

แรงงานต่างชาติ

เป็นสิ่งที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นขาดไม่ได้

พศ.ธวัชสรรค์ เลิศโนสสัย

คณ.บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

E-mail: orbusiness@hotmail.com

ใป็นี่ คาดว่า **คนต่างชาติที่ทำงานในญี่ปุ่น มีโอกาสที่จะเกินกว่า 1 ล้านคน** ทั้งนี้ไม่ว่า อุตสาหกรรมรถยนต์ ก่อสร้างหรือแม้แต่ค้าปลีก ล้วนแต่ขาดแรงงานต่างชาติไม่ได้ ในขณะที่เดียวกัน แรงงานที่ขาดทักษะ เริ่มจะมีขีดจำกัด คนต่างชาติที่เข้ามาทำงานเริ่มมีความคิดที่จะสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้แก่ชีวิตของตนเอง

ในปี 2015 คนต่างชาติที่ทำงานในญี่ปุ่นเกินกว่า 9 แสนคน เทียบกับปี 2010 แล้ว เพิ่มขึ้น 1.4 เท่า และน่าจะถึง 1 ล้านคน ในไม่ช้านี้ ธุรกิจที่ใช้แรงงานต่างชาติมากที่สุด คือ ธุรกิจค้าส่ง และค้าปลีก ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นถึง 1.8 เท่า ในขณะที่เดียวกัน ธุรกิจก่อสร้าง เพิ่มขึ้นถึง 2.1 เท่า

ตัวอย่าง รูปแบบการจ้างงานส่วนใหญ่ นั้น จะเป็นรูปแบบ “การฝึกงานเทคนิคชาวต่างชาติ” เพื่อถ่ายทอดทักษะไปยังประเทศที่กำลังพัฒนาใหม่ ผ่านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ซึ่งความเป็นจริงก็คือรูปแบบของการจ้างงาน โดยระบบอยู่ได้ยาวที่สุดคือ 3 ปี แล้วก็จะมีการสับเปลี่ยนบุคคลากร

อัตราส่วนของแรงงานต่างชาติ ต่อแรงงานญี่ปุ่นนั้น **อุตสาหกรรมที่มีอัตราส่วนสูงที่สุด คือ อุตสาหกรรมการผลิต** (ซึ่งแต่เดิมมักจะเป็นคนญี่ปุ่นสัญชาติบราซิล) จะมีคนต่างชาติ 1 คน ต่อ 35 คน ซึ่งคนต่างชาติที่ทำงานนั้นไม่ใช่เพียงแรงงานที่ทำงานเท่านั้น แม้แต่บริษัทออกแบบ ก็ยังมีวิศวกรออกแบบที่เป็นชาวเมียนมาร์ ที่จบวิศวกรรมศาสตร์จากมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกัน **ธุรกิจบริการร้านอาหาร** มีคนต่างชาติ 1 คน ต่อ 37 คน **ธุรกิจสื่อสาร** มี 1 คนต่อ 58 คน **ธุรกิจการขนส่ง** 1 คนต่อ 92 คน รองลงไปคือ **ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก** 1 คนต่อ 94 ถ้านับจำนวนคน ธุรกิจการผลิตจะมีมากที่สุดถึง 2.95 แสนคน รองลงไปคือธุรกิจค้าส่งค้าปลีกมี 1.13 แสนคน

มีตัวอย่างบริษัทที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ในการจ้างพนักงานชาวต่างชาติ บริษัทนี้มีพนักงานชาวต่างชาติ ประมาณ 30% มีสัญชาติที่แตกต่างกันถึงประมาณ 30 สัญชาติจากแอฟริกา เช่น เคนยา แทนซาเนีย คาเมรูน คองโก ต่างๆ มากที่สุด ในบรรดาบริษัทญี่ปุ่น บริษัทนี้เป็นบริษัทขนาดกลาง ที่บริหาร E-commerce website วิทยณ์มือสอง มีการทำธุรกิจกับ 124 ประเทศ ซึ่งประมาณกว่า 30% จะอยู่ในแอฟริกา เป้าหมายของคุณยามากกว่า ผู้ก่อตั้ง และประธานบริษัทก็คือจะเป็น EC site ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นั่นไม่ใช่ราคาแต่ความนิยมต่อบริษัทนี้ในแอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกาใต้ มีสูงมาก Page View (PV) ต่อเดือนนั้นมีถึง 50 ล้าน view ในบางประเทศในแอฟริกา PV ขึ้นถึง 1 ใน 10 ด้วยซ้ำไป ผลประกอบการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทก่อตั้งมาเป็นปีที่ 11 ในปี 2015 มียอดขายสูงกว่าปีก่อนถึง 38% สามารถทำรายได้ และกำไรเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เศรษฐกิจไม่มีการเติบโต คาดว่าในปี 2016 จะมียอดขายถึง 1.6 แสนคน มากกว่า 6 ปีก่อนถึง 66 เท่า การทำธุรกิจกับประเทศต่างๆ ย่อมต้องการพนักงานต่างชาติที่สามารถตอบโต้ด้วยภาษาท้องถิ่นนั้นๆ แต่ละคนจะบุกเบิก dealer ใหม่ๆ หรือพัฒนา Business model ใหม่ๆ นั่นคือ บทบาทของพนักงานชาวต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นก็ไม่ง่ายที่จะรับคนต่างชาติเข้ามาได้ง่ายๆ เพราะว่ายังมีประเทศอื่นๆ ที่พัฒนาแล้วที่ขาดแคลนยังมีมาก ในเอเชียจะมีสิงคโปร์ ฮองกง เกาหลีใต้หรือไต้หวัน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีอัตราการเกิดประมาณ 1% ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า จะต้องมีการแย่งชิงแรงงานต่างชาติ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ญี่ปุ่นต้องมิกกลยุทธ์ที่จะทำให้สามารถให้แรงงานต่างชาติ ้วยหนุ่มสาวมาทำงานที่ญี่ปุ่น ดังนั้นญี่ปุ่นจึงต้องตัดสินใจครั้งใหญ่ ในเรื่องการรับชาวต่างชาติเข้ามาทำงาน คือจะเป็นแนวทางเดิมที่รับชาวต่างชาติเข้ามา “อย่างช่วยไม่ได้” เพราะ

ขาดแคลนแรงงานหรือว่ารับเข้ามาเป็นพลังใหม่ที่มีความหลากหลาย เพื่อแก้ปัญหาของธุรกิจหรือสังคม แบบหลังเท่านั้น จึงจะเรียกว่า “Imi (gration)-nomics” ที่เป็นกลยุทธ์การเจริญเติบโต สร้างความคึกคักให้แก่เศรษฐกิจ ภาคธุรกิจท้องถิ่นของญี่ปุ่นอย่างแท้จริง

