

ดีลอยท์เผยผลสำรวจล่าสุดชี้ชัด คนกลุ่มมิลเลนเนียลมีความรู้สึกต่อธุรกิจเปลี่ยนไป ไม่มั่นใจว่าพร้อมสำหรับโลกยุค 4.0



- กลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลและเจนซี มีความจงรักภักดีต่อองค์กรลดน้อยลง รวมถึงความมั่นใจที่มีต่อธุรกิจก็ลดลงด้วยเช่นกัน
- ผู้ตอบผลสำรวจไม่มั่นใจในแรงจูงใจในการทำธุรกิจ จรรยาบรรณ และขอให้ผู้นำธุรกิจสร้างผลกระทบเชิงบวกกับสังคมในวงกว้าง
- เมื่อความจงรักภักดีของกลุ่มมิลเลนเนียลลดลง ความหลากหลายและความยืดหยุ่น จะเป็นหัวใจสำคัญในการดึงคนเก่งให้อยู่กับองค์กร ในยุคที่ Gig economy หรือระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยงานแบบอิสระไม่ใช่งานประจำ มีการขยายตัวอย่างมาก
- กลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลและเจนซี รู้สึกว่าตัวเองไม่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุค 4.0 และต้องการให้องค์กรช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อความสำเร็จ

กรุงเทพ 25 มิถุนายน 2561, จากผลสำรวจ Deloitte Millennial Survey ครั้งที่ 7 พบว่า เมื่อปีแห่งความเปลี่ยนแปลงในเรื่องภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical) และสังคมโลกได้ผ่านพ้นไป กลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลและเจนซีต่างส่งสัญญาณเตือนถึงภาคธุรกิจให้ร่วมกันเร่งมือสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับโลก แม้ว่าธุรกิจบางแห่งจะเริ่มหันมาให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องสังคม แต่กระนั้น กลุ่มมิลเลนเนียลเองกลับเกิดความเคลือบแคลงในเรื่องของแรงจูงใจและจรรยาบรรณในการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้น และนั่นเป็นเสียงจากคนกลุ่มมิลเลนเนียลที่เข้าร่วมการสำรวจรวมทั้งสิ้น 10,455 คน จาก 36 ประเทศ รวมถึงคนกลุ่มเจนซีที่เพิ่งเริ่มเข้าทำงานอีกจำนวน 1,850 คนจาก 6 ประเทศก็ได้เข้าร่วมตอบผลสำรวจในครั้งนี้เช่นกัน

จากผลสำรวจ Deloitte Millennial Survey สองปีที่ผ่านมา พบว่า คนกลุ่มมิลเลนเนียลรู้สึกในทางที่ดีกับแรงจูงใจและจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ แต่ผลจากการสำรวจในปี 2018 กลับพบว่าตรงกันข้าม โดยความเห็นเรื่องธุรกิจลดลงถึงระดับต่ำสุดในรอบ 4 ปี ผลสำรวจล่าสุดพบว่า มีกลุ่มมิลเลนเนียลเพียงร้อยละ 48 ที่ยังเชื่อว่าองค์กรประกอบธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ เมื่อเทียบกับปี 2017 มีจำนวนถึงร้อยละ 65 นอกจากนี้ มิลเลนเนียลร้อยละ 42 ยังเชื่อว่าผู้บริหารธุรกิจนั้นมีความมุ่งมั่นในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งตัวเลขดังกล่าวลดลงจากร้อยละ 62 ในปีที่แล้ว

ประเด็นที่ถือเป็นจุดสำคัญตลอดการทำสำรวจอย่างต่อเนื่อง 6 ปีที่ผ่านมา คือ ในการสำรวจครั้งนี้กลุ่มมิลเลนเนียล รวมถึงกลุ่มเจนซีให้ความสำคัญกับบทบาทของธุรกิจที่มีต่อสังคม และเชื่ออย่างมากว่า ความสำเร็จของธุรกิจนั้นไม่ได้มองกันแค่เพียงเรื่องของผลประโยชน์ของผลประกอบการ มิลเลนเนียลเชื่อว่าธุรกิจควรให้ความสำคัญกับ 3 เรื่องนั่นคือ การสร้างงาน นวัตกรรม การดูแลส่งเสริมชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงานของพนักงาน และการสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามเมื่อถูกถามว่า แล้วองค์กรที่ตนสังกัดนั้นให้ความสำคัญในเรื่องใดบ้าง คำตอบที่ได้คือ มุ่งสร้างผลกำไร

เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานและเน้นการผลิต การขาย หรือบริการ ซึ่งเป็นสามสิ่งที่มีมิลเลนเนียลมองว่าองค์กรควรให้ความสำคัญน้อยที่สุด ถึงแม้จะเข้าใจได้ว่าธุรกิจนั้นต้องมีกำไรก่อนถึงจะสามารถให้ในสิ่งที่มิลเลนเนียลต้องการได้ แต่กลุ่มมิลเลนเนียลก็ยังเชื่อว่าธุรกิจควรตั้งเป้าให้กว้างและสมดุลงมากขึ้น ควบคู่ไปกับเป้าหมายในด้านผลประกอบการ

นายพูนิต เรนเจน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดีลอยท์ โกลบอล กล่าวว่า “ผลการสำรวจในปีนี้อันชี้ให้เห็นว่า ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทางสังคม เทคโนโลยี และภูมิรัฐศาสตร์โลกในปีที่ผ่านมา ส่งผลต่อมุมมองในเรื่องธุรกิจของกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนซี และนี่ควรจะเป็นเรื่องที่เตือนสติผู้บริหารทั้งหลาย” นายเรนเจน กล่าวเสริมว่า “คนเจนซีรู้สึกว่าคุณบริหารองค์กรให้ความสำคัญกับเรื่องของธุรกิจมากเกินไป โดยไม่คำนึงถึงการทำให้สังคมส่วนรวม ธุรกิจควรหาทางที่จะทำสิ่งดี ๆ ให้กับสังคม ชุมชน และให้ความสำคัญกับความหลากหลาย การให้โอกาสมีส่วนร่วม และความยืดหยุ่นในการทำงาน ถ้าองค์กรยังต้องการได้ความจงรักภักดีและความไว้วางใจจากพนักงานในกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนซี”

เชื่อช่องว่างช่วยสร้างโอกาส

นอกจากความเชื่อมั่นของมิลเลนเนียลในเรื่องธุรกิจว่าแย่อแล้ว แต่ความเชื่อมั่นต่อผู้นำทางการเมืองยิ่งแย่หนักกว่า เมื่อถูกถามถึงกลุ่มผู้นำบางกลุ่ม ซึ่งรวมถึงกลุ่ม NGO องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ผู้บริหาร ผู้นำศาสนา และผู้นำทางการเมือง คนกลุ่มมิลเลนเนียลเพียงร้อยละ 19 เท่านั้น ที่เชื่อว่านักการเมืองเหล่านั้นจะสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคม เทียบกับร้อยละ 71 ที่ตอบว่าสร้างผลกระทบเชิงลบ

เมื่อเทียบกับความเห็นของมิลเลนเนียลต่อผู้นำองค์กรธุรกิจ ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 44 เชื่อว่า ผู้นำองค์กรธุรกิจจะสร้างผลกระทบที่ดีกับสังคม และยังมีศรัทธาว่าองค์กรธุรกิจ จะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมายต่อสังคมได้ ขณะที่สามในสี่ของผู้ตอบแบบสำรวจเชื่อว่า องค์กรข้ามชาติขนาดใหญ่มีศักยภาพในการแก้ปัญหาและความท้าทายทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม และมิลเลนเนียลยังเชื่อว่านอกจากสร้างงานและสร้างกำไร ธุรกิจที่ดีจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคมด้วย

ความจงรักภักดีที่ถดถอย จะดึงให้อยู่กับองค์กรจึงต้องมีความหลากหลาย การให้โอกาสมีส่วนร่วม และความยืดหยุ่น

ความจงรักภักดีของมิลเลนเนียลต่อองค์กรลดระดับลงไปเท่ากับเมื่อสองปีที่แล้ว มิลเลนเนียลร้อยละ 43 คิดว่าจะลา

ออกจากองค์กรที่ตนทำงานอยู่ภายใน 2 ปี มีเพียงร้อยละ 28 เท่านั้นที่มองว่าจะยังคงทำงานที่เดิมเกิน 5 ปี เรียกว่าเป็นคะแนนที่ห่างกันถึง 15 คะแนน หรือเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7 จากปีก่อน และในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่บอกว่าตนเองจะลาออกจากงานปัจจุบันในอีก 2 ปีข้างหน้า มีถึงร้อยละ 62 มองว่างานอิสระในระบบเศรษฐกิจแบบ gig economy นั้น จะเป็นทางเลือกที่ดีของพวกเขาเมื่อไม่ได้ทำงานประจำแล้ว มาดูที่กลุ่มเจนซี ก็พบว่าความจงรักภักดีของกลุ่มนี้ มีน้อยกว่ามิลเลนเนียลถึงร้อยละ 61 และบอกว่าภายใน 2 ปี ถ้ามีโอกาสใหม่ที่ดีกว่าก็จะลาออกจากงานปัจจุบันแน่นอน

