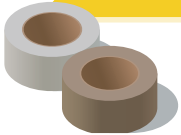


โมเดลจีน : เศรษฐกิจ หมาน้อยมุ่งสู่

MADE IN CHINA 2025



อักษรศรี พานิชสาส์น
อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



ความสำเร็จของโมเดลจีนในการปฏิรูปเศรษฐกิจในแบบของตัวเอง (ไม่ได้ลอกตำราฝรั่ง) ได้อย่างก้าวกระโดดภายใน 4 ทศวรรษ จาก “เศรษฐกิจหมาน้อย” มุ่งสู่แผนการใหญ่ Made in China 2025 การยกระดับอุตสาหกรรมทั้งระบบและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 หรือ Industry 4.0 นั้น ทำได้อย่างไร

เรามาดูเริ่มจากการทำความเข้าใจกับ “เศรษฐกิจหมาน้อย” ของจีน ทำไม่ต้องเรียกว่าเศรษฐกิจหมาน้อย? สำหรับนักเศรษฐศาสตร์จีนที่เริ่มบัญญัติคำว่า “เศรษฐกิจหมาน้อย” (Xiao Gou Jingji) คือ ศาสตราจารย์จง เฝิงหรง (Zhong Pengrong) โดยได้อธิบายพัฒนาการของอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าจีนในยุคแรกของการปฏิรูปที่เน้นผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นและผลิตในปริมาณมาก จนเกิดความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเฉพาะด้านในแต่ละท้องถิ่น/แต่ละเมือง เช่น บางหมู่บ้านผลิตถุงเท้าเพียงอย่างเดียวจนเกิดความเชี่ยวชาญกลายเป็นหมู่บ้านที่ผลิตถุงเท้ามากที่สุดในจีน เป็นต้น ศาสตราจารย์จง เฝิงหรง ได้เลือกศึกษาโมเดลการผลิตของมณฑลเจ้อเจียงเป็นต้นแบบเนื่องจากมณฑลนี้ถือเป็นมณฑลต้นกำเนิดธุรกิจเอกชนของจีนด้วย จนทำให้แต่ละเมือง/ตำบลในเจ้อเจียงได้กลายเป็นแหล่งผลิตสินค้าเฉพาะด้านในระดับประเทศของจีนได้อย่างน่าทึ่ง และผลิตในปริมาณมากจนเกิดการประหยัดต่อขนาดและส่งออกไปป้อนตลาดทั่วโลกได้ในราคาถูก

ตัวอย่างเช่น ตำบลต้าถังในมณฑลเจ้อเจียง ซึ่งเป็นตำบลเล็ก ๆ แต่มีการผลิตถุงเท้าเป็นล้าน ๆ คู่ต่อวันและมีหลากหลายรูปแบบจนกลายเป็นแหล่งผลิตถุงเท้ามากที่สุดที่จีน มีพ่อค้าจากทั่วโลกมา sourcing จัดซื้อจัดหาถุงเท้าจากตำบลนี้ จนทำให้ทั้งตำบลมีการผลิตในอุตสาหกรรมถุงเท้าเพียงอย่างเดียวในลักษณะเป็นคลัสเตอร์ พร้อมกับการ outsourcing งานที่ตนไม่ถนัดออกไปให้รายอื่นทำแทน มีกระบวนการผลิตถุงเท้าที่ครบวงจรห่วงโซ่อุปทาน และมีการส่งต่อเชื่อมโยงผลผลิตระหว่างกัน ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ มีทั้งโรงงานวัตถุดิบ โรงงานหัวเข็ม โรงงานออกแบบ โรงงานพิมพ์ย้อม โรงงานบรรจุภัณฑ์ โรงงานอะไหล่เครื่องจักร และมีทั้งพ่อค้าขายวัตถุดิบ พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าขนส่ง เป็นต้น วิสาหกิจหรือธุรกิจแต่ละรายในตำบลต้าถังแห่งนี้ จะมีการแบ่งงานกันทำ (division of labor) จนเกิดความชำนาญ (specialization) และสามารถผลิตถุงเท้าในปริมาณมาก (mass production) จนต้นทุนต่อหน่วยลดลง และเกิดการประหยัดต่อขนาด (economies of scale) เรียกได้ว่า เป็นไปตามตำราเศรษฐศาสตร์ ที่นิยมสอนกันอยู่ในขณะนี้ หากแต่สิ่งที่เกิดขึ้นจริงในเจ้อเจียง เขาไม่ได้เปิดอ่านจากตำรา แต่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์อย่างแท้จริง

