

ไวคอม เปิดเผยผลวิจัยล่าสุดจากทั่วโลกเป็นครั้งแรก ในไทย ในหัวข้อ ภาวะปกติในอนาคต : ทรรศนะใหม่ ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนจากกลุ่มคนรุ่น มิลเลนเนียล ส์ทั่วโลก

จากผลการวิจัยล่าสุดกว่า 32 ประเทศทั่วโลกในกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วเลือกที่จะมีความสุข แม้จะมีความกังวลด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจก็ตาม



โดยทำวิจัยในกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ในประเทศไทยกว่า 450 คน พบว่าเป็นกลุ่มที่มีความเครียดน้อยที่สุด โดยน้อยกว่า 32 ประเทศที่เข้าร่วมทำการวิจัย

กรุงเทพฯ - 7 ตุลาคม 2556 - เมื่อไม่นานมานี้ บริษัท ไวคอม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย เน็ตเวิร์คส์ (VIMN) เอเชีย ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานภายใต้บริษัทไวคอม (เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ NASDAQ: VIA, VIAB) ได้เปิดเผยผลการศึกษาและวิจัยจากทั่วโลกในกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ (millennials) ในหัวข้อ “ภาวะปกติในอนาคต : ทรรศนะใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนจากกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ทั่วโลก” (The Next Normal : An Unprecedented Look At Millennials Worldwide) ซึ่งได้เพิ่มเติมผลการศึกษาและผลวิจัยใหม่ๆ จากหลายประเทศในเอเชีย อาทิ มาเลเซียเซีย ฟิlipปินส์ และประเทศไทย โดยที่ผลการศึกษาและวิจัยเรื่องนี้นั้นได้ถูกเปิดเผยเป็นครั้งแรกเมื่อเดือนพฤศจิกายนปีที่แล้ว จากผลการวิจัยใหม่ในครั้งนี้ได้ให้ข้อมูลที่แท้จริงของกลุ่มคนรุ่นนี้จากทั่วโลกเป็นครั้งแรกซึ่งถือเป็นผลวิจัยทางประชากรที่จะมีผลกระทบเป็นอย่างมากในหลายๆ ด้าน การนำเสนอผลวิจัยเชิงลึกในครั้งนี้ดำเนินการโดย คริสเตียน เคอร์ซ รองประธานฝ่ายวิจัยนานาชาติ บริษัท ไวคอม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย เน็ตเวิร์คส์ โดยการบรรยายในครั้งนี้ถูกจัดขึ้นเป็นพิเศษให้แก่นักการตลาด และบรรดาผู้ให้บริการพีทีที ในประเทศไทย

การศึกษาและวิจัยครั้งนี้ได้ถูกทำการสำรวจจากทั่วโลก และได้นำเสนอผลวิจัยเชิงลึก อาทิ ทศนคติ ค่านิยม ความ

มปรารถนา และมุมมองต่างๆ ของกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ อายุระหว่าง 9-30 ปี จาก 32 ประเทศ ซึ่งรวมประเทศต่างๆ ในเอเชีย โดยก่อนหน้านี้เป็นผลวิจัยที่รวมผลการศึกษาจากประเทศจีน อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ไปทั้งสิ้นกว่า 20,000 คน ทั้งการสำรวจในเชิงลึก สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงข้อคิดเห็นทั้งหมด โดยในประเทศไทย ได้ทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 450 คน

“จากผลวิจัยล่าสุดนี้ถือเป็นการศึกษาในเชิงเดียวกับกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ที่ครอบคลุมและทันสมัยที่สุด” กล่าวโดย คริสเตียน เคอร์ซ รองประธานฝ่ายวิจัยนานาชาติ บริษัท ไวอะคอม อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย เน็ตเวิร์คส์ และกล่าวต่ออีกว่า “นี่ถือเป็นการทำความเข้าใจโดยละเอียดอย่างแท้จริงถึงความซับซ้อนของกลุ่มคนรุ่นนี้จากทั่วทุกมุมโลก และเป็นที่แน่ชัดว่าผลวิจัยนี้จะเป็คู่มือที่น่าเชื่อถือเพื่อนำไปสู่วิวัฒนาการของประชากร โดยที่ผลวิจัยจะช่วยในเรื่องของข้อมูลเนื้อหาที่จะส่งออกไป รวมไปถึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพความสัมพันธ์ระหว่างพวกเรา กับกลุ่มคนรุ่นนี้ทั่วโลก และทางเราเองเห็นว่าพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจของเรานั้นให้ความสนใจเป็นอย่างมากที่จะใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยนี้เพื่อที่จะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้”

