีความเชี่ยวชาญและชำนาญสูงในการผลิตที่พัฒนาและถ่ายทอดกันมาเป็นเวลานาน ประกอบกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่มีความก้าวหน้า ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพ เป็นสินค้าที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี แสดงถึงจุดขายทางวัฒนธรรมและศิลปะที่โดดเด่นของประเทศ และอุดมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ ซึ่งต่างจากสินค้า SMEs ของไทย ที่ยังขาดความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีใหม่ๆ จนในที่สุดเกิดเป็นความสำเร็จในการสร้างยี่ห้อ จนเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกในฐานะแบรนด์ที่ “Made in Italy” เช่น แบรนด์แฟชั่นอย่าง Ferragamo, Prada, Gucci, Versace, และ Diesel หรือแบรนด์ยานยนต์อย่าง Ferrari, Maserati, และ Ducati เป็นต้น

อีกหนึ่งสาเหตุคือ การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ เช่น การออกกฎหมาย New Sabatini ที่ช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายและการลงทุนของ SMEs ผ่านการให้เงินกิจการกู้ยืมผ่านธนาคารเพื่อนำไปลงทุนสร้างโรงงาน ซื้อเครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ และเทคโนโลยีใหม่ หรือโครงการ Central Guarantee Fund for SMEs ที่อำนวยความสะดวก

ความสะดวกธุรกิจที่มีขนาดเล็กมากหรือมีเครดิตต่ำ ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนกู้ยืม หรือมาตรการส่งเสริมการส่งออกเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับต่างประเทศ ซึ่งสิ่งสำคัญในการช่วยเหลือจากภาครัฐคือ ความจริงจังในการช่วยเหลือ ทั้งเรื่องจำนวนงบประมาณสนับสนุนและมีการติดตามผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างเป็นระบบ ที่ทำให้โครงการและมาตรการสนับสนุนต่างๆ ของรัฐบาลประสบความสำเร็จ ในขณะที่นโยบายการช่วยเหลือของประเทศไทยยังไม่พร้อมในการสนับสนุนด้านการเงินได้อย่างเพียงพอและยังยากต่อการเข้าถึงของเช่นกัน

ดังนั้น อิตาลีจึงถือเป็นประเทศต้นแบบในการพัฒนา SMEs ที่ไทยควรให้ความสนใจ โดยอาจดูจากการรวมตัวของคลัสเตอร์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและบุคลากร การผสมผสานจุดขายทางวัฒนธรรมและศิลปะของประเทศเพื่อให้เกิดสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และความจริงจังในการออกกฎหมายและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อให้การพัฒนา SMEs เป็นโอกาสในการเติบโตของเศรษฐกิจไทยในอนาคตต่อไป

*บทความนี้ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME Thailand เรียบเรียงโดยนายธัช พรหมชัยวัฒนา และคณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานโครงการการจัดทำยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งทางการค้า แผนงานจัดทำยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ร่วมด้วยศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตฯ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือ Sasin Management Consulting (SMC)