

เศรษฐกิจศาสตร์กับการดูงาน ในแดนอาทิตย์อุทัย

สวัสดีครับทุกท่าน เนื่องจากผมได้นำคณะนักศึกษาในหลักสูตรเศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหารไปดูงานยังเกาะฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น จึงอยากนำเรื่องราวที่ไปพบหรือได้ยินได้ฟังมาเล่าให้ท่านผู้อ่านฟังในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์นะคะ ก่อนอื่นจะขอเริ่มด้วยเรื่องที่น่าสนใจที่โกด์ของเราได้เล่าให้ฟังว่า คนญี่ปุ่นเขามีทัศนคติที่ดีกับคนไทยเป็นอย่างมาก ภายหลังเกิดภัยแผ่นดินไหวและสึนามิ เพราะประเทศไทยเป็นประเทศแรกๆ ที่ให้ความช่วยเหลือประเทศญี่ปุ่น โดยการช่วยเหลือด้านอาหารและเครื่องปั้นไฟ โกด์คนสวยได้เล่าถึงความประทับใจของชาวญี่ปุ่นที่มีต่อคนไทย โดยถ่ายทอดผ่านโฆษณาที่มีข้อความตอนหนึ่งว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา แต่ประเทศที่กำลังพัฒนานี้กำลังช่วยประเทศญี่ปุ่นที่พัฒนาแล้ว” โฆษณานี้มันับได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แปลงวิกฤตของประเทศเค้าให้เป็นโอกาสของบ้านเราในการแสดงไมตรีและให้ความช่วยเหลือจนเป็นที่น่าประทับใจอย่างยิ่ง เห็นโกด์บอกว่า นอกเหนือจากเรื่องที่ประเทศไทยได้ยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือประเทศญี่ปุ่นแล้ว คนไทยยังเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่เข้าไปเที่ยวญี่ปุ่น โดยไม่หวั่นเกรงต่อสารกัมมันตภาพรังสี ทำให้ชาวญี่ปุ่นซาบซึ้งใจอย่างมากในน้ำใจนักท่องเที่ยวไทย ทหารู้อะไรที่ไทยไม่ได้เก่งกล้าอะไรมาก เพียงแต่แพ็กเกจทัวร์ที่แสนไฮโซแต่ราคาถูกที่ทางญี่ปุ่นจัดมาเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว นั่นเป็นสิ่งที่ต้องตาต้องใจของพีไทย จนสารกัมมันตภาพรังสีใดๆ ก็ไม่อาจห้ามได้ โกด์เล่าให้ฟังว่า ในช่วงนั้นพอรู้ว่านักท่องเที่ยวเป็นคนไทย เวลาไปซื้อของอะไรก็ได้ของแถมติดมือกลับบ้านมาถุงใหญ่เลยทีเดียวนะ

ในการไปดูงานในครั้งนี้ ผมประทับใจและได้ตระหนักถึงความสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการสร้างสรรค์ ตลอดจนการปลูกฝังความมีระเบียบและรู้จักคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจในการใช้ทรัพยากรของคนญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ที่ดูงานแห่งแรกเป็นโรงงานเบียร์ยักษ์ใหญ่ กำลังการผลิตขนาดมหึมา แต่กลับใช้คนทำงานไม่กี่สิบคน โรงงานเงียบเชียบเรียบร้อย แต่ยอดขายมหาศาล เพราะให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิต จึงไม่ต้องปวดหัวเรื่องแรงงานขาดแคลนหรือการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ส่วนโรงงานฮอกไกโดก็ตกแต่งสถานที่เหมือนเมือง

เศรษฐกิจศาสตร์กับการดูงาน ในแดนอาทิตย์อุทัย



ในเทพนิยาย หีบห่อน่ารัก น่าชิมไปหมด จนอดเสียเงินซื้อไม่ได้ แม้กระทั่งการดูงานที่ตลาดปลา ซึ่งเป็นตลาดตอนเช้าที่ชาวฮอกไกโดมาเดินเลือกซื้อของสดจากทะเล ก็เห็นได้ว่ามีการนำเอาหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ มีการเปิดเพลงเพราะๆ จากส่วนกลางให้ฟัง สร้างบรรยากาศทั่วทั้งตลาด ไม่ใช่ต่างคนต่างเปิดตามรสนิยมส่วนตัวอย่างตลาดบ้านเราที่ฟังดูโง่งมโง่งเงไปหมด สถานที่ก็สะอาดและเป็นระเบียบ ไม่ได้พื้นแฉะตลอดทางอย่างบ้านเรา แม้กระทั่งถุงใส่ปลาแห้งที่ซื้อมาก็เป็นถุงกระดาษสีสันสดใสที่ดูมีระดับ ไม่ได้ใส่ถุงพลาสติกก๊อบแก๊บ

สำหรับ Highlight ของการดูงานในครั้งนี้ ผมและคณะได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมโรงงานแยกขยะเพื่อการ Recycle ซึ่งทำให้ผมตระหนักเลยว่า คนญี่ปุ่นเขามีระเบียบวินัยในการแยกขยะแต่ละประเภทมาก โดยแต่ละโรงงานต้องมีการแยกขยะภายในโรงงานก่อนทิ้งถึง 50 ประเภท ส่วนการเก็บขยะตามบ้านนั้น ก็มีการกำหนดชัดเจนว่าแต่ละวันในสัปดาห์จะเก็บขยะประเภท

เศรษฐกิจศาสตร์กับการดูงาน ในแดนอาทิตย์อุทัย

เศรษฐกิจศาสตร์กับการดูงาน ในแดนอาทิตย์อุทัย



โตบ้าง จะมาทิ้งผิดประเภทผิดวันไม่ได้ ขนาดขวดพลาสติกที่บรรจุน้ำอัดลมยังต้องล้างขวดก่อนทิ้งอีกด้วย เพราะจะเป็นการช่วยประเทศชาติลดต้นทุนในการกำจัดขยะ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกด้วย วิทยาการที่นั่นบอกว่ นิสัยที่ดีในการแยกขยะนั้น ญี่ปุ่นมีการปลูกฝังความมีระเบียบและรู้จักคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจในการใช้ทรัพยากรตั้งแต่ขั้นประถมแล้ว โดยให้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และลดการทำลายสภาพแวดล้อมอีกด้วย

นอกจากเรื่องต่างๆ ในการดูงานอย่างเข้มข้นในครั้งนี้ ก็ขอพูดถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อปิ้งสักเล็กน้อย เพราะในปัจจุบันค่าเงินเยนของญี่ปุ่นได้อ่อนค่าลงกว่าแต่ก่อนมากเมื่อเทียบกับสกุลเงินบาท (แสดงว่าเราใช้เงินบาทน้อยลงในการแลกเงินสกุลเยนนั่นเอง) จึงเป็นเหตุให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นที่ดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวไทยสังเกตได้จากกรุ๊ปทัวร์จากประเทศไทยไปลงที่ญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก จนทำให้ช่วงสงกรานต์ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวชมภูเขาไฟฟูจิที่ขึ้นชื่อ ได้เห็นทัศนียภาพโดยรอบเหมือนไปเขาใหญ่

✓ กับเศรษฐกิจ

พศ.ดร.สราศาสตร์ สุขเจริญสิน
คณะพัฒนศาสตร์เศรษฐกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
www.econ.nida.ac.th

เวลาไปดิสนีย์แลนด์ก็ไม่แน่ใจว่าอยู่ดริมเวิลด์หรือเปล่า เพราะมีแต่คนไทยเต็มไปหมด โดยคนไทยก็ขึ้นชื่อมากเรื่องการจับจ่ายใช้สอยของฝากขึ้นชื่อทั้งหลายถูกคนไทยกวาดเกลี้ยงทุกห้างร้าน และเป็นที่น่าแปลกใจสำหรับผมมากกว่า ประเทศญี่ปุ่นที่ชาตินิยมมาก และไม่พูดแม่แต่ภาษาอังกฤษ แต่พ่อค้าแม่ค้ากลับทักทายคนไทยว่าสวัสดีอย่างคุ้นเคย และยังมีผลิตภัณฑ์ที่หนึ่งที่ผมเห็น ทำป้ายตั้งหน้าห้างเป็นข้อความภาษาไทยที่ยาวมากกว่า “มอบแด่คนสำคัญของคุณ ด้วยขนมที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งจากฮอกไกโด” อีกด้วย

ซึ่งในเรื่องของฝากจากประเทศญี่ปุ่นนี้ แต่ละที่จะมีเอกลักษณ์ของตน พยายามสร้างความแตกต่าง (Differentiation) สำหรับแต่ละสถานที่ เช่น Tokyo Banana หรือ Hokkaido Premium Potato เป็นต้น ต่างจากบ้านเราที่ขาดการส่งเสริมให้คนไทยตระหนักถึงของดีจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ไม่ค่อยได้นำหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของเราเลย ไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน อย่างขนมโมจิก็มีไปซะเกือบทุกจังหวัด จนไม่รู้ว่าเป็นของดีจังหวัดไหนกันแน่ ซึ่งเรื่องบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ (Packaging) นั้น เป็นอีกเรื่องที่ต้องชื่นชมประเทศญี่ปุ่น ที่แสดงถึงความประณีต และทำให้ขนมเหล่านั้นมีคุณค่าเพิ่มขึ้น สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจหีบห่อที่เลิศหรูดูมีชาติตระกูลมากกว่ารสชาติ ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบ้านเรานั้น จะแสดงถึงความพยายามในการบรรยายสรรพคุณเต็มหน้ากล่องกระดาษ

สุดท้ายนี้ เหล่านักซื้อปคงช่วยให้ญี่ปุ่นประทับใจคนไทยในฐานะมิตรแท้ยามเศรษฐกิจตกสะเก็ดอีกเช่นเคย ช่วยให้ประเทศญี่ปุ่นได้ดูแลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดดีขึ้น จนทำให้ผมคาดเดาว่า อาจจะมีการผลิตโฆษณาชิ้นใหม่ที่มีข้อความว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา แต่ประเทศที่กำลังพัฒนานี้กำลังซื้อกระจายช่วยประเทศญี่ปุ่นที่พัฒนาแล้ว” ■