ผลวิจัยระบุว่า ทุกวันนี้ เศรษฐกิจ คือปัจจัยอันดับแรกที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนรุ่นนี้ โดยมีจำนวนถึง 68% จากทั้งหมดที่มีความรู้สึกอ่อนไหวต่อวิกฤติเศรษฐกิจโลก ถึงแม้จะมีความเป็นกังวลในเรื่องของเศรษฐกิจที่มีนัยยะสำคัญ แต่โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มคนรุ่นนี้มักจะแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความสุข และการมองโลกในแง่ดี

- มากกว่าสามในสี่ (76%) ของกลุ่มคนรุ่นนี้บรรยายถึงตนเองว่า “เป็นคนที่มีความสุขมาก”
- ระดับความสุขของกลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลส์นั้นเหนือกว่าระดับความเครียดโดยอยู่ที่ระดับ 2 ต่อ 1
- ในประเทศไทย กลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลส์มีระดับความสุขอยู่ที่อันดับสามจากทั่วทั้งเอเชีย ถือเป็น 78% โดยมีประเทศฟิลิปปินส์ครองอันดับหนึ่ง ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสุขอยู่ที่ 83% ตามด้วยอินเดีย ที่ 81% และจีน ที่ 80% มาเลเซียเซีย ที่ 77% และสิงคโปร์ ที่ 69%

“ไวคอมมีผลการวิจัยมากมายเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนหนุ่มสาว และอะไรคือสิ่งที่พวกเขาคิดว่าสำคัญต่อชีวิตของพวกเขาเอง รวมไปถึงวิธีการจัดการกับสถานการณ์ความท้าทายและอุปสรรคต่างๆ” เคอร์ซ กล่าวเสริมอีกว่า “ไวคอมเป็นผู้นำสำคัญด้านการศึกษาและวิจัยในการทำความเข้าใจกลุ่มคนรุ่นนี้และผลการวิจัยนี้เป็นตัวอย่างที่สมบูรณ์แบบในการนำไปขยายผลต่อทั่วโลก ในด้านความรู้ ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญต่างๆ”

ผลการศึกษาเพิ่มเติมที่มีนัยยะสำคัญที่ค้นพบ มีดังนี้

กลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์จะรู้สึกมีความทุกข์ต่อความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน

ความเป็กังวลทางด้านเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดความหวาดกลัวอย่างต่อเนื่องในด้านความมั่นคงต่อหน้าที่การงาน รวม

ไปถึงความไม่แน่ใจและหวาดระแวงในการขยับเลื่อนฐานะของตนเอง

- จากทั่วโลกพบว่าภาวะการว่างงานเป็นประเด็นสำคัญระดับต้นๆ ของโลกที่กลุ่มคนรุ่นนี้ต้องการให้แก้ไข ซึ่งมากกว่าปัญหาความอดอยากหิวโหยของผู้คนทั่วโลก
- เกือบครึ่งของกลุ่มคนยุคมิลเลนเนียลส์ (49%) เชื่อว่าสถานการณ์ของความมั่นคงในหน้าที่การงานจะยังคงมีแนวโน้มที่แย่ลง โดยที่มีจำนวนถึง 78% ที่มีความต้องการได้รับค่าจ้างในอัตราแรงงานขั้นต่ำ ดีกว่าตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่มีงานทำ
- ในขณะที่ในปี พ.ศ.2549 พบว่ามีจำนวนกว่า 38% ของกลุ่มวัยหนุ่มสาวที่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับประโยคที่ว่า “ฉันจะหาเงินได้มากกว่าพ่อแม่หรือผู้ปกครองของฉัน” แต่ปัจจุบันพบว่าตัวเลขดังกล่าวลดลงเหลือ 25% ในยุคหลังวิกฤติเศรษฐกิจ