ที่สำคัญ รัฐบาลจีนมิได้ขึ้นนำหรือสั่งการลงมาว่าจะต้องผลิตสินค้าใด หากแต่ผู้ประกอบการในแต่ละเมืองของมณฑลเจ้อเจียง ซึ่งเป็นชาวจีนที่มีความเป็นนักการค้า อยู่ในสายเลือด จะเป็นฝ่ายคิดเองและเลือกเองว่า จะผลิตสินค้าใดออกมาขาย เพื่อให้เกิดความชำนาญ และมีปริมาณมาก จนต้นทุนต่อหน่วยลดลง

การผลิตของ “เศรษฐกิจหมาน้อย” ในเจ้อเจียงจึงมีความพิเศษตรงที่ว่า วิสาหกิจรายย่อยหรือ SMEs แต่ละรายมีการรวมศูนย์การผลิตอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำการผลิตสินค้าในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือเกี่ยวเนื่อง/เกี่ยวโยงกัน ในขณะที่เดียวกัน ก็มีการแข่งขันและมีแรงกดดันระหว่างกัน รายใดที่แข่งไม่ได้ก็ต้องปิดกิจการไป ซึ่งแตกต่างกับ “รัฐวิสาหกิจของจีน” ที่ส่วนใหญ่จะมีรัฐบาลคอยหนุนหลัง โอบอุ้มและขึ้นนำ ศาสตราจารย์จง เฝิงหรง จึงได้ขนานนามการผลิตของรัฐวิสาหกิจจีนว่าเป็น “เศรษฐกิจม้าลาย” และใช้คำเรียกวิสาหกิจเอกชนรายย่อยของจีน หรือ SMEs จีนว่าเปรียบเสมือน “หมาน้อย”

นอกจากนี้ หมาน้อยของจีนในเจ้อเจียงก็ได้เป็นเสมือน “น้องหมา” ทั่วไปแต่แท้จริงแล้ว เป็นสายพันธุ์ “ไฮยีนา” (Hyena) ซึ่งเป็นสัตว์กินเนื้อและอาหารโปรด คือ ซากสัตว์ มีพฤติกรรมอาศัยอยู่กันเป็นฝูง และชอบเข้าจู่โจมศัตรูพร้อมกันอย่างทรหด และที่สำคัญ คือ “ไฮยีนา” ในเจ้อเจียงสามารถเอาชนะ “ม้าลาย” หรือรัฐวิสาหกิจของจีน โดยที่ไฮยีนาแต่ละตัว จะใช้ความสามารถเฉพาะตัวของมัน แล้วแบ่งงานกันทำ แบ่งหน้าที่กัน พร้อม ๆ ไปกับการร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่น เช่น ไฮยีนาตัวที่หนึ่งกัดที่จมูกม้าลาย อีกตัวกัดที่ขาของม้าลาย ส่วนอีกตัวกัดที่หางม้าลาย เป็นต้น ทั้งสามตัวจะกัดในแต่ละจุดและกัดไม่ปล่อย ไม่ว่าม้าลายจะดิ้นรนต่อสู้อย่างไร จนในที่สุด ม้าลายก็จะอ่อนแรงและทรุดลง หลังจากนั้น ไฮยีนาทั้งฝูงก็เข้าจู่โจมอย่างพร้อมเพรียงกันเพื่อล้มม้าลาย และกินซากศพม้าลายเป็นอาหาร ดังนั้น เคล็ดลับที่ไฮยีนาในเจ้อเจียง สามารถล้มม้าลายได้ ก็เป็นเพราะมี “การแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน พร้อมๆ กับการร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่น” นั่นเอง

จึงพอจะสรุปลักษณะเด่นของเศรษฐกิจหมาน้อยในช่วงแรกของการปฏิรูปเศรษฐกิจจีน ได้ดังนี้ 1. สามารถแยกงานผลิตชิ้นส่วนในแต่ละขั้นตอนการผลิต 2. ผู้ผลิตรายย่อยมีความชำนาญเฉพาะด้านในการผลิตชิ้นส่วนนั้น ๆ 3. เป็นแหล่งรวมศูนย์ธุรกิจการผลิตรายย่อยจำนวนมาก ทำให้สามารถเลือกซื้อ หรือ outsourcing งานที่ไม่ถนัดออกไปได้ 4. เป็นแหล่งรวมศูนย์แรงงานที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน 5. เป็นแหล่งรวมของสินค้าต้นทุนต่ำ จึงสามารถดึงดูดผู้ซื้อได้จากทั่วสารทิศได้

ที่สำคัญ เศรษฐกิจที่อ่อนแอในเอเชียมีได้เกิดจากการจัดตั้งโดยหน่วยงานของรัฐ หากแต่เป็นธุรกิจเอกชนรายย่อยที่สามารถเติบโตและอยู่รอดมาจากการแข่งขันโดยมีรัฐบาลคอยกำกับ สนับสนุน ส่งเสริม ในบางด้านเพื่อให้ SMEs เหล่านี้เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ การเกิดของเศรษฐกิจที่อ่อนแอ ยังสะท้อนถึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมการทำธุรกิจของคนจีน คือ ความขยัน บากบั่น มัธยัสถ์ ประหยัด จิตใจแน่วแน่ ทรหดอดทน



ที่มา : <https://www.theguardian.com>

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามี เศรษฐกิจที่อ่อนแอของจีนมีจุดอ่อนที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะการมุ่งแข่งขันเพื่อความอยู่รอดทำให้ผู้ผลิตจีนแต่ละรายย่อยยากที่จะสร้างสรรคตราสินค้าหรือพัฒนาแบรนด์ของตนเอง มีการแข่งขันกันตัดราคา ลดต้นทุนการผลิต และเน้นผลิตแบบเอาปริมาณมากเข้าไว้ จนในที่สุด กลายเป็นการผลิตสินค้าที่ด้อยคุณภาพ อย่างที่พบเห็นกันทั่วไป จนเกิดภาพลักษณ์ด้านลบของสินค้าจีนไปทั่วโลกกว่า เป็นสินค้าราคาถูก คุณภาพต่ำ

ในยุคของประธานาธิบดี สีจิ้นผิง และนายกรัฐมนตรี หลี่เค่อเฉียง ของจีน จึงต้องการก้าวข้ามภาพลักษณ์ด้านลบของสินค้า Made in China ในยุคเศรษฐกิจที่อ่อนแอที่มีการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีต้นทุนต่ำไร้คุณภาพ ประกอบกับทิศทางในอนาคตของจีนที่จะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ มีอัตราการเกิดลดลง แรงงานจะลดลง และอัตราค่าแรงสูงขึ้น รวมทั้งปัญหาภาวะเป็นพิษจากการผลิตในรูปแบบเดิม ๆ ที่ใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ผลิตไปทำลายไป ดังนั้น ในปี 2015 รัฐบาลจีนจึงได้ประกาศยุทธศาสตร์ Made in China 2025 โดยตั้งเป้าหมายว่า ภายใน 10 ปี (2015-2025) จีนจะต้องก้าวพ้นจากการเป็นโรงงานโลกที่ผลิตสินค้าราคาถูกใช้แรงงานเข้มข้น เพื่อมุ่งไปเป็นผู้นำอุตสาหกรรมของโลกด้วยนวัตกรรมการผลิตที่ก้าวหน้า และไม่ได้เป็นเพียงการผลิตบนสายพานในโรงงานแบบเดิม ๆ แต่จะมุ่งให้มีการผลิตในโรงงานอัจฉริยะ หรือ สมารท์ แฟคทอรี (Smart Factory) ที่เชื่อมโยงสายการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย

ในการมุ่งสู่แผนการใหญ่ Made in China 2025 ที่จะยกระดับอุตสาหกรรมจีนด้วยการขับเคลื่อนนวัตกรรมและเน้นเทคโนโลยีดิจิทัล ทางจีนจึงได้ร่วมมือกับต่างประเทศ โดยเฉพาะการร่วมมือกับเยอรมัน ซึ่งเป็นผู้นำในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 หรือ “Industry 4.0” โดยการเรียนรู้การผลิตภายใต้นโยบายอุตสาหกรรมแห่งชาติของเยอรมัน (The New High Tech Strategy 2020)

ดังนั้น คำว่า Made in China 2025 จึงมุ่งเพื่อให้จีนกลายเป็นประเทศที่มีการผลิตอย่างแข็งแกร่งด้วยนวัตกรรมล้ำหน้า ไม่ใช่เป็นเพียงโรงงานโลกที่เน้นการผลิตเชิงปริมาณ และภายใต้แผนการใหญ่ Made in China 2025 รัฐบาลจีนได้เลือก 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ 1. อุตสาหกรรมสารสนเทศ (technology/information network) 2. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ควบคุมด้วยตัวเลข (numerical control robot) 3. อุตสาหกรรมการบินและการผลิตอุปกรณ์อากาศยาน (aerospace and aviation equipment) 4. อุตสาหกรรมการต่อเรือไฮเทค (high-end vessels and ocean engineering equipment) เรือที่ออกแบบและผลิตโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจากจีน 5. อุตสาหกรรมรถไฟและอุปกรณ์ (rail transit equipment)

6. อุตสาหกรรมยานยนต์ใช้พลังงานใหม่ (new energy vehicles) 7. อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์พลังงาน (new energy) 8. อุตสาหกรรมผลิตวัสดุขั้นสูง (new materials) 9. อุตสาหกรรมยาและอุปกรณ์การแพทย์ (bio medicine, high-end medical appliances and medicines) 10. อุตสาหกรรมเครื่องมือทางการเกษตรสมัยใหม่ (modern agricultural machinery)



ที่มา : <http://vestnikkavkaza.net>

โดยทางจีนให้ความสำคัญกับการสร้างศูนย์สร้างสรรคอุตสาหกรรมใหม่เพื่อผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะ และจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอัจฉริยะขึ้นมา 30 แห่ง เพื่อสร้างเป็นคลัสเตอร์ของโรงงานผลิตแบบอัจฉริยะที่มาสนับสนุนและเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตระหว่างกัน เป็นต้น

โมเดลจีนที่ต้องการปรับเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่อ่อนแอไปสู่ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 นี้ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต และการเปิดโอกาสให้เอกชนจีนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะบริษัทเทคโนโลยีของจีนได้ก้าวขึ้นเป็นบริษัทชั้นนำของโลก เช่น Tencent, Huawei, Alibaba และ Baidu เป็นต้น ตลอดจนกลุ่ม startup จีนที่มีकर्นำ AI เทคโนโลยีมาใช้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ นอกเหนือจากยุทธศาสตร์ Made in China 2025 แล้ว จีนยังมีเป้าหมายใหญ่ในการก้าวเป็นมหาอำนาจชั้นนำของโลก ตามเป้าหมายระยะยาวที่เป็นขั้นเป็นตอนอย่างชัดเจน ดังนี้

ขั้นแรก ภายในปี 2025 จีนจะเป็นชาติอุตสาหกรรมล้ำหน้า โดยการยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตทั้งระบบภายใต้แผนการใหญ่ Made in China 2025

ขั้นที่สอง ภายในปี 2030 จีนจะเป็นชาตินวัตกรรมด้วยยุทธศาสตร์ AI 2030 มุ่งงบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา R&D เพื่อต่อยอดและประยุกต์ใช้ AI เทคโนโลยีในการผลิตและตอบโจทก์วิถีชีวิตยุคดิจิทัลของคนจีนในทุกมิติ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคงและการเมือง

ขั้นที่สาม ภายในปี 2050 จีนจะผงาดเป็นมหาอำนาจที่แข็งแกร่งของโลก เพื่อให้บรรลุ “ความฝันของจีน” ในวาระครบรอบ 100 ปีแห่งการสถาปนาประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (People’s Republic of China : PRC) จีนจะต้องก้าวขึ้นเป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีมั่งคั่งและเป็นชาติทรงอิทธิพลที่สุดของโลก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและความมั่นคง

โดยสรุป ตลอดระยะเวลา 40 ปีของการปฏิรูปเศรษฐกิจจีนตั้งแต่ต้นปี 1978 มาจนถึงวันนี้ แม้ว่าจะมีปัญหาและอุปสรรคในเส้นทางพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอยู่บ้าง แต่ด้วยวิสัยทัศน์และความจริงใจของผู้นำที่รักชาติอย่างซื่อสัตย์ของจีนและความต่อเนื่องเชิงนโยบายโดยไม่หยุดที่จะพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตของจีนอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถก้าวข้ามจาก “เศรษฐกิจที่อ่อนแอ” ที่ผลิตสินค้าแรงงานเข้มข้นเน้นผลิตเชิงปริมาณจนมีสินค้าคุณภาพต่ำกลายเป็นภาพลักษณ์ด้านลบไปทั่วโลก หันมามุ่งสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำด้วยยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมจีนครั้งใหญ่และใช้แผนการเชิงรุกด้วยนวัตกรรมเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 คือ Industry 4.0 ให้สำเร็จต่อไป