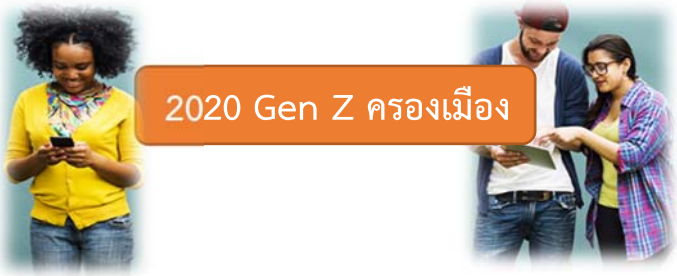
