

รายงานสถานการณ์/โอกาสในการส่งเสริมการค้าในธุรกิจต่างประเทศ -
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ประเทศเยอรมนี
(พลังอินทรีย์หลัก : Mittelstand ของเยอรมนี)
ณ กรุงเบอร์ลิน เยอรมนี มกราคม 2562

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ประเทศเยอรมนี
(พลังอินทรีย์หลัก : Mittelstand ของเยอรมนี)

หากจะเปรียบแต่ละธุรกิจเป็นสัตว์ชนิดต่างๆ บริษัทสัญชาติเยอรมันใหญ่ๆ ที่มีชื่อเสียงอย่าง Mercedes-Benz, BMW, Volkswagen, Bayer, Bosch, หรือ Siemens ก็คงเปรียบเสมือนช้างศึกที่ยิ่งใหญ่ มั่นคง และน่าเกรงขาม สร้างผลกำไรมหาศาล แต่อย่างไรก็ตาม กองทัพหลักทางเศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีนั้นหาใช้ช้างศึกเหล่านั้นไม่ หากแต่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME ที่เปรียบได้ตั้งบรรดาอินทรีย์หลักที่มีขนาดตัวเล็กกว่าช้างศึกหลายสิบเท่า แต่สามารถนำทัพฝ่ามรสุมหลายครั้งหลายคราอย่างเช่น สงครามโลกและวิกฤตเศรษฐกิจต่างๆ มาได้ จนทำให้เยอรมนีขึ้นเป็นผู้นำที่มีความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจมากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น และยังเป็นอันดับ 1 ในภาคพื้นทวีปยุโรป

Mittelstand คืออะไร

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่ในประเทศเยอรมนีเรียกกันว่า Mittelstand (มิทเทิลชตันท์) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99 ของบริษัททั้งหมดในประเทศกว่า 3.3 ล้านแห่ง ก่อให้เกิดร้อยละ 55 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) สร้างงานกว่า 1.57 ล้านตำแหน่ง หรือร้อยละ 60.8 ของอัตราการจ้างงานในประเทศเยอรมนี และยังเป็นสถานที่ที่ฝึกอาชีพให้กับร้อยละ 83 ของแรงงานในตลาดเยอรมนี



Mittelstand เป็นภาษาเยอรมัน มีความหมายว่า สถานประกอบการขนาดกลาง โดยคำว่า Mittel แปลว่า กลาง ส่วน Stand แปลว่า สถานะ หรือสิ่งที่ตั้งขึ้นอยู่ โดยกระทรวงเศรษฐกิจและพลังงาน ประเทศเยอรมนี ได้จำกัดความไว้ว่า Mittelstand จะต้องมียานพนักงานน้อยกว่า 500 คน และมีผลประกอบการไม่เกิน 50 ล้านยูโรต่อปี โดยอุตสาหกรรมหลักๆ ของ Mittelstand ในเยอรมนีคือ เครื่องจักรกล ชิ้นส่วนรถยนต์ เคมีภัณฑ์ และอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทว่านอกจากความหมายในเชิงขนาดขององค์กรแล้ว คำว่า Mittelstand ยังมีความหมายที่ลึกซึ้งกว่านั้นโดยหมายถึง ประชากรส่วนใหญ่ของเยอรมนีซึ่งเป็นครอบครัวชนชั้นกลางที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นเรี่ยวแรงสำคัญและรากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศมานับศตวรรษ โดยตามธรรมเนียมแล้วจะเป็นธุรกิจของครอบครัว มีการวางยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจแบบระยะยาว เหมือนดังการวางแผนครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่น และเนื่องจากแรงงานในบริษัทส่วนใหญ่ก็เป็นคนในครอบครัว หรือมาจากหมู่บ้านเดียวกันหรือใกล้เคียง บวกกับที่ตั้งของบริษัทที่มักอยู่บนพื้นที่บ้านของเจ้าของธุรกิจเอง Mittelstand จึงให้ความสำคัญกับการมีความรับผิดชอบต่อพนักงานและพื้นที่โดยรอบเป็นอย่างมาก ด้วยความหมายและลักษณะที่เฉพาะตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเยอรมัน ในบทความจึงขอเรียกวิสาหกิจเหล่านี้ต่อไปในบทความเป็นภาษาเยอรมันว่า Mittelstand จากที่ได้เปรียบเปรยธุรกิจกับสัตว์ไว้ในตอนต้น Mittelstand เหล่านี้อาจถูกเปรียบได้ดั่งนกอินทรีที่มีการเสริมความแข็งแกร่งด้วยเหล็กกล้า มีสายตาที่เฉียบคมและมุ่งมั่นบินอยู่ที่สูง จึงสามารถมองได้กว้างและไกลขึ้น และในบรรดานกอินทรีเหล็กนี้ จะมีเหล่าพญาอินทรีเหล็กที่มีความแข็งแกร่งมากกว่าอินทรีเหล็กตัวอื่นๆ อีกด้วย

