

อุตสาหกรรมญี่ปุ่นอยู่รอด ในภาวะ: 1 ดอลลาร์เท่ากับ 70 เยน ได้อย่างไร

แปลโดย: รัชสรรค์ เลิศโนสตัย

คอลัมน์: คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
orbusiness@hotmail.com



เมื่อ เงินเยนแข็งค่าอย่างปัจจุบัน อุตสาหกรรมญี่ปุ่นต่างก็ต้องหนีตาย ย้ายฐานการผลิตไปอยู่ในต่างประเทศกันอีกระลอกหนึ่ง อุตสาหกรรมที่ตั้งใจจะคงการผลิตไว้ภายในประเทศก็คงต้องเปลี่ยนใจ

ประมาณปลายปีที่แล้ว โตโยต้าเองก็ตัดสินใจว่าจะย้ายฐานการผลิต “โคโรลา” ไปอยู่ในต่างประเทศต่อจากนิสสัน ที่ย้ายการผลิต “March” มาไว้ที่ประเทศไทย พร้อมกับนำเข้าไปขายในญี่ปุ่นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ปรากฏการณ์นี้สร้างความสั่นสะเทือนให้วงการการผลิตของญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าโตโยต้ายังปากแข็งว่าจะยังไม่ย้ายไปผลิตที่ไหน แต่ก็เตรียมปูทางไปสำรวจที่อเมริกาซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดเอาไว้แล้ว คาดว่าในปลายปีที่โรงงานมิสซิสซิปปี คงจะเริ่มทำการผลิตโคโรลาปีละ 1.2 แสนคัน จากสภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ของสหรัฐอเมริกา การผลิตในญี่ปุ่นแล้วส่งออกไป จึงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก โตโยต้าเองก็ประสบสภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออก ในขณะที่พยายามรักษการผลิตในประเทศ เพื่อรักษาการจ้างงานเอาไว้ ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยน 1 ดอลลาร์เท่ากับ 90 เยน ก็ยังสามารถทำกำไรจากอัตราการผลิตที่มีเพียง 70% แต่เมื่อ 1 ดอลลาร์เป็น 70 เยน สถานการณ์

ย่อมเปลี่ยนไป ในขณะนี้โตโยต้ายังรักษาระดับการผลิตในประเทศไว้ที่ประมาณ 50% ในขณะที่นิสสันหรือฮอนด้าเหลือในประเทศเพียง 30-40% เท่านั้น

อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่องมา คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งจะต้องถูกผลักดันให้ไปทำการผลิตในต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจของตนเอง เป็นต้นว่า บริษัททามาการ่าเซกิ ผู้ผลิตเซ็นเซอร์สำหรับรถยนต์ไฮบริด เช่น PRIUS ของโตโยต้า หรือ INSITE ของฮอนด้า บริษัทนี้มีส่วนแบ่งตลาดสำหรับธุรกิจนี้ถึง 100% ถึงแม้ว่าจะประกาศไว้ว่าจะไม่ไปผลิตในต่างประเทศก็ตาม ก็ยังต้องประกาศว่าจะไปผลิตในต่างประเทศ โดยโรงงานเริ่มแรก คือ ไปผลิตมอเตอร์สำหรับเครื่อง Factory Automation (FA) ที่ประเทศจีน โดยจะเริ่มทำการผลิตในต้นปีนี้ ตามความต้องการของผู้ผลิตเครื่อง FA และประกาศด้วยว่า หากมีความจำเป็นก็จะไปผลิตในต่างประเทศสำหรับรถยนต์ไฮบริดได้อีกด้วย



ทางด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าก็ประสบภาวะไม่แพ้กัน **บริษัท อัลแบ็ค** ที่มีส่วนแบ่งตลาดในโลกสำหรับอุปกรณ์ผลิตจอคริสตัล ถึง 90% เป็นบริษัทผู้ผลิตสำคัญของทั้งซาร์ป ซัมซุง และบริษัทเครื่องไฟฟ้าของไต้หวัน บริษัทนี้มีเทคโนโลยีที่สูง เน้นการผลิตภายในประเทศเท่านั้น แต่ก็เริ่มที่จะปรับทิศทางของตนเองแล้ว ปัจจุบันมีอัตราการผลิตในต่างประเทศที่ 30% ก็กำลังปรับกลยุทธ์ให้เป็นผลิตในต่างประเทศที่ 60% ภายในปี 2015 เป้าหมายที่สำคัญ คือต้องขยายการผลิตในขณะที่ต้องตอบสนองการแข่งขันค่าของเงินเยนสามารถลดต้นทุนให้แข่งขันกันได้ในระดับ Global ให้ได้ ในเดือนตุลาคม ปี 2010 บริษัทเริ่มทำการผลิตสินค้าที่ไม่เคยคาดคิดว่าจะต้องผลิตในต่างประเทศ โดยเริ่มต้นการผลิตในประเทศจีน นั่นคือทำการผลิตอุปกรณ์ผลิตจอคริสตัล นอกเหนือจากอุปกรณ์ผลิต LED ที่มีความต้องการของตลาดสูงอยู่แล้วและคาดว่าในอนาคตอันใกล้ก็คงจะผลิตอุปกรณ์สำหรับผลิตแบตเตอรี่แสงแดดในต่างประเทศอีก

