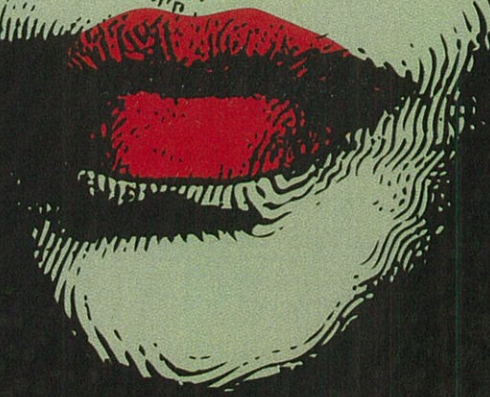


MarketPlus

Vol.5 Issue 49 : August 2013

www.marketplus.in.th



SUPER MOM The Real Influencer



SRH 80.-



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ
ด้วยประสบการณ์ 25 ปี
ในการบริหารยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด
แบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กร จนถึงระดับชาติ
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
กับตำแหน่งที่หลากหลายทั้งด้านธุรกิจ สังคม
และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ
และนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย
www.drphot.com

จับตา Gen Y

อิทธิพลและเหตุผล ที่ต้องทำความเข้าใจ และเข้าใจให้ลึกซึ้ง

ทุกวันนี้ทิศทางทั้งการจัดการองค์กรและการตลาด สำหรับแบรนด์ชั้นนำของโลกต่างให้ความสนใจกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เราต้องไปเกี่ยวข้อง โดยใช้หลักประชากรศาสตร์ อันเป็นแขนงหนึ่งของวิชาทางด้านสังคมวิทยา ด้วยการนำเอาเกณฑ์ช่วงอายุ (Generation) มาใช้สำหรับแบ่งคนออกเป็นกลุ่มๆ มาใช้ร่วมกับการศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตประจำวัน ความสนใจรวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาซึ่งการบริหารองค์กร กำหนดยุทธศาสตร์ จัดการทรัพยากรแบรนด์ และการตลาด เพื่อพัฒนาให้เติบโตและได้ผลดีมากที่สุด

ยุทธศาสตร์ในการจัดการองค์กร การขับเคลื่อนทั้งภายในและภายนอก ต้องมีการผสมผสานสอดคล้องไปด้วยกัน ผู้บริหารองค์กรต้องเพิ่มความลึกซึ้งยิ่งขึ้น นักบริหารทรัพยากรบุคคลก็จำเป็นต้องรู้คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มคนที่ทำงานในองค์กร ขณะที่นักการตลาดก็มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเพียงพอ เพื่อกำหนดสินค้าหรือบริการที่เหมาะสม ผู้บริหารแบรนด์ก็สนใจกับการสื่อสารเพื่อเพิ่มการสัมพันธ์ให้ตรงกับทั้งรูปแบบการใช้ชีวิต ประสบการณ์ ทัศนคติของแต่ละช่วงอายุในกลุ่มนั้นๆ นั่นเอง

จับตามอง Gen Y

Generation Y ในปัจจุบันได้แก่กลุ่มที่เกิดในช่วงปี 1980 - 2000 มีช่วงอายุระหว่าง 13-35 ปี โดยประมาณ ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์และดิจิทัล กลุ่มที่เป็นลูกของพวก Generation X ที่มีค่านิยมความคิดที่แตกต่างไปจากความเห็น หรือพฤติกรรมการใช้ชีวิตของพ่อแม่ และปู่ ย่า ตา ยาย ที่เป็น Generation ถัดๆ ขึ้นไป ซึ่งชีวิตจะมีกรอบความคิดเป็นมาตรฐานมากกว่า



Gen Y จัดว่าเป็นกลุ่มวัยที่อยู่ในสถาบันการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษา อุดมศึกษา จนถึงการก้าวเข้าสู่วัยทำงาน กลุ่มนี้มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบการดำรงอยู่ภายใต้เงื่อนไข หรืออยู่ในกรอบที่จำกัด กล้าแสดงออก ต้องการความชัดเจนของการเป็นเหตุเป็นผล มีความสามารถทางด้านการติดต่อสื่อสาร และสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน

● บทบาทของ Gen Y

จากความเจริญทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จึงทำให้การขยายตัวของภาคธุรกิจเติบโตขึ้นโดยลำดับ ความต้องการของบุคลากรที่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีนับเป็นสิ่งที่จำเป็น ขณะเดียวกัน ความต้องการทางการบริโภคก็มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ตอบรับกับความต้องการกับสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ปรับตัวตามไปด้วย กลุ่มคนนี้นิยมเปิดรับข้อมูลต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ช่วงในวัยที่กำลังเติบโตขึ้น กำลังเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง และมีอิทธิพลต่อธุรกิจและการเติบโตของแบรนด์ต่างๆ ในอนาคต การจับทิศทางของกระแสความต้องการผู้บริโภคและการทำงานร่วมกับ Gen Y ซึ่งจะเป็นช่วงชีวิตที่สำคัญ และมีบทบาทต่อระบบการศึกษา ภาคธุรกิจ ภาครัฐ การทำงานภาคอิสระต่างๆ มากมาย จากอัตราการเกิดของประชากรในยุคถัดมาที่ลดลงอย่างมาก คนเหล่านี้จึงเป็นกลุ่มประชากรขนาดใหญ่ของโลกผู้ที่จะมีขับเคลื่อนในหลากหลายมิติ ทั้งการผลิต การบริโภคที่จะมีอิทธิพลและส่งผลต่อการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอีกไม่น้อยกว่า 20 ปี จึงต้องมีการศึกษาอย่างลึกซึ้ง

● พนักงาน Gen Y

ในที่ทำงานส่วนใหญ่จะพบว่าพนักงาน Gen Y เปลี่ยนงานบ่อย ขาดความอดทน และพร้อมจะเปลี่ยนแปลงหากพบว่างานที่ทำไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวัง กลุ่มเหล่านี้ชอบสังคม สนุกสนาน ใช้เทคโนโลยีคล่องแคล่ว พูดจาตรง การยึดตัวเองเป็นศูนย์กลางมากกว่าสังคม ใจร้อน อันเป็นผลมาจากการใช้เทคโนโลยีที่สนองตอบได้ทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การเรียน การค้นคว้า การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ การพักผ่อนด้วยเกมส์ ความบันเทิงผ่านระบบดิจิทัล แม้กระทั่งการทำงาน ก็ใช้เทคโนโลยีมากกว่าเครื่องมืออื่นๆ ที่อาจต้องใช้ การปฏิสัมพันธ์ในมิติที่แตกต่างกันมาโดยตลอด การทำงานร่วมกับคน Gen Y มีประเด็นที่ควรสนใจ ได้แก่

- **การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน**
หัวหน้างานจะต้องสามารถอธิบาย สื่อสารรายละเอียดในงานที่ปฏิบัติต้องให้มีความชัดเจน ทั้งวิธีการทำงาน ผลที่ต้องการ และวัตถุประสงค์ ดังนั้น การให้เป้าหมายที่ชัดเจนจึงส่งผลสำเร็จในเนื้องานของ Gen Y

- **การเปิดโอกาสให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์**
ในรูปแบบของการทำงานที่ผ่านมาอาจมีหลายวิธีที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ การเปิดโอกาสให้ Gen Y นำเสนอรูปแบบงานใหม่ๆ หรือการสร้างบรรยากาศให้เกิดการแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้มีการแสดงออกและสนใจต่อความคิดริเริ่มที่ทันสมัย เพื่อสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นใหม่

- **การสร้างการยอมรับและการพัฒนา**
งานร่วมกัน แรงกระตุ้นที่สำคัญของ Gen Y คือ การได้รับการยอมรับในผลงาน ชื่อเสียง ความสำเร็จ ร่วมกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถ การเรียนรู้ เช่น การให้โอกาสไปเข้า

ศึกษาหลักสูตรที่น่าสนใจ เรียนรู้ประยุกต์จากวิทยาการใหม่ๆ มีการมอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถ ย่อมจะเป็นการสร้าง ความภูมิใจของการให้พัฒนาการดังกล่าว

- **ผลประโยชน์ตอบแทนเหมาะสมและมีเหตุผล** การที่ Gen Y ได้ทำงานจนประสบความสำเร็จ ย่อมหมายความว่า เขาต้องการประโยชน์ของผลความสำเร็จนั้น เช่น การได้รับค่าตอบแทน ชะเมย การเลื่อนตำแหน่ง ค่าตอบแทน สิทธิต่างๆ หรือรางวัลในเชิงสัญลักษณ์ที่เขาจะได้รับ ซึ่งต้องมีเหตุผลชัดเจนและชี้แจงได้

- **ทำงานกับองค์กรมีชื่อเสียงหรือเป็นมืออาชีพไม่ใช่ ขนาดขององค์กร** คน Gen Y ต้องการงานโดยไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่อีกต่อไป แต่สนใจที่จะลงลึกถึงการเป็นมืออาชีพ มีความน่าสนใจเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ที่มีความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน ขณะเดียวกันก็พร้อมที่จะเป็น ผู้ประกอบการเองเมื่อคิดว่าจะมีความพร้อมเพราะโมเดลของธุรกิจ มีความเล็กลง



ลูก้า Gen Y

Gen Y ส่วนใหญ่เติบโตแบบครอบครัวที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น จดเย็นและแนวคิด ตลอดจนรูปแบบการใช้ชีวิตของเขาจึงไม่ยึดติด มองว่าพวกเขาสามารถขับเคลื่อนสังคมไปได้ ขณะเดียวกันก็โหยหาความอบอุ่น สายใยความสัมพันธ์ สนใจข้อมูลจำนวนมากที่เชื่อถือได้ในการตัดสินใจกับสิ่งต่างๆ ใช้ตัวเลือกในการตัดสินใจ อีกทั้งมีการวางแผนการใช้เงิน การพักผ่อน หลังทำงานอย่างหนัก และการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับความเร่งรีบ

- **รักง่าย เปลี่ยนใจเร็ว** Gen Y สนใจที่จะเปิดรับความแปลกใหม่จากนวัตกรรมและกระแสสังคม อีกทั้งข้อมูลการสื่อสารก็ทำให้ไม่ยึดติดกับแบรนด์ หรือลักษณะการใช้งานใดนานๆ หากไม่ตอบสนองความต้องการก็พร้อมที่จะปรับตัวกับสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงแบรนด์ได้อย่างรวดเร็ว หากพบว่าแบรนด์อื่นตอบสนองความต้องการทั้งกับตนเองและสังคมได้มากกว่า

- **การใช้ชีวิตแบบมีเครือข่าย** Gen Y เป็นกลุ่มที่เชื่อว่าการมีเครือข่ายหรือการมี Network เป็นสิ่งสำคัญต่อการใช้ชีวิต ซึ่งอาจจะมีหลากหลายกลุ่ม ความแตกต่างกันของเพื่อนและเครือข่าย และสนองตอบในแต่ละวัตถุประสงค์ สนใจการสร้างความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสัมพันธ์ทั้งการใช้สถานที่ และบนโลกดิจิทัล แล้วต่อยอดจากความสัมพันธ์เหล่านั้นเป็นธุรกิจได้

- **วางแผนการใช้ชีวิตในระยะยาว** แต่กล้าจ่ายถ้ามีเหตุผลเพียงพอ Gen Y สนใจเรื่องความสุขในการใช้ชีวิต และการให้รางวัลตอบแทนหลังจากทำงานอย่างทุ่มเท จะต้องใช้ชีวิตที่คุ้มค่า มองว่าการมีเงินจำนวนมากไม่สำคัญเท่ากับการมีความสุขในชีวิต แต่ก็สนใจเรื่องการลงทุนและการวางแผนการใช้ชีวิตในระยะยาว

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นถึงค่านิยมและทัศนคติของกลุ่ม Gen Y ที่จะมียุทธศาสตร์สำคัญในการมีส่วนร่วมผลักดันสังคมทั้งในภาคส่วนต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการขึ้นและแสดงความคิดเห็นสู่สาธารณชน หรือสังคมที่เขาใช้ชีวิต อีกไม่น้อยกว่า 20 ปี ข้างหน้า จากสภาวะแวดล้อมจะทำให้มีพลังในตัวเองมาก ซึ่งส่วนใหญ่สนใจที่จะคิดนอกกรอบและมีความมั่นใจในตัวเอง ดังนั้น การบริหารธุรกิจ องค์กร และแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จ โดยศึกษาแนวคิดของคน Gen Y จึงเป็นประเด็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง