

ญี่ปุ่นจะชนะ ต่อไปได้อย่างไร

ธันนกร์ เลิศในสัตย์

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

E-mail: orbusiness@hotmail.com

ญี่ปุ่นทั้งล่าช้าในการดำเนินกลยุทธ์ FTA ทั้งยังประสบปัญหาความเสียหายเปรียบเรื่องภาษีนิติบุคคลและต้นทุน ในขณะที่เดียวกัน ในประเทศต่างๆ ในเอเชีย ค่าจ้างแรงงานก็กำลังขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความได้เปรียบในฐานะเป็นฐานการผลิตเริ่มลดน้อยลง ดังนั้น ถ้าสามารถสร้างความเท่าเทียมในเงื่อนไขด้านต่างๆ แล้ว ในการแข่งขันทางด้านทำเลที่ตั้งก็ยิ่งพอสู้กับประเทศเอเชียอื่นๆ ได้

โดยทั่วไปในต้นปีที่ผ่านมาได้ลดราคาขาย แคมรี่รุ่นใหม่ที่เกิดผลด้วยราคาที่น่าตกใจ คือ ถ้าเป็นรถเบนซิน ก็จะมีราคา 33.9 ล้านบาท (2.35 ล้านเยน หรือประมาณ 9.4 แสนบาท) ลดต่ำลงจากรุ่นเดิมถึง 1



ล้านเยน ในขณะที่ ไฮบริดจ์ ตั้งราคาที่ 42.9 ล้านบาท (ประมาณ 3 ล้านเยน หรือ 1.2 ล้านบาท) สาเหตุหนึ่งที่ดำเนินกลยุทธ์ราคานี้ก็เพราะ FTA ระหว่าง สหรัฐอเมริกากับเกาหลีใต้ จะเริ่มในปีนั้นนั่นเอง ซึ่งทำให้เกาหลีใต้ลดอัตราภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ จาก 8% เหลือ 4% และอีก 5 ปีข้างหน้า จะไม่มีภาษีศุลกากรอีก จากสาเหตุนี้ ทำให้โตโยต้าเปลี่ยนแนวทางการส่งสินค้าจากญี่ปุ่นไปเกาหลีใต้ เป็นการส่งจากสหรัฐฯ แทน FTA ทำให้โตโยต้าต้องเร่งค้นหาแหล่งผลิตที่เหมาะสมที่สุดให้ได้

จากรายงานของ JETRO ญี่ปุ่น ได้กล่าวไว้ว่าบริษัทญี่ปุ่นในเกาหลีใต้ เริ่มที่จะใช้ประโยชน์จากเครือข่าย FTA บ้างแล้ว ในขณะที่ค่ายรถยนต์เกาหลีใต้ เช่น สุนได ก็ส่งวัสดุชิ้นส่วนรถยนต์ที่ผลิตในประเทศไปให้บริษัทชิ้นส่วนที่ยุโรป แล้วส่งเป็นสินค้ากลับมาให้สุนไดเป็นการรักษาเงินเยนให้ต่ำอยู่ พร้อมกับใช้ประโยชน์ FTA ให้ได้มากที่สุด



ทางด้านประเทศไทยในต้นปีที่ผ่านมา ก็มีการปรับค่าแรงงานขั้นต่ำจากเดิม เป็นวันละ 300 บาท ทำให้ค่าแรงงานเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 7% โดยที่รัฐบาลยอมลดภาษีนิติบุคคลให้เหลือ 23% จึงพอจะสมดุลได้ และเป็นที่คาดว่า ภายในปี 2013 อาจลดภาษีลงเหลือ 20% ดังนั้น จะเห็นได้ว่าอัตราภาษีนิติบุคคล ในประเทศเอเชียทั้งหลาย จะคงอยู่ประมาณ 25% (ไทย 23% มาเลเซีย 25% อินโดนีเซีย 25% ฟิลิปปินส์ 30% เวียดนาม 25%) อย่างไรก็ตาม ไทยนั้น ถึงแม้จะให้สิทธิทางด้านภาษี แต่ก็มีเงื่อนไขจำกัดการจ้างคนต่างชาติ โดยต้องเป็นแรงงานที่มีทักษะ หรือผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น เพื่อป้องกันการไหลเข้าของแรงงานต่างชาติที่ไร้ฝีมือจากจนเกินไป เป็นแนวนโยบายอีกด้านหนึ่งที่ตั้งใจทำให้การลงทุนจากต่างประเทศจะชะงักบ้างเล็กน้อย แต่ก็เป็นการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับสูง

บริษัทธุรกิจจะต้องมีตลาด พร้อมกับขยายตัวการผลิตไปสู่ประเทศ หรือภูมิภาคที่มีความเหมาะสมที่สุด สำหรับญี่ปุ่นก็เช่นกัน ที่จะต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านทำเลที่ตั้ง การลดระดับค่าจ้างของญี่ปุ่นนั้น เป็นเรื่องที่ยากอย่างมากและในขณะเดียวกัน ค่าแรงงานในจีน หรือ เอเชียอาคเนย์ ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความได้เปรียบในด้านต้นทุนในเอเชียเริ่มจะลดน้อยลงเรื่อยๆ

นโยบายภายในประเทศยังคงไม่อาจช่วยให้ฟื้นตัวได้ จากการสำรวจของกระทรวงเศรษฐกิจอุตสาหกรรมพบว่า ในปี 2011 โรงงานในประเทศ มีพื้นที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นที่ 1021 เฮกเตอร์ (1 เฮกเตอร์เท่ากับ 1 หนึ่งตารางเมตร) ลดลงอย่างต่อเนื่อง 4 ปีซ้อน โดยในปี 2007 เป็นปีที่สูงสุดที่ 2741 เฮกเตอร์ หรือลดลงเหลือเพียง 40% เท่านั้น ในขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยน 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ เท่ากับ 110 เยน ทำให้

อุตสาหกรรมในประเทศมีการฟื้นตัวได้ เป็นเหตุหนึ่งที่มีการเพิ่มขึ้นของพื้นที่โรงงานที่ทำการผลิต แต่ก็ยังมีมุมมองว่า การเพิ่มลดนั้นขึ้นอยู่กับอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หากได้มาจากนโยบายภาครัฐโดยตรงแต่อย่างไร ซึ่งต่างกับเกาหลีใต้ที่ได้ประโยชน์จากนโยบายภาครัฐอย่างมาก

ในอีกด้านหนึ่ง ภาษีนิติบุคคลของจีน เกาหลีใต้ หรือเอเชียอาคเนย์นั้น ต่ำกว่าของญี่ปุ่น ประมาณ 10% จึงเป็นประโยชน์สำหรับบริษัทที่เข้าไปลงทุน สำหรับญี่ปุ่นเองก็เริ่มที่จะมีการปรับลดอัตราภาษีนิติบุคคลบ้างแล้ว แต่ก็คงยากที่จะทำให้เงื่อนไขการแข่งขันนั้น มีความเสมอภาคกัน อย่างไรก็ตาม ในญี่ปุ่นเองก็ยังมีช่องทางการลดต้นทุนทางด้านไฟฟ้า หรือทำเรื่องที่เป็นโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานได้ ดังนั้น จึงยังไม่สามารถสรุปว่าญี่ปุ่นไม่สามารถแข่งขันด้านทำเลที่ตั้งได้แล้ว

พูดถึงขีดความสามารถในการแข่งขันแล้ว ลองมาคิดว่าปัจจุบันบริษัทญี่ปุ่นจากการจัดอันดับทางด้านมูลค่าหุ้นในตลาดในเอเชียจะเห็นได้ว่าใน 10 อันดับ มีญี่ปุ่นเพียง 2 อันดับเท่านั้น ที่เหลือเป็นของฮ่องกง 6 บริษัท ของเกาหลีใต้ 1 บริษัท และได้หวัน 1 บริษัท อันดับ 1 เป็นของบริษัทพลังงานของฮ่องกง (ถือหุ้นโดยรัฐบาลเกือบทั้งหมด) ซัมซุงของเกาหลีใต้อยู่อันดับที่ 3 โดยมีโตโยต้าอยู่อันดับที่ 4 และ NTT Docomo อยู่อันดับที่ 10 ภายใน 20 อันดับก็มี ฮอนด้า อันดับที่ 11 แคนนอน อันดับที่ 12 NTT อันดับที่ 13 Japan Tobacco อันดับที่ 15 และนิสสันอันดับที่ 18 (ของไทยอันดับที่สูงที่สุดคือ ปตท. ในอันดับที่ 36 ปตท. ผส. อันดับที่ 69 และ AIS อันดับที่ 82)

ข้อมูลข้างบนอาจจะแสดงถึงว่า นอกจากบริษัทรถยนต์ หรือ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ แล้วบริษัทประเภทอื่นๆ ก็เอาชนะในระดับโลกค่อนข้างยาก อย่างไรก็ตามแต่ในตลาดเอเชียก็ยังมีโอกาสชนะได้ เพราะเทียบกับคู่แข่งจากอเมริกา ยุโรป แล้ว ยังได้เปรียบมากกว่าในด้านทำเลที่ตั้ง หรือวัฒนธรรมและโดยเฉพาะในอีก 20 ปีข้างหน้า ตลาดเอเชียมีแนวโน้มที่จะเติบโตใหญ่อ่างแน่นอน การสร้างความได้เปรียบไว้ก่อนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