อย่างแน่นอน แต่เดิมอัลแบ็ค เน้นการผลิตขึ้นส่วนที่สำคัญภายในประเทศและทำการประกอบในต่างประเทศเท่านั้น แต่ **บัดนี้ ยุทธศาสตร์กำลังเปลี่ยนไป**


บริษัท แอดวานตีสท์ ซึ่งมียอดขายครึ่งปี 2010 ที่ 5.3 แสนล้านเยน เพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าของช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นยักษ์ใหญ่ในวงการผลิตอุปกรณ์ผลิตเซมิคอนดักเตอร์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสำคัญของญี่ปุ่น บริษัทรับคำสั่งผลิตแทบไม่หวาดไม่ไหว เพราะอิทธิพลจากเงินเยนแข็งค่านั่นเอง **บริษัทนี้มีการส่งออก**

ไปต่างประเทศถึง 80% ส่วนใหญ่อยู่ในแถบเอเชีย การซื้อขายในฐานเงินเยน จึงมีความเสี่ยงหลังจากรับคำสั่งซื้อแล้ว **เพราะลูกค้ามักจะเจรจา**

ด้านราคาด้วยฐานเงินดอลลาร์ หรือเงินวอน (เกาหลี) จึงทำให้เกิดความเสียเปรียบ เมื่อเงินเยนแข็งตัว ดังนั้น จึงต้องเริ่มที่จะทำการผลิตในต่างประเทศให้มากขึ้น

บริษัทซาร์ป เองก็ได้ก่อสร้างโรงงานที่นานกิงในประเทศจีน โดยร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่น เพื่อผลิตจอคริสตัล โดยการย้ายเครื่องจักรจากโรงงานที่จังหวัดมิเอะไป ทั้งนี้แต่เดิมบริษัทนี้เน้นการผลิตจอคริสตัลภายในประเทศญี่ปุ่น ดำเนินธุรกิจการผลิตและขายทีวีและจอไปพร้อมๆ กัน แต่เมื่อเงินเยนแข็งค่าเช่นนี้ ยุทธศาสตร์เดิมก็เริ่มพังทลายลง ดังนั้น การที่ทำการผลิตในแหล่งบริโศค จึงเป็นการลดความเสี่ยงเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยนลงได้ อย่างไรก็ตาม ก็ทำให้ต้องนำเทคโนโลยีสำคัญออกไปสู่ต่างประเทศด้วย จึงเป็นทางเลือกที่ยากลำบากอย่างมาก โรงงานผลิตจอทีวีที่นานกิงก็จะเริ่มทำการผลิตในเร็วๆ นี้ เพื่อผลิตจอ “รุ่นที่ 8”

อุตสาหกรรมการผลิตของญี่ปุ่นที่ต้องย้ายฐานไปต่างประเทศราวกับหิมะพังทลายนี้ ถึงแม้ว่าจะมีเหตุมาจากเงินเยนแข็งค่าก็ตาม แต่เหตุผลก็คงไม่ใช่เรื่องนี้เพียงอย่างเดียว การย้ายฐานไปต่างประเทศนั้นจะต้องมองในระยะกลางและระยะยาว ว่าตลาดในท้องถิ่นนั้นจะต้องมีการเติบโตมากน้อยเพียงใด หรือว่ารัฐบาล องค์กรในท้องถิ่นจะมีการสนับสนุนอย่างจริงจังอย่างไรบ้าง เป็นต้น เหตุผลเหล่านี้จะเป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมการผลิตของญี่ปุ่น ย้ายฐานไปผลิตในต่างประเทศเร็วยิ่งขึ้น หมายความว่า ไม่เพียงแต่ปัญหาเงินเยนที่แข็งค่าเท่านั้น แต่ความน่าลงทุนของท้องถิ่นทั้งในด้านการผลิต การบริโศค เป็นปัจจัยสำคัญไม่น้อยต่อการตัดสินใจ

ในช่วงหนึ่งที่บริษัทผู้ผลิตญี่ปุ่นแห่กันไปลงทุนในต่างประเทศ เมื่อทศวรรษ 1990 เพราะเงินเยนแข็งค่า ทำให้เกรงกันว่าจะเกิดภาวะสูญญากาศในการผลิตเกิดขึ้น แต่ญี่ปุ่นก็รอดพ้นได้ ยังไม่สูญเสียสัญลักษณ์ของความเป็นประเทศผู้ผลิตไป ในครั้งนี้ญี่ปุ่นก็กำลังอยู่บนปากเหวแห่งทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง 

ที่มา: จากวารสาร Nikkei Business