

นโยบายการคลังการลงทุน

นับตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมา ประเทศญี่ปุ่นได้กลายเป็นประเทศอำนาจทางเศรษฐกิจและมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลก (the second largest economy) ความยิ่งใหญ่ทางเศรษฐกิจเป็นลำดับที่สองนี้ติดตัวประเทศญี่ปุ่นมาเป็นเวลากว่า 40 ปี อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์ของโลกเปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 นี้ การที่ประเทศจีนและอินเดียก้าวมามีบทบาททางเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้มีความเป็นไปได้ที่อัตราการเจริญเติบโตของ GDP ของทั้งสองประเทศอาจจะแซงหน้าประเทศญี่ปุ่นได้ในอีก 10 ปีข้างหน้า และตำแหน่ง “การเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจของโลกลำดับที่สอง (the second largest economy)” ของประเทศญี่ปุ่นก็จะถูกถ่ายโอนไปเป็นของประเทศอื่น ประเทศญี่ปุ่นตระหนักถึงเหตุการณ์นี้เป็นอย่างดี จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศแนวใหม่ขึ้นมา ทั้งนี้ ในอนาคต ญี่ปุ่นมิได้มุ่งหวังเพียงแคร์รักษาตำแหน่งผู้นำทางเศรษฐกิจของตนเท่านั้น แต่ยังคงต้องการจะเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง (strong Japanese economy) ที่สามารถต้านทานต่อสถานการณ์โลกที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนได้ ซึ่งหมายความว่า ประเทศญี่ปุ่นต้องการดำรงความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล ขณะเดียวกันรัฐบาลญี่ปุ่นก็ตระหนักถึงการเพิ่มระดับรายได้ที่สูงให้แก่ประชากรภายในประเทศด้วย อาจกล่าวได้ว่า นโยบายทางการคลังการลงทุนของประเทศญี่ปุ่นในศตวรรษนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศญี่ปุ่นมีศักยภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจญี่ปุ่นด้วย กระทรวงเศรษฐกิจ, การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry of Economy, Trade and Industry) ของญี่ปุ่นได้กำหนด กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแนวใหม่ (New Economic Growth Strategy) โดยเน้นให้ญี่ปุ่นสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศไปพร้อมๆ กัน ดังนั้น ยุทธศาสตร์หลักของประเทศญี่ปุ่นจึงประกอบไปด้วย

1. Global industrial strategy

สำหรับกลยุทธ์นี้ประเทศญี่ปุ่นต้องการใช้เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล โดยแนวทางสำคัญที่ประเทศญี่ปุ่นใช้ได้แก่

(1) การกระจายระดับการพัฒนาแก่ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชีย และประเทศอื่นๆ และสนับสนุนการจัดตั้งสิ่งแวดลอม (เช่นระบบการค้าเสรี) ที่เอื้อต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกัน ประเทศใดในภูมิภาคเอเชียที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างโดดเด่น ประเทศญี่ปุ่นจะให้ความสนใจและหวังเป็นพันธมิตรกับประเทศนั้นๆ โดยหวังให้ประเทศเหล่านั้นเป็นฐานการผลิต เป็นแหล่งลงทุน และเป็นการขยายตลาดไปยังประเทศเหล่านั้นด้วย โดยทั่วไป บริษัทญี่ปุ่นจะ

ดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบในการพิจารณาการเข้าไปลงทุนยังประเทศกำลังพัฒนาที่มีศักยภาพมากกว่าจะไปลงทุนกับบริษัทจากประเทศตะวันตกหรือเกาหลีใต้ และที่ผ่านมา ญี่ปุ่นใช้กลยุทธ์การเป็นพันธมิตรกับบริษัทต่างชาติเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ได้ง่ายและเร็วขึ้นเพื่อเพิ่มจุดแข็งจากการเกื้อกูลกันกับพันธมิตร และเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อนำไปสู่ Economies of Scale เนื่องจากฐานลูกค้ามีขนาดใหญ่ขึ้น

ในอุตสาหกรรมการผลิต ญี่ปุ่นจะใช้กลยุทธ์เลือกบางประเทศเป็นฐานการผลิต โดยที่ตัวบริษัทแม่ที่ประเทศญี่ปุ่นจะทำหน้าที่วิจัยและผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่ม ขณะที่ให้บริษัทในเครือที่อยู่ต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในเอเชียเป็นฐานการผลิตสินค้าแบบ Mass production โดยชิ้นส่วนที่สำคัญเป็นพิเศษที่ต้องใช้ในการผลิตจะเป็นการนำเข้าจากบริษัทแม่ที่ญี่ปุ่น ขณะเดียวกันก็มีการใช้ชิ้นส่วนการผลิตในประเทศเหล่านั้นด้วย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มเป็นการลดต้นทุน

นอกจากการกระจายฐานการผลิตและการพัฒนาไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคแล้ว ญี่ปุ่นยังใช้นโยบายการจัดทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจกับประเทศในเอเชีย ทั้งนี้เนื่องจากการเจรจาการค้าภายใต้ WTO ไม่คืบหน้า ญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญต่อการผลักดันการเปิดเสรีโดยการจัดทำ FTA (Free trade agreements) และ EPA (Economic partnership agreements) ในรูปแบบทวิภาคีเหมือนประเทศสมาชิก WTO อื่นๆ เช่นกัน ปัจจุบัน ญี่ปุ่นได้ทำ FTA แล้วกับสิงคโปร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ สำหรับประเทศไทยก็ได้มีการลงนามในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น ไปแล้วเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2550 นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังได้จัดทำความตกลงการค้าเสรีกับประเทศนอกภูมิภาคเอเชียอย่างเม็กซิโกด้วย รวมทั้งยังให้ความสำคัญในการจัดทำ FTA กับซีลี, The Gulf Cooperation Council, อินเดีย, ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและเป็นแหล่งที่มาของปัจจัยการผลิต รวมถึงเป็นพื้นฐานเพื่อผลักดันให้เกิด FTA ทั่วทั้งทวีปเอเชีย ได้แก่ อาเซียน จีน เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น โดยเวทีสำคัญ ที่ญี่ปุ่นใช้ผลักดันแนวคิดนี้คือ ASEAN Plus 3 Summit ซึ่งญี่ปุ่นคาดว่า กรอบดังกล่าวจะหารือจนได้ข้อยุติภายในปี 2558 ทั้งนี้จากการที่ญี่ปุ่นเห็นความสำเร็จในการรวมตัวของ NAFTA (North American Free Trade Agreement) และ EU (European Union) ทำให้ญี่ปุ่นตระหนักถึงการความจำเป็นในการรวมตัวกันภายในภูมิภาค (Regional Integration) และต้องการให้มีการเปิดตลาด การใช้กฎเกณฑ์การลงทุน และมีความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ ร่วมกันในเอเชีย โดยเฉพาะทางแถบเอเชียตะวันออก

การที่ประเทศในแถบเอเชีย โดยเฉพาะจีนและประเทศอาเซียน มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูงในช่วงที่ผ่านมา และคาดว่าจะเป็นอย่างนี้ต่อไปในอนาคต ที่สำคัญเป็นผลมาจาก FDI จากญี่ปุ่น โดยเฉพาะ Capital Investment โดยการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ส่งผลให้ประเทศเหล่านี้มีรายได้ประชาชาติสูงขึ้น โดยสัดส่วนประชากรที่มีรายได้ต่อปีเกินกว่า 3,000 เหรียญสหรัฐฯ มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก ดังนั้น เอเชียจึงเป็นตลาดที่ญี่ปุ่นให้ความสำคัญมากขึ้น โดยในระยะหลัง ภาคเอกชนญี่ปุ่นได้ขยายการลงทุนโดยการสร้างโรงงานผลิตสินค้าไปยังประเทศใน

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เพื่อรองรับตลาดและเสริมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในท้องถิ่น

ในภาคธุรกิจบริการ ญี่ปุ่นก็มีแนวโน้มขยายตัวไปยังตลาดเอเชียเช่นกัน เหตุผลหลักคือ เพื่อให้บริการแก่บริษัทญี่ปุ่นที่ไปตั้งโรงงานผลิตสินค้ายังประเทศเหล่านั้น และเพื่อแสวงหาส่วนแบ่งทางการตลาด เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสจากตลาดที่ขยายตัวตามอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในแถบเอเชีย

นอกเหนือไปจากการขยายการค้าการลงทุนไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชียแล้ว ญี่ปุ่นยังทบทวนอัตราภาษีนิติบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษีท้องถิ่นที่จัดเก็บจากรายได้นิติบุคคล ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากลของอุตสาหกรรมญี่ปุ่น และเพื่อให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่น่าสนใจสำหรับบริษัทต่างชาติ

(2) การก้าวเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมระดับโลก (Global innovation center)

ท่ามกลางภาวะการแข่งขันจากโลกตะวันตกและการไล่กวดจากประเทศในเอเชีย ประเทศญี่ปุ่นจึงจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบด้านเทคโนโลยีที่ญี่ปุ่นมีอยู่แล้วเพื่อสร้างบรรยากาศการลงทุนแก่บริษัทและอุตสาหกรรมในประเทศให้สามารถผลิตสินค้าตัวใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงให้แก่ญี่ปุ่นให้ได้

เพื่อที่จะก้าวเป็นผู้ในระดับโลกในสาขานวัตกรรม จำเป็นอย่างยิ่งที่ญี่ปุ่นจะต้องกลับไปทบทวนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของตนอีกครั้งและทำการต่อยอดผลงานวิจัยของตนที่ผ่านมา นอกเหนือไปจากการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องแก่สินค้าที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่กำหนดไว้ใน New Industry Promotion Strategy อย่าง เซลล์เชื้อเพลิง (fuel cells), หุ่นยนต์, และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์แบบดิจิทัลแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังพยายามผลักดันให้มีการนำผลการวิจัยและพัฒนาในสินค้าที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคต (next-generation industries) มาใช้ให้เกิดผลอีกด้วย โดยสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคตที่ประเทศญี่ปุ่นต้องการผลักดันต่อไปได้แก่ แบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ในอนาคต, อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย, การนำเทคโนโลยีไปใช้ในเครื่องวัดต่อต้านมะเร็ง, และอุปกรณ์และยานยนต์ทางอากาศในอนาคต

นอกเหนือจากการสนับสนุนอุตสาหกรรมสมัยใหม่แล้ว ญี่ปุ่นยังให้ความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมที่ยังต้องพึ่งพิงตลาดภายในประเทศ โดยหวังว่าอุตสาหกรรมเหล่านี้จะสามารถก้าวสู่ตลาดระดับสากลในอนาคต อุตสาหกรรมภายในประเทศที่ญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร, อาหาร, สินค้าเครื่องใช้, แฟชั่น, รถไฟ และการท่องเที่ยว ญี่ปุ่นหวังว่าอุตสาหกรรมเหล่านี้จะเป็นที่รู้จักในระดับสากลได้ โดยวิธีที่ญี่ปุ่นใช้คือ การสร้าง brand ให้ติดตลาด การสนับสนุนสินค้าภายใต้ยี่ห้อของญี่ปุ่น และการช่วยสร้างความแข็งแกร่งทางการตลาดในระดับโลก ทางสำนักงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า (Trade and Economic Cooperation

Bureau) ของญี่ปุ่นเองก็เล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคในต่างประเทศที่มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นในไม่กี่ปีที่ผ่านมาอย่างจีน ใต้หวัน และประเทศอื่นๆ ในเอเชียว่าผู้บริโภคเหล่านี้มีความต้องการสินค้าทางทะเลและสินค้าทางการเกษตรที่มีความปลอดภัยมากขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้นจากญี่ปุ่น ดังนั้นรัฐบาลญี่ปุ่นร่วมกับกระทรวงเกษตร, ป่าไม้ และการประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) จึงพยายามเปิดตลาดและขยายตลาดไปยังต่างประเทศสำหรับกลุ่มสินค้าดังกล่าว ประเทศญี่ปุ่นพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้สินค้าเหล่านั้นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก โดยญี่ปุ่นได้พยายามสร้าง “Japan Brand” ขึ้นมาให้ได้

(3) การเพิ่มผลผลิตโดยการใช้ IT

ในอนาคต ประเทศญี่ปุ่นต้องการสามารถใช้ประโยชน์จาก IT ได้อย่างเต็มที่ โดยประเทศญี่ปุ่นตระหนักถึงการนำ IT ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูปองค์กรและธุรกิจ เพื่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตของทั้งประเทศ และรวมไปถึงการพัฒนาในหน่วยงานภาครัฐ อุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมการผลิตด้วย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ ประเทศญี่ปุ่นได้ใช้ระบบภาษีที่จะช่วยเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานทางข้อมูลข่าวสาร (Information infrastructure) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรม และใช้ระบบภาษีที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะทำให้เกิดการลงทุนด้าน IT และส่งเสริมระดับการใช้ประโยชน์จาก IT ของทุกบริษัทในญี่ปุ่น

2. Regional industrial strategy

นอกเหนือไปจากการสร้างความแข็งแกร่งทางการค้าการลงทุนระหว่างประเทศแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังหันมาให้ความสนใจที่จะฟื้นฟูให้เศรษฐกิจภายในประเทศกลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยรัฐบาลญี่ปุ่นพยายามใช้นโยบายฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจของแต่ละท้องถิ่น และพยายามหลีกเลี่ยงปัญหาความเจริญที่ไม่เท่าเทียมกันในแต่ละท้องถิ่นด้วย โดยวิสาหกิจที่ญี่ปุ่นให้ความสำคัญในการสนับสนุนเป็นพิเศษได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังพยายามปฏิรูปอุตสาหกรรมภาคบริการอีกด้วย

(1) การใช้นโยบายฟื้นฟูเศรษฐกิจของท้องถิ่น

ประเทศญี่ปุ่นพยายามฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่จะช่วยให้เศรษฐกิจของแต่ละท้องถิ่นในญี่ปุ่นสามารถมีการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ด้วยตัวเอง วิธีการที่ประเทศญี่ปุ่นใช้ได้แก่ การสนับสนุนการจัดตั้งบริการสาธารณะของท้องถิ่นที่ไม่ขึ้นกับรัฐบาล (Independent local public services) และสนับสนุนการใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นพิเศษแต่เกษียณไปแล้ว นอกจากนี้ ยังมีการทบทวนวิธีการจัดสรรรายได้ภาษี

อาคารรัฐบาลท้องถิ่น เพื่อให้แน่ใจว่ารัฐบาลท้องถิ่นได้ประโยชน์จากการปรับเพิ่มรายรับและลดรายจ่ายผ่านการปฏิรูปการบริหารจัดการภาษี

(2) การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รัฐบาลญี่ปุ่นมีนโยบายฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถสนับสนุนการจ้างงานและเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยภาครัฐจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น อาทิเช่น สินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตร, ป่าไม้ และประมงของท้องถิ่น และเนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการเจริญพันธุ์ต่ำและยังเป็นสังคมของผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงมีการสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจที่มีการใช้บุคลากรหญิงหรือเป็นบุคลากรสูงอายุในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

(3) การปฏิรูปภาคบริการ

เพื่อรักษาให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของชาติและของท้องถิ่นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง จึงมีความจำเป็นอย่างยั้งที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีนวัตกรรมเกิดขึ้นในภาคบริการ รวมถึงการใส่แคมเปญที่จะช่วยเพิ่มการผลิตในอุตสาหกรรมภาคบริการ ประเทศญี่ปุ่นให้ความสนใจแก่สาขาบริการที่คาดว่าจะมีทิศทางการเติบโตที่ดีในอนาคต เช่น บริการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือบริการที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ โดยสาขาบริการที่มีการออกมาตรการส่งเสริมเพื่อให้ธุรกิจนั้นๆ ก้าวหน้าและมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต ได้แก่

- บริการด้านสุขภาพ : จะมีการใช้ระบบใบรับรองทางธุรกิจ การติดต่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจนี้ในสาขานี้เป็นที่รู้จัก และส่งเสริมการใช้มาตรการป้องกันการเกิดมะเร็ง เป็นต้น
- บริการด้านการท่องเที่ยว : ส่งเสริมการใช้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆภายในท้องถิ่น การฝึกอบรมบุคลากร และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
- บริการรับเลี้ยงเด็ก : จะส่งเสริมการใช้ระบบความร่วมมือภายในท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในสถานรับเลี้ยงเด็ก
- บริการด้านการกระจายสินค้า : จะส่งเสริมการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และการสร้างมาตรฐานของการทำธุรกรรมภายในบริษัทที่ทำธุรกิจด้านนี้ และสนับสนุนการใช้ประโยชน์จาก IC Tag¹ ในการกระจายสินค้า

¹ IC Tag เป็นแผ่นป้ายขนาดเล็กที่ประกอบด้วย IC Microchip ขนาดประมาณ 1 มิลลิเมตร มีเสาอากาศแบบไร้สาย (wireless communication antenna) สำหรับบรรจุข้อมูลและสามารถอ่านผ่านสัญญาณจากเสาอากาศ เป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงทั้งในการบรรจุข้อมูลของสินค้า ง่ายต่อการตรวจสอบเช็คสต็อกและบริหารระบบการจัดจำหน่าย

ที่มา

Ministry of Economy, Trade and Industry. **New Economic Growth Strategy**. Available at

[http://www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/NewEconomicGrowthStrategy\(outline\).pdf](http://www.meti.go.jp/english/report/downloadfiles/NewEconomicGrowthStrategy(outline).pdf)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. **ทิศทางการค้าการลงทุนของญี่ปุ่นเพื่อศักยภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน**.

http://www.thaiceotokyo.jp/thai/index.php?option=com_content&task=view&id=416&Itemid=90