...อย่างไรก็ตาม พวกเขาสามารถหาเหตุผลในการทำให้ตัวเองมีความสุขได้

การใช้เวลาอยู่กับครอบครัวคือวิธีหาความสุขอันดับแรกสำหรับกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์

“เนื่องจากคนรุ่นนี้ให้ความสำคัญในความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ปัจจุบันหน่วยเล็กๆ ในสังคมอย่างครอบครัว จึงมีความใกล้ชิดกันมากกว่าในอดีต” เคอร์ซ กล่าวต่ออีกว่า “ผลการศึกษาและวิจัยล่าสุดนี้ได้ทำการวิจัยกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์อย่างครอบคลุมและทั่วถึงมากที่สุดเพื่อให้เป็นที่ประจักษ์ว่าความสำคัญของครอบครัวถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญทั่วโลก

ความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนทั้งในชีวิตจริงและในโลกออนไลน์เป็นอีกหนึ่งในการหาความสุขของกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ ท่ามกลางคนยุคนี้ พบว่ามีแนวโน้มที่แฉวงความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนในชีวิตจริงนั้นแคบลง เมื่อเปรียบเทียบกับเพื่อนในโลกออนไลน์ซึ่งมีจำนวนพุ่งขึ้นสูงอย่างรวดเร็ว

- ในช่วงระยะหกปีหลัง กลุ่มคนรุ่นนี้ยังคงมีกลุ่มเพื่อนรักในจำนวนเท่าเดิม แต่ในแฉวงของเพื่อนที่ต้องพบเจอประจำวันกลับมีจำนวนที่แคบลง
- ในทางกลับกัน พบว่าคนรุ่นนี้มีเพื่อนในโลกออนไลน์มากกว่า 200 คน ตลอดระยะเวลาหกปีที่ผ่านมา พบว่ามีตัวเลขก้าวกระโดดอย่างมีนัยยะสำคัญของกลุ่มเพื่อนทางออนไลน์ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นเพื่อน แม้ว่าจะไม่เคยพบเห็นกันมาก่อนก็ตาม
- ในประเทศไทย พบว่านอกเหนือไปจากสมาชิกในครอบครัวแล้วนั้น ดาราหนังร้องและเหล่าเซเลบริตี้ รวมไปถึงครู อาจารย์ เป็นกลุ่มที่ถูกยอมรับว่าเป็นผู้ที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่กลุ่มคนรุ่นนี้

วิธีการแก้ความเครียดของกลุ่มคนรุ่นนี้ในประเทศไทยที่มักจะเลือกใช้ คือ ดูโทรทัศน์ นอน และพูดคุยกับพ่อแม่หรือผู้ปกครอง

เทคโนโลยีไม่ได้เป็นตัวกำหนด แต่เป็นเครื่องมือในการแสดงตัวตน

-
แทนที่จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ แต่เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่ถูกใช้ในการแสดงตัวตน หากถามกลุ่มคนรุ่นนี้ จะได้อาตอบที่ว่า “เทคโนโลยีไม่ได้ทำให้พวกเขาเป็นในแบบที่พวกเขาเป็น แต่มันได้ทำให้เขาสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่เขาอยากจะเป็น เทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุนความสัมพันธ์ให้แข็งแกร่งขึ้นและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความสุขอย่างยั่งยืนและเปิดโลกทรรศน์ให้กว้างมากขึ้น

- สามในสี่ของคนกลุ่มนี้เชื่อว่าโซเชียลมีเดียมีผลประโยชน์ในด้านความสัมพันธ์แบบเพื่อน
- และมีจำนวนมากถึง 73% ของคนกลุ่มนี้กล่าวว่า การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นได้เปลี่ยนวิธีคิดที่พวกเขามีต่อโลกใบนี้

กลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ในเอเชีย (นอกเหนือจากประเทศญี่ปุ่น) มีพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ระหว่างดูโทรทัศน์ที่ค่อนข้างบ่อยมากกว่าที่ใดในโลก ยกตัวอย่างที่เห็นได้ชัด อาทิ ในประเทศจีนมีการใช้ไมโครบล็อกบนไวโบ (Weibo) ถี่มาก ในฟิลิปปินส์กลุ่มคนรุ่นนี้มักมีความกระตือรือร้นเป็นอย่างมากในการใช้ทุกช่องทางเพื่อสื่อสารกัน เป็นปกติ ส่วนผลสำรวจในประเทศไทยพบว่า พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย (มีจำนวนถึง 42% ที่ส่งข้อความ ในขณะที่มีจำนวน 46% ใช้ในการสื่อสารกัน) มีสูงกว่าการส่งข้อความหากันระหว่างดูโทรทัศน์ (27%)

ความภาคภูมิใจและความอดทนอดกลั้น

-
กลุ่มคนรุ่นนี้กำลังแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มีมากขึ้นต่อความภาคภูมิใจในประเทศของตนเองรวมถึงการแสดงออกถึงความสนใจในการรักษาประเพณีพื้นเมือง ในขณะที่เดียวกันพวกเขาได้เปิดใจกว้างมากขึ้นและอดทนอดกลั้นต่อมุมมองของนานาชาติและวัฒนธรรมอื่นๆ

- มีจำนวนถึง 83% ที่เห็นด้วยกับประโยคที่ว่า “ฉันภูมิใจที่เกิดเป็นคนประเทศ...” ซึ่งเพิ่มจาก 77% ในปี พ.ศ. 2549
- มีจำนวนกว่า 76% ที่เห็นด้วยว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องช่วยกันรักษาประเพณีของประเทศตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 68% ในปี พ.ศ.2549

- มีจำนวน 73% ที่คิดว่าเป็นเรื่องดีที่มีคนต่างชาติเข้ามาอยู่อาศัยในบ้านเกิดของพวกเขา ซึ่งเป็นอัตราเฉลี่ยที่เพิ่มจาก 51% ในปี พ.ศ.2549
- มีจำนวนถึง 86% ที่ระบุถึงตัวเองว่าเป็นคนที่อดทน อดกลั้น
- 84% ของคนกลุ่มนี้ เห็นด้วยกับประโยคที่ว่า “ช่วงวัยเรามีศักยภาพที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ให้ดีขึ้นได้”

“ความสำคัญในลำดับต้นๆ สำหรับ บริษัท ไวกอม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีเดีย เน็ตเวิร์คส์ หรือ VIMN คือการให้บริการคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งทั่วโลกและเหมาะสมแก่ในแต่ละประเทศ (glocal) ให้กับผู้ชมทั่วโลก” เคอร์ซิดได้กล่าวเสริมอีกว่า “จากผลวิจัยในครั้งนี้นี้ยังได้ชี้ให้เห็นถึงการแสดงผลในเชิงบวกอย่างแท้จริงของ “glocalisation” ที่ส่งผลต่อกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์ในเชิงลึกยิ่งขึ้น”

ภาวะปกติในอนาคต : ระหว่าง “พวกเรา” กับ “ตัวเรา”

จากการวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นว่า “ภาวะปกติในอนาคต” เป็นภาวะที่เกี่ยวข้องกับ “พวกเรา” มากกว่า “ตัวเรา” โดยลักษณะพิเศษที่สำคัญที่นิยามถึงกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลส์นี้คือ ความตระหนักรู้ต่อสังคมทั่วโลก ความอดทนอดกลั้นและการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น รวมไปถึงความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการส่งต่อและเชื่อมต่อไปทั่ว

- พบว่ามีจำนวนถึง 87% ที่มีความกระตือรือร้นและอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับโลกใบนี้
- และมีจำนวน 87% เช่นกันที่ได้ประยุกต์ใช้วลีที่ว่า “ส่งต่อและเชื่อมต่อ” สู้กันและกัน (“sharing and connecting”)
- 85% ของคนกลุ่มนี้ได้ระบุว่าตัวเองมีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้พร้อมเสมอกับการเปลี่ยนแปลง
- มีจำนวนกว่า 93% ทั่วโลกที่เชื่อว่าการปฏิบัติต่อผู้อื่นๆ ด้วยความเคารพถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเชื้อชาติ เพศ ศาสนา ความคิดเห็นทางการเมือง หรือจะเป็นความหลากหลายทางเพศ