

Human Resources in Asia

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงใจ หล่อธนะวนิชย์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หนุ่มสาวในอาเซียน

โลกาภิวัตน์ทำให้อินเทอร์เน็ตแพร่หลาย การบริโภคของคนในเอเชียจึงคล้ายคลึงกัน รับประทานอาหาร จิบกาแฟ ร้านเดียวกัน ใช้สินค้าเหมือนกัน เข้าถึงข้อมูลเดียวกัน ข้อมูลด้านแฟชั่นไลฟ์สไตล์แพร่หลายถึงกันอย่างรวดเร็ว ไม่นานมานี้ ผู้เขียนมีโอกาสไปเมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์ เห็นหนุ่มขายอาหารริมทางก้มหน้าก้มตาเล่นโซเชียลมีเดียตอนที่ไม่มีลูกค้า หนุ่มสาวพากันไปทานขนมปัง ชานม กาแฟ ที่ร้านกาแฟสมัยใหม่ที่เป็นร้านสาขาจากสิงคโปร์ และร้านสาขาจากยุโรป มาเปิดหน้าห้างสรรพสินค้าหรูใจกลางย่างกุ้ง สินค้าอุปโภคบริโภคที่วางขายในร้านมินิมาร์ทเมืองย่างกุ้งผลิตในไทยมีมากกว่าครึ่งหนึ่งของสินค้าที่วางในร้าน สินค้าอะไรที่ฮิตในกรุงเทพฯ ก็จะไปถึงเมียนมาร์อย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันประชากรหนุ่มสาวในอาเซียนส่วนใหญ่มี ส่วนอายุเฉลี่ย 20-29 ปี หนุ่มสาวชาวไทยมีอายุเฉลี่ย 35.1 ปี (ในขณะที่หนุ่มสาวชาวญี่ปุ่นมีอายุเฉลี่ย 45.8 ปี) อินโดนีเซีย 28.9 ปี เวียดนาม 28.7 ปี เมียนมาร์ 27.6 ปี มาเลเซีย 27.4 ปี และฟิลิปปินส์ 23.3 ปี จากข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าหนุ่มสาวชาวไทยอายุเฉลี่ยทั้งห้าประเทศอื่นในอาเซียน และในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมที่มีแรงงานสูงอายุตามติด

สิงคโปร์

คอลัมน์นี้พูดถึงไลฟ์สไตล์ของคนหนุ่มสาวในอาเซียน จากข้อมูลใน Special Edition Nikkei Business 2013 ผลการสำรวจของบริษัทโฆษณาญี่ปุ่นศึกษาไลฟ์สไตล์หนุ่มสาวในอาเซียน พบว่ามีจุดร่วมคือ ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Boom) เครื่องใช้ไฟฟ้า ซีรีส์ และ K-POP แพร่หลายรวดเร็ว แฟชั่นเครื่องสำอาง ร้านอาหารเกาหลีเริ่มได้รับความนิยม ส่วนหนุ่มสาวในอาเซียนที่สนิทสนมกับญี่ปุ่นอย่าง ไทย การดู แอนิเมชัน รถยนต์ และอาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มมากขึ้น ใช้ LINE เพิ่มขึ้นจนกลายเป็น App ที่ขาดไม่ได้ และใช้ SNS Facebook กันอย่างแพร่หลาย

ลักษณะเด่นของหนุ่มสาวเวียดนาม ประชากร 80 ล้านคน คาดว่าปี 2030 จะมีประชากร 100 ล้านคน เป็นประเทศที่มีอนาคต เพราะหนุ่มสาวอายุต่ำกว่า 29 ปี มีมากกว่า 50% ปัจจุบัน “มอเตอร์ไซด์ มือถือ งาน” เป็นสามสิ่งที่หนุ่มสาวเวียดนามต้องการ เพราะสามสิ่งนี้จะช่วยยกระดับสถานะทางสังคม เพราะคนในสังคมนี้มักตัดสินคนด้วยวัตถุ ใส่ใจกับสายตาคอนนอกที่มองเห็นว่าการงานและชีวิตส่วนตัวเป็นเรื่อง

สำคัญ เพื่อให้ได้งานดีจึงต้องพยายามเรียนรู้พัฒนาตนเอง รักการแสวงหาความรู้ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของหนุ่มสาวที่นี่ แม้ทำงานบริษัทก็จะไปเรียนเสริมทักษะด้านภาษาและการบริหาร เพราะเป็นสังคมที่คนเชื่อว่าการเรียนรู้และวุฒิบัตรเป็นเครื่องมือที่จะเป็นผู้นำ และอยู่รอดในสังคมที่มีการแข่งขัน ลักษณะทั่วไปของคนเวียดนามคล้ายคนจีนสังคมนิยมที่ยั่งยืน และให้ความสำคัญกับสถานภาพทางสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่สาวเวียดนามชื่นชอบ

ลักษณะเด่นของหนุ่มสาวเวียดนาม มีความตั้งใจจริงจัง มีความสามารถ สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้มีจำนวนมาก จุดนี้อาจช่วยให้ประเทศพัฒนาได้เร็ว สัดส่วนคนเรียนต่อมหาวิทยาลัยต่ำกว่าร้อยละ 10 ปัจจุบันคนจบมหาวิทยาลัยหางานทำในบริษัทยาก จึงหันมาทำงานโรงงาน ดังนั้น คนทำงานในโรงงานส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น เป็นแรงงานในโรงงานที่มีคุณภาพสูง

ลักษณะเด่นของหนุ่มสาวชาวอินโดนีเซีย ประชากร 244 ล้านคน มีวิถีคิดและพฤติกรรมที่หลากหลาย ใช้ SNS ล้ำหน้าในเรื่อง Facebook มีผู้ใช้ 48 ล้านคน เป็นอันดับ 4 ของโลกทั้งที่เริ่มใช้ Facebook ในปี ค.ศ. 2007-2008 เทรนด์ล่าสุดของ SNS "Path" เป็น App ที่ได้รับความนิยมมาก รodynต์เป็นปัจจัยสำคัญ นิยมซื้อรถมินิแวนที่ดูดีมีดีไซน์ เหมาะกับครอบครัวขนาดใหญ่ สาวอินโดนีเซียสนใจแฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้ากันมากขึ้น ชื่นชอบ K-POP ถึงกับเดินทางไปดูการแสดงคอนเสิร์ตที่จัดแสดงที่สิงคโปร์ เช่นเดียวกับหนุ่มสาวชาวมาเลเซียที่รับวัฒนธรรมเกาหลีผ่านซีรีส์ละคร ชื่นชอบ

K-POP เครื่องสำอาง มีผู้ใช้มือถือซัมซุงมากขึ้น

ลักษณะเด่นของหนุ่มสาวชาวฟิลิปปินส์ ประเทศที่มีประชากร 96 ล้านคน นับถือศาสนาคริสต์คาทอลิกเกินร้อยละ 90 และเป็นคนเชื้อสายมาเลย์ร้อยละ 90 คนฟิลิปปินส์นิยมมีลูกเยอะ เพราะศาสนาคริสต์คาทอลิกมีข้อห้ามคนทำแท้ง ดังนั้นประเทศนี้จึงไม่เจอปัญหาสังคมสูงอายุ หนุ่มสาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับชุมชน เพื่อนบ้าน เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน กระตือรือร้นร่วมกิจกรรมของชุมชนคาทอลิก คนเชื้อสายมาเลย์ในฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ใช้ SNS แพร่หลาย SNS ขยายตัวรวดเร็วก็เพราะลักษณะเด่นของชาวมาเลย์ที่มีความสัมพันธ์เหนียวแน่น คนฟิลิปปินส์ที่ทำงานต่างประเทศจะส่งเงินกลับบ้านและสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์และส่งให้ครอบครัวที่บ้านเกิด วัฒนธรรมอเมริกาซึมเข้าสายเลือด วัฒนธรรมเกาหลี ญี่ปุ่นจึงไม่ค่อยได้รับความนิยม

ไลฟ์สไตล์ของคนหนุ่มสาวอาเซียนในยุคโลกาภิวัตน์ มีจุดร่วมคล้ายกันดังข้อมูลข้างต้น แต่ที่น่าคิดต่อคือภาพหนุ่มสาวอาเซียนในอนาคตที่น่าจะมีสองกลุ่มประเทศคือ กลุ่มประเทศที่มีประชากรเกิดมากกับกลุ่มประเทศที่ประชากรเกิดน้อย กลุ่มแรกเป็นกลุ่มประเทศที่มีคนเชื้อสายมาเลย์มาก อย่างเช่น กลุ่มประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ จะไม่เจอปัญหาขาดแคลนแรงงานหนุ่มสาว เพราะโดยทั่วไปนิยมมีลูกเยอะ แต่กลุ่มประเทศในอาเซียนมีแนวโน้มจะขาดแคลนแรงงานหนุ่มสาวเพราะคนมีแนวโน้มแต่งงานช้าและมีลูกน้อย ซึ่งสิงคโปร์ ไทย อยู่ในกลุ่มนี้ สิ่งที่ยากชวนคิดต่อคือว่า เราวางยุทธศาสตร์ด้านคนอย่างไรจึงจะมีแรงงานมาขับเคลื่อนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจให้เติบโตต่อเนื่อง **A**