กลไกในการส่งเสริม Mittelstand หรือธุรกิจ SMEs ของเยอรมนี

TOP 10 MITTELSTÄNDLER
Die besten Unternehmen nach Umsatzwachstum und Ertrag der vergangenen fünf Jahre

Rang	Unternehmen	Branche	Umsatz in Tsd. EUR 12/13	Δ-Umsatz-wachstum 08-12/13	Δ-Ertrags-quote 08-12/13
1	KTG Agrar	Agrar/ Tierkühlkost	164.883	50,9%	23,8%
2	Vectorinformatik	Software	174.860	33,8%	31,0%
3	LPKF Laser & Electronics	Lasermaschinen	129.663	27,8%	17,5%
4	ADMEDES SCHÜSSLER	Lasermikrotechnik	83.774	22,3%	23,5%
5	Maschinenfabrik Berthold Chemie	Filzmaschinen	305.891	26,2%	16,4%
6	RB Software	Software	57.010	20,7%	23,3%
7	BMCOWA	Koffer	132.612	33,4%	13,0%
8	BHS Sootrofen	Verfahrenstechnik	78.911	24,0%	14,9%
9	Murnelektronik	Sicherungslösungen	152.786	30,8%	12,6%
10	EUROIMMUN	Labordiagnostik	124.159	21,1%	16,2%

Quelle: Statista/Statistik-Portal

ในประเทศเยอรมนีทุกบริษัทจะต้องมีการจดทะเบียนเป็นสมาชิกกับหอการค้าและอุตสาหกรรมในพื้นที่ (IHKs) รวมถึงมีการเสียค่าธรรมเนียมตามสัดส่วนผลประกอบการและการชำระภาษี โดยการจัดตั้งบริษัทในเยอรมนีมีหลายรูปแบบให้เลือกตามความเหมาะสมของกิจกรรมทางธุรกิจและความเหมาะสมของแต่ละบุคคล เช่น บริษัทจำกัด (GmbH), บริษัทจำกัดมหาชน (AG), ห้างหุ้นส่วนจำกัด (KG) และอื่นๆ โดยไม่มีข้อจำกัดทางสัญชาติและถิ่นพำนัก และไม่มีเงื่อนไขว่าต้องมีชาวเยอรมันเป็นหุ้นส่วนด้วย นอกจากนี้หอการค้าและอุตสาหกรรมท้องถิ่นจะให้บริการตอบแทนสมาชิก ตั้งแต่การให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อ ก่อตั้งธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือด้านการเขียนแผนสนับสนุนทางการเงิน การสร้างแรงงานฝีมือรุ่นใหม่ ภายใต้อัตลักษณ์

ทวิภาคี (dual system) ไปจนถึงการประสานงานผ่านหอการค้าและอุตสาหกรรมเยอรมัน ในต่างประเทศ (AHK) เพื่อขยายตลาดส่งออก นอกจากนี้ สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเยอรมัน (DIHK) ยังมีบทบาทสำคัญในการประสานงานระดับนโยบาย กับรัฐบาลและส่วนราชการ โดยตรวจสอบการกำหนดนโยบาย ร่วมวางแผนกลยุทธ์แบบองค์รวม การพัฒนา ระบบการศึกษาสายอาชีพหลักสูตรทวิภาคี (dual system) ที่เป็นหัวใจของการพัฒนาแรงงานฝีมือเพื่อรองรับความต้องการ ของภาคอุตสาหกรรม การสำรวจวิจัยความเห็นด้านเศรษฐกิจและตีพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่เป็นประจำ (ราย 2-3 เดือน) การทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานการวิจัย ในขณะเดียวกัน ภาครัฐโดยเฉพาะกระทรวงเศรษฐกิจฯ สหพันธ์ฯ มีหน้าที่รับฟังสถานการณ์และประสานความต้องการ ของภาคเอกชน แล้วนำมา กำหนดแผนงานระยะยาว เพื่อแก้ไขปัญหาและอำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงทุน ลดอุปสรรคทางการทำงานของ SMEs อีกด้วย

จากอินทรีสู่อินทรีเหล็ก

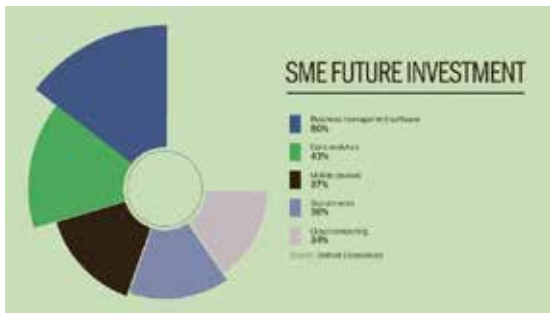
Mittlestand มิได้เป็นเพียงนกอินทรี แต่เป็นอินทรีที่เสริมส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น กรงเล็บ จะงอยปาก หรือปีก ด้วยเหล็กกล้า เพื่อเพิ่มความพร้อมในการไปคว้าชัยในสมรภูมิเศรษฐกิจ สำหรับการอุปมานี้ ลักษณะทางกายภาพของนกอินทรีเปรียบเหมือนสิ่งที่ Mittelstand ได้รับเป็นมรดกตกทอดมาจากรุ่นบรรพบุรุษ

- ประการแรกคือ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานอย่างขยันขันแข็ง ที่นอกจากจะยังประสิทธิผลแล้ว สำหรับคนเยอรมันยังมีคุณค่าทางจริยธรรมภายในตัวของมันเองอีกด้วย

- ประการที่สองคือ ความรู้ความสามารถที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่นั้นๆ ส่วนเหล็กกล้าที่เป็นส่วนเสริมเพิ่มความแข็งแกร่งนั้นคือ การต่อยอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิมจากอดีตด้วยความคิดสร้างสรรค์และการไม่ปิดกั้นความรู้ใหม่ๆ ยกตัวอย่างเช่น ในพื้นที่แถบป่าดำ (Black Forest) รัฐ Baden-Württemberg ทางตอนใต้ของประเทศเยอรมนีที่มี นาฬิกานกกาเหว่า (Cuckoo clock) เป็นของขึ้นชื่อ มี Mittelstand มากมายที่ได้ไขมรดกทางความรู้ความสามารถจากการผลิตนาฬิกานกกาเหว่าซึ่งเป็นนาฬิกาที่มีความซับซ้อนทางกลไกมาต่อยอดพัฒนา และผันตัวเป็นบริษัทผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์เทคโนโลยีทางการแพทย์ชั้นนำกว่า 450 บริษัท



ในขณะที่ทั้งโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 อย่างเต็มตัวในอนาคตอันใกล้ รัฐบาลเยอรมนีก็กระตุ้นและส่งเสริมให้บรรดา Mittelstand ต้องควรมองเอาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จำเป็นในยุคอุตสาหกรรม 4.0 เข้าไปด้วย เช่น อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) ซึ่งเป็นการที่วัตถุ อุปกรณ์ พาหนะ สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งของอื่นๆ มีการฝังวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ และเซ็นเซอร์ลงไป จึงทำให้วัตถุเหล่านั้นสามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้ นอกจากนี้การใช้ประโยชน์จากถึงข้อมูลรายธุรกรรมขนาดใหญ่หรือที่เรียกว่า “Big Data” จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการทำธุรกิจได้ในหลายมิติไม่ว่าจะเป็นวางแผนการตลาดเพื่อตอบโจทย์ของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม การปรับราคาสินค้า



ตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานในแต่ละช่วงเวลา การบริหารความเสี่ยง การควบคุมของเสียในกระบวนการผลิต หรือการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างธุรกิจต่าง ๆ เพื่อยกระดับการขายสินค้า ขายบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความผูกพันในระยะยาว และมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ

หลายธุรกิจขนาดใหญ่กำลังใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big Data ในหลายมิติ สำหรับธุรกิจ SMEs แล้ว Big Data อาจจะเป็นเรื่องไกลตัว หรือยากที่จะจับต้องได้ แต่ในปัจจุบันกำลังมีการพัฒนาของบริการใหม่ๆ และ platform ใหม่ ๆ หลายอันที่จะช่วยให้ SMEs สามารถเก็บข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และติดตามข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลที่มีธุรกรรมทางการเงินมาเกี่ยวข้อง ข้อมูลเหล่านี้ เมื่อเก็บอย่างเป็นระบบโดยต่อเนื่อง จะสามารถใช้เพิ่มศักยภาพของ SMEs ได้เป็นอย่างดี

เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มด้วยสายตาด้านเดียว

เมื่อพูดถึงความสามารถอันโดดเด่นของนกอินทรี สิ่งแรกที่หลายๆ คนนึกถึงคือ สายตาด้านเดียว และมุ่งไปที่เหยื่ออย่างแน่วแน่ เช่นเดียวกัน แทนที่จะผลิตสินค้าออกสู่ตลาดมวลชน (Mass market) ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการทั่วไปและเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก Mittelstand หลายแห่งที่ประสบความสำเร็จมักจะมุ่งเน้น และให้ความสนใจพิเศษไปยังการพัฒนาและผลิตสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงแต่มีจำนวนผู้บริโภคน้อยกว่า ในอุตสาหกรรมรถยนต์ บริษัท Volkswagen นั้นผลิตรถยนต์สำหรับตลาดมวลชน แต่บริษัท Schmittenberg Metal Works ที่ผลิตน็อตเชื่อมให้กับ Volkswagen นั้นผลิตสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัทจะเป็นภาคธุรกิจ (Business to business) ต่างจาก Volkswagen ที่จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป (Business to customer)



สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การ
เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นมีข้อดีคือ

- ประการแรก ผู้ประกอบการจะประหยัด
ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์และโฆษณากว่า
เนื่องจากตลาดเฉพาะกลุ่มมีจำนวนผู้บริโภคที่น้อย

และเจาะจงกว่าตลาดมวลชน ต่างจากผู้ผลิตสินค้าสำหรับตลาดมวลชนที่ต้องการโฆษณา และเข้าถึงผู้
บริโภคทั่วไปให้ได้มากที่สุด จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในด้านนี้ที่สูงกว่า

- ประการที่สอง ยิ่งผู้ประกอบการสามารถจำกัดตลาดเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากเท่าไร
ระดับการแข่งขันก็จะยิ่งน้อยลง เพิ่มโอกาสในการครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น เนื่องจากตลาด
กลุ่มเฉพาะบางกลุ่มมีจำนวนวิสาหกิจที่ตอบสนองความต้องการอยู่จำนวนน้อยหรืออาจจะมีเลย และ
เช่นเดียวกับนกอินทรีที่มีทักษะสายตาค้นเหยียบคม หากผู้ประกอบการมีความสามารถในการเลือกบุก
ตลาดที่เหมาะสมและผลิตสินค้าได้ตรงต่อความต้องการอย่างจำเพาะเจาะจงของผู้บริโภคในกลุ่มตลาด
เฉพาะนั้น การจะก้าวขึ้นเป็นผู้ครองส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับหนึ่งก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยาก
บินให้สูง มองให้ไกล

ตามวิสัยของนกอินทรี อินทรีเหล็กนั้นบินสูงลิบเหนือพื้นพสุธา เพื่อความสามารถในการมอง
หาเหยื่อที่กว้างและไกลมากขึ้น Mittlestand ส่วนใหญ่ก็มีวิสัยทัศน์ในการเลือกกลุ่มผู้บริโภคเฉกเช่น
เดียวกัน โดยการมองหากลุ่มลูกค้านอกเยอรมนี ทั้งในและนอกกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป จนส่ง
ผลให้เยอรมนีก้าวขึ้นเป็นผู้ส่งออกอันดับสามของโลก รองจากประเทศจีน และสหรัฐอเมริกา อย่างบริษัท
ผลิตดินสอ และเครื่องเขียนชื่อดังอย่าง Faber-Castell นั้น ปัจจุบันดำเนินธุรกิจในกว่า 100 ประเทศทั่ว
โลก และมียอดขายกว่าร้อยละ 80 มาจากนอกประเทศเยอรมนี

ปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมให้ Mittlestand สามารถมุ่งเน้นการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้นั้น การมี
ระบบขนส่งสินค้าที่ดีอย่าง DHL ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของไปรษณีย์เยอรมัน (Deutsche Post) การไม่
จำกัดกลุ่มลูกค้าอยู่ในประเทศและกล้าออกไปหาลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างในโลกที่มีความหลากหลาย
หลายทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตนั้นเป็นสิ่งที่
ท้าทาย แต่ก็ทำให้ Mittlestand เหล่านี้ สามารถมี
ฐานลูกค้าที่กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก สร้างผลกำไร
และเสริมความมั่นคงทางธุรกิจในขณะเดียวกัน
เนื่องจากเมื่อมีเหตุที่ทำให้ต้องสูญเสียกลุ่มลูกค้า
ในประเทศหรือภูมิภาคใดก็ตาม เช่น การลดลง
ของอุปสงค์ หรือวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศหรือภูมิ



ภาคใดๆ จนทำให้เยอรมนีหลังสงครามสามารถผ่านวิกฤติเศรษฐกิจต่างๆ มาได้ด้วยดี ผู้ประกอบการยังคงมีฐานลูกค้าในประเทศหรือภูมิภาคอื่นๆ ไวร็องรับ การบินขึ้นสูงตั้งนกอินทรี เพื่อให้สามารถมองเห็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กระจายอยู่ในแต่ละมุมโลกได้ครอบคลุมมากขึ้น นับเป็นทักษะสำคัญที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพึงมี

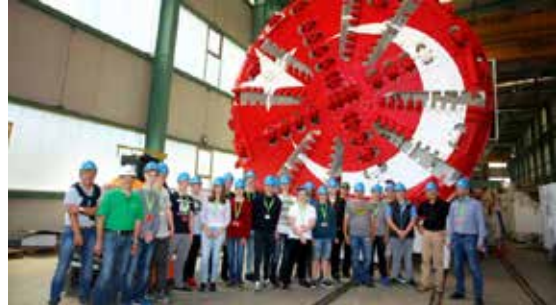
พญาอินทรีเหล็ก

ในบรรดาอินทรีเหล็ก มีอินทรีเหล็กที่แข็งแกร่งกว่าตัวอื่นๆ คือเหล่าพญาอินทรีเหล็ก ซึ่งหากมองเผินๆ แล้ว แทบจะไม่สามารถแยกออกได้เลย ในกลุ่ม Mittelstand ก็เช่นกัน มีหลายบริษัทที่เปรียบได้ดังพญาอินทรีเหล็กนั้นคือ Hidden champion ซึ่งนาย Hermann Simon ผู้แต่งหนังสือ Hidden champions: lessons from 500 of the world's best unknown companies ได้จำกัดความไว้ว่า เป็นผู้นำระดับโลกของแต่ละตลาดเฉพาะกลุ่มซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการผลิตสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นๆ Simon กล่าวว่า Hidden champion จะต้อง

1. เป็นอันดับหนึ่ง สอง หรือ สาม ของตลาดโลก หรือ อันดับหนึ่งในระดับทวีป โดยวัดจากส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นๆ
2. มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 3 พันล้านยูโรต่อปี
3. ไม่เป็นที่รู้จักทั่วไป บริหารอย่างอิสระโดยผู้ประกอบการ และไม่เข้าตลาดหลักทรัพย์ หากพูดถึงบริษัท Coca-Cola แล้ว คงไม่มีใครไม่รู้จัก แต่จะมีกี่คนที่รู้จักบริษัท Jungbunzlauer ซึ่งเป็นผู้ผลิตกรดมะนาว สารให้ความเค็ม และสารให้ความหวานให้กับ Coca-Cola เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมที่มีจำหน่ายอยู่ทั่วโลก บริษัทอย่าง Jungbunzlauer นี้แหละ ที่เป็น Hidden champion ที่แท้จริง โดยที่ให้ความสนใจในการผลิตสินค้าหรือประเภทสินค้าเดียวอย่างสุดความตั้งใจ ทำให้เกิดความเรียบง่ายและประสิทธิภาพในการกระบวนการผลิตสินค้านั้นๆ และเพื่อชดเชยกับความเสี่ยงของการเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทเดียว Hidden champion เหล่านี้เลือกที่จะขยายฐานลูกค้าให้มากที่สุดทั้งในและต่างประเทศด้วยความเชี่ยวชาญเฉพาะทางอันแข็งแกร่งดังพญาอินทรีเหล็ก



ในปัจจุบันไม่สามารถระบุจำนวนของบริษัทที่เป็น Hidden Champions ในเยอรมนีได้อย่างชัดเจน จากการอ้างอิงของ Simon (2007) มีจำนวนประมาณ 1174 บริษัท Rammer & Spielkamp (2015) มีประมาณ 1583 บริษัท โดยส่วนใหญ่บริษัทเหล่านี้จะอยู่ในภาคอุตสาหกรรม รวมถึงวิศวกรรม เครื่องกล อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีการแพทย์และอุตสาหกรรมโลหะ และ 10 อันดับต้นๆ ของบริษัท Hidden Champions ในเยอรมนีได้แก่ Herrenknecht (อุปกรณ์ที่ใช้การสร้างอุโมงค์) Lürssen (การผลิตเรือยอร์ชขนาดใหญ่) Wilo (วิศวกรเครื่องกลผลิตระบบปั๊มสำหรับเครื่องปรับอากาศและน้ำประปา)



อากาศและน้ำประปา) Otto Bock Holding (ผลิตเก้าอี้ล้อเลื่อนและขาเทียม) Grimme Gruppe (เครื่องจักรกลการเกษตรในด้านเทคโนโลยีมันฝรั่ง หัวปืทและผัก) Duravit (เฟอร์นิเจอร์ในห้องน้ำ เช่น ฝักบัว โถสุขภัณฑ์ หรืออ่างล้างมือ) Peri (อุตสาหกรรมการก่อสร้างและนั่งร้าน) Kaeser

Kompressoren (ผลิตระบบอัดอากาศ) Karl Storz (ผลิตกล้องเอนโดสโคปและเครื่องมือแพทย์อื่นๆ) Sto (มีความเชี่ยวชาญด้านฉนวนความร้อน) ในส่วนของสาขาธุรกิจที่สำคัญของ Hidden champion ในเบอร์ลิน ได้แก่ ด้านพลังงาน (บริษัท Vestaxx และ Yunicos) ระบบการสื่อสารและแผน (บริษัท Here) เครื่องพิมพ์ 3 มิติ (บริษัท BigRep) ดาวเทียม (บริษัท Berlin Space Technologies) และรีไซเคิล (บริษัท LLA Instruments)

อินทรีเหล็กที่มีขนาดตัวเล็กกว่าข้างศึกหลายสิบเท่า นั้น เมื่อมีจำนวนมากย่อมมีผลกำลังมหาศาลเทียบเท่าบรรดาข้างศึก ภาคเศรษฐกิจของเยอรมนีที่ประกอบด้วย Mittelstand ที่เปรียบได้ดั่งอินทรีเหล็ก ถึงร้อยละ 99 จึงสามารถฝ่าฟันวิกฤตเศรษฐกิจต่างๆ มาได้ด้วยคุณลักษณะเฉพาะของ Mittelstand อันได้แก่ การเพ่งความสนใจและความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าสำหรับตลาดกลุ่มเฉพาะ และการมุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ Mittelstand ถือเป็นรากฐาน และจิตวิญญาณของเศรษฐกิจเยอรมันที่ได้นำมาใช้เป็นปัจจัยสำหรับการขับเคลื่อนธุรกิจให้เดินได้อย่างมั่นคง แข็งแรง และล้ำหน้ามาตั้งแต่อดีตจนมาถึงในปัจจุบัน

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de