

มองญี่ปุ่น เรื่องการส่งออก

วิเชียร ชุตติมาเทวินทร์*

“เงินเยน” ของญี่ปุ่นคงจะไม่ “เย็น” ตามชื่อเสียแล้ว แต่กลับจะเป็น “ร้อน” เอาเสียมากแล้วเวลานี้ ทั้งนี้จากการได้เปรียบดุลการค้ากับประเทศทั่วโลกอย่างมหาศาล!

ตลอด 3-4 ปีมานี้ ค่าเงินเยนแข็งตัวรวมแล้วคงไม่หนี 50 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่กลุ่มเงินดอลลาร์สหรัฐซึ่งเป็นสกุลเงินตราอันดับโลก ก็มีแนวโน้มต่ำลงอีก และจะยังคงสภาพไปอีกนานพอควร ทั้งสหรัฐฯ และญี่ปุ่นมีปัญหาเรื่องค่าเงินตราดังกล่าว โดยเฉพาะในฐานะคู่ค้าก็จะต้องเสียดังกับบาทไทย คือเป็นผู้ซื้อและผู้ขายกันใช้มาก และคิดว่าถูกต้องหลักและเป็นธรรมชาติระหว่างกัน

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่หนาวทั้งมาก ในการสร้างเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเมื่อคราวสงครามโลกครั้งที่ 2 ยักษ์ใหญ่ถูกสงครามเล่นงานเสียพินาศสิ้นตะโร ไม่คิดว่าจะมีฤทธิ์เดชขึ้นมาได้อีก แต่เพียงช่วงเมื่อเทียบกับคนวัย 20 ซึ่งดูโลกมา 20 ปีแล้ว ญี่ปุ่นจากประเทศที่ตายแล้วเพราะสงคราม ก็กลับผงาดขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจได้ ในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติก็น้อย และมีภัยธรรมชาติเพิ่มความมโหฬารเป็นประจำ

ขอพิจารณาญี่ปุ่นในเรื่องการส่งออกเป็นการเฉพาะในด้านการค้าระหว่างประเทศแล้ว ทั้งในส่วน

อุตสาหกรรมและการตลาด ตลอดจนเทคโนโลยีหลายแขนงของญี่ปุ่น คงจะยอมรับได้ว่า ญี่ปุ่นได้เปิดยุคแห่งการเป็นผู้นำดังกล่าวแล้วในปัจจุบัน

ญี่ปุ่นยังคงดำเนินการตลาดและขายเก่งมาเป็นแรมปี โดยเน้นการค้าอุตสาหกรรม ซึ่งมีเทคโนโลยีก้าวหน้าไปไกลๆ โดยมุ่งค้าขายกับทุกประเทศทั่วโลก อันเป็นเป้าหมายของคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ทีเดียวอะไรที่ญี่ปุ่นมีความสำเร็จในการตลาดและการขายกับประเทศใดก็ตามก็ไปตามๆ กัน ลองพิจารณาจากตัวๆ ในโอกาสนี้ คือ :

นโยบายของรัฐบาลเพื่อการส่งออก ถือเป็นสุดยอดที่ต้องบุกครองตลาดโลก ตลอดจนรัฐบาลทุ่มเทเงิน คือ ภาวะผู้นำสูง ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ลงมือเคลือบเอง โดยเป็นประธานของสภาการค้า ซึ่งประกอบด้วยนักอุตสาหกรรม นักธุรกิจชั้นนำของญี่ปุ่น และผู้บริหารของบริษัทขนาดใหญ่ รวมประมาณ 80 คน กำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์และผลักดันให้เกิดผลในการตลาดทั่วโลก โดยกระทำอย่างมุ่งมั่นจริงจังและต่อเนื่อง

รัฐบาลและภาคอุตสาหกรรมร่วมงานกันอย่างใกล้ชิด เพื่อผลักดันให้มีความสำเร็จในการเจาะตลาด และการส่งออกทางธุรกิจร่วมมือในเชิงการค้า และผลประโยชน์แห่งชาติเป็นเป้าหมายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ญี่ปุ่นต้องการไม้เพื่อใช้ภายในประเทศ บริษัทการค้าได้ใช้เครื่องจักรเป็นการแลกเปลี่ยนไม้กับรัสเซีย ซึ่งญี่ปุ่นก็ได้ตลาดการค้าใหม่เพื่อขายของ ขณะเดียวกันประเทศก็ได้สิ่งที่ต้องการคือไม้ ป้อนตลาดภายใน หรือกรณีการตกลงทางการค้าระหว่างญี่ปุ่นกับจีนมูลค่ากว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยญี่ปุ่นจะได้รับน้ำมัน

* อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- อดีตกรรมการบริหาร บริษัทประสพผล จำกัด
- อดีตผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท เซ็นทรัล ค้าฯ ชิสเตอร์ จำกัด
- อดีตผู้จัดการผลิตภัณฑ์อาวุโส บริษัท มุลเลอร์ แอนด์ พาร์ท จำกัด

วุฒิการศึกษา - B.B.A., (Okla Univ.) Carnegie Institute's Dipl., (U.S.A.) B. Jour., (T.U.), M.M. (GIBA)

คืบจากจีน โดยทางญี่ปุ่นทำการจัดหาแหล่งเงินทุนและเครื่องมือทางวิศวกรรมให้กับจีนเป็นการแลกเปลี่ยน

กรณีในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา และกำลังพัฒนา ก็สามารถเป็นตัวอย่างที่ญี่ปุ่นดำเนินการตามเป้าหมาย เพื่อประโยชน์แห่งชาติเป็นที่ตั้ง คือการช่วยเหลือในรูปแบบการให้เครดิตแก่ประเทศเหล่านั้น เสีย จะได้มีโอกาสซื้อสินค้าของญี่ปุ่นได้ หรือกรณีรูปแบบของการลงทุนร่วม

คือการส่งออกเครื่องจักรเพื่อตั้งโรงงานเหล็กกล้า ให้กับบริษัทลงทุนร่วมในประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และบราซิล แต่มีเงื่อนไขว่า บริษัทลงทุนร่วมนั้นต้องขายผลผลิตในตลาดอื่น ซึ่งไม่ใช่ตลาดเดิมของญี่ปุ่น เป็นต้น

รัฐบาลเองได้จัดตั้งบริษัทขึ้นชื่อ “เจโทร”

เพื่อผลักดันด้านการส่งออกในทุกรูปแบบ เป็นการเฉพาะ โดยดำเนินการซึ่งมีขอบข่ายทั่วโลก ตลอดจนมีการส่งเสริมแสวงหา และให้ข้อมูลกับผู้ส่งออกญี่ปุ่น ซึ่งมีการประชุมหารือกันจะมีเป็นประจำ เพื่อเป็นการทบทวนการดำเนินงาน และปรับแผนเดินกลยุทธ์บุกตลาดกันใหม่เสมอ

พูดถึงบริษัทการค้า ซึ่งทำการส่งออกของญี่ปุ่น พบว่าเป็นบริษัทที่ใหญ่และมีขายดำเนินงานที่กว้างขวาง ซึ่งมีบทบาทอย่างสูงต่อการส่งออกของญี่ปุ่น กว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของการส่งออกเป็นผลงานของกลุ่มบริษัทการค้าประมาณ 10 บริษัท กลุ่มบริษัทเหล่านี้คิดค่าคอมมิชชั่น เพื่อบริการส่งออกเพียง 0.5 เปอร์เซ็นต์ก็จริง แต่ขอชดเชยนั้นมโหฬาร!

จากสถิติ การค้าระหว่างประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ปรากฏว่ามีสถิติเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ ในปี 2513 ปริมาณการส่งออกทั่วโลกมีมูลค่า 300,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็น 6 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2493 ปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ยทั่วโลก มีอัตราการเพิ่มปีละ 8.3 เปอร์เซ็นต์ (ระหว่าง พ.ศ. 2499- 2513) แต่เฉพาะกรณีญี่ปุ่น ปรากฏการณ์เป็น 2 เท่าของมาตรฐาน คือเป็น 16.3 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้นในการส่งออก!

อะไรคือองค์ประกอบผลักดันให้ญี่ปุ่นมีปรากฏการณ์พิเศษในการส่งออกเช่นนั้น? มีข้อ

พิจารณา คือ รูปแบบของอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกได้เปลี่ยนไป จากเมื่อช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งในขณะนั้นญี่ปุ่นมีการส่งออกสิ่งทอและผลผลิตสำเร็จรูปสิ่งทอเป็นส่วนใหญ่ แต่รูปแบบได้เปลี่ยนไปเป็นอุตสาหกรรมการสร้างเรือขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมวิศวกรในหลาย ๆ แขนง อุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการส่งออกเป็นหลัก

เทคโนโลยีที่นำเข้าไปทันสมัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมและการส่งออก นับเป็นบทบาทที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมการส่งออกของญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน

ขอเน้นหลักสำคัญในเป้าหมายการส่งออกของคนญี่ปุ่นทุกแขนงอาชีพ เห็นความสำคัญและทุ่มเทต่อเป้าหมาย เพื่อประโยชน์แห่งชาติร่วมกัน กับต้องการให้ญี่ปุ่นบุกตลาดทั่วโลก และโดยส่วนใหญ่จะมองบนบรรทัดฐานเพื่อครองตลาดทั่วโลก และจะต้องทำให้สำเร็จเพื่อครองตลาดโลกให้ได้

หากจะสรุปเป็นหลักใหญ่ในความสำเร็จของอุตสาหกรรมการส่งออกของญี่ปุ่น ซึ่งน่าจะเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ประเทศทั่วโลกที่นำศึกษา คือ

- 1) การทำงานร่วมประสานกันเป็นทีมที่แข็งแกร่ง โดยมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันด้วยการทุ่มเท และทุ่มเทอย่างต่อเนื่อง
- 2) กลยุทธ์การส่งออก ต้องศึกษาวางแผนและทบทวนให้รอบคอบเป็นอย่างดี
- 3) รัฐบาลและทุกหน่วยงานต้องร่วมมือกันใกล้ชิด และต่อเนื่องกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยยึดประโยชน์แห่งชาติเป็นหลัก
- 4) การลงทุนทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นสิ่งจำเป็น ในอุตสาหกรรมการส่งออก ซึ่งสนามแข่งขันจะมีโอกาสสำหรับผู้เป็นเลิศเท่านั้น

ประเทศไทยควรจะพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบ และปรับความเข้มข้นสู่เป้าหมาย คือการส่งออก ก็น่าจะทำได้ ซึ่งขณะนี้มีแนวโน้มที่ดีมาก และคาดว่าจะดีขึ้นเรื่อย ๆ ปี '30 เป็นปีทองเที่ยวไทย หากจะมีปี '31- '35 เป็นปีแห่งการส่งออก ก็น่าจะเป็นการณรงก์ที่จะระดมทรัพยากรทุกระดับเพื่อการส่งออก ก็เชื่อว่าจะได้ผลแตกต่างจากที่เป็นอยู่เป็นแน่