คำถามในใจขององค์กรธุรกิจ คือ แล้วจะดึงคนเหล่านี้ไว้ได้อย่างไร ทั้งกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนซี ให้ความสำคัญกับปัจจัยอย่าง ความอดทน การมีส่วนร่วม ความเคารพ และความคิดเห็นที่แตกต่าง ในขณะที่ค่าตอบแทนที่ได้รับ และวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวดึงดูดคนกลุ่มนี้ แต่ความหลากหลาย การมีส่วนร่วม และความยืดหยุ่น ต่างหากที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้มิลเลนเนียลและเจนซีนั้นมีความสุขกับการทำงาน มิลเลนเนียลที่ทำงานในองค์กรที่มีพนักงานและผู้บริหารที่มีความหลากหลาย มีแนวโน้มว่าจะทำงานกับองค์กรไปอีก 5 ปี หรือมากกว่านั้น และในบรรดาผู้ตอบแบบสอบถามที่บอกว่าจะอยู่กับองค์กรเกิน 5 ปี ก็รับรู้ถึงความยืดหยุ่นในการทำงานในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับการทำงานเมื่อ 3 ปีก่อน

มิลเลนเนียลและเจนซี ไม่มั่นใจเผชิญโลก 4.0

มิลเลนเนียลและเจนซีล้วนตระหนักดีว่าโลกยุค 4.0 นั้นกำลังปฏิรูปสถานที่ทำงาน และเป็นไปได้ว่าจะปลดปล่อยคนจากงานที่ซ้ำซากออกไป เพื่อให้คนทำงานไปเน้นงานประเภทที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามหลาย ๆ คนยังไม่มั่นใจเมื่อจะไปถึงวันนั้น ร้อยละ 17 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และร้อยละ 32 ของผู้ที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่นำเทคโนโลยี 4.0 มาใช้แล้ว ต่างกลัวว่างานบางส่วน หรืองานทั้งหมดจะถูกแทนที่โดยเทคโนโลยี ยิ่งไปกว่านั้นกลุ่มมิลเลนเนียลเพียง 4 ใน 10 และเจนซี จำนวน 3 ใน 10 เท่านั้นที่รู้สึกว่าจะตนเองมีทักษะที่จำเป็นที่จะประสบความสำเร็จ และยังคาดหวังให้องค์กรช่วยสร้างความพร้อม ให้พวกเขามั่นใจว่าจะสามารถประสบความสำเร็จในโลกยุคใหม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการแนวทางและคำชี้แนะในเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากความรู้ทางเทคนิค คนทำงานรุ่นเด็กยังต้องการความช่วยเหลือในการสร้างทักษะด้านอารมณ์ (Soft skills) เช่น ความมั่นใจ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และโดยเฉพาะสำหรับเจนซีที่ต้องเน้นในเรื่องของจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์ แต่ในมุมมองของพวกเขา องค์กรยังไม่ได้ให้ความสำคัญและตอบสนองความต้องการในการพัฒนาของพวกเขาในเรื่องดังกล่าวอย่างเต็มที่ มิลเลนเนียลเพียงร้อยละ 36 และเจนซีร้อยละ 42 ที่บอกว่านายจ้างช่วยให้พวกเขาเข้าใจ และเตรียมตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่สืบเนื่องจากโลกอุตสาหกรรม 4.0

นางสาวมิเชล พาร์มาลี ดีลรอยท์ โกลบอล ทาเลนต์ ลีดเดอร์ อธิบายว่า “ความเปลี่ยนแปลงในเรื่องความจงรักภักดีที่มีต่อองค์กรนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจ ในการเพิ่มความพยายามดึงคนเก่งไว้กับองค์กร” นางสาวพาร์มาลี กล่าว

เสริมว่า “ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 นี้ องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องฟังมิลเลนเนียล และต้องคิดใหม่ทำใหม่ ในการบริหารบุคลากรที่มีความสามารถ โดยให้ความสำคัญเรื่องการเรียนรู้และพัฒนา ที่จะช่วยให้พนักงานเติบโตในหน้าที่การงานของพวกเขาไปตลอดอายุงาน”

เกี่ยวกับ Deloitte Millennial Survey

รายงานผลสำรวจมิลเลนเนียลของดีลอยท์ในปี 2561 นี้ ได้ทำการสำรวจกับกลุ่มมิลเลนเนียลจำนวน 10,455 คน จาก 36 ประเทศ ที่เกิดระหว่าง มกราคม 2526 ถึง ธันวาคม 2537 เป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี มีงานประจำ และทำงานในองค์กรเอกชนขนาดใหญ่ และยังมีกลุ่มเจนซีจำนวน 1,844 คนที่ร่วมในการสำรวจในครั้ง นี้ ที่เกิดระหว่าง มกราคม 2538 ถึง ธันวาคม 2542 และกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่านั้น มากกว่าหนึ่งในสามทำงานประจำ (ร้อยละ 16) และ ทำงานพาร์ทไทม์ (ร้อยละ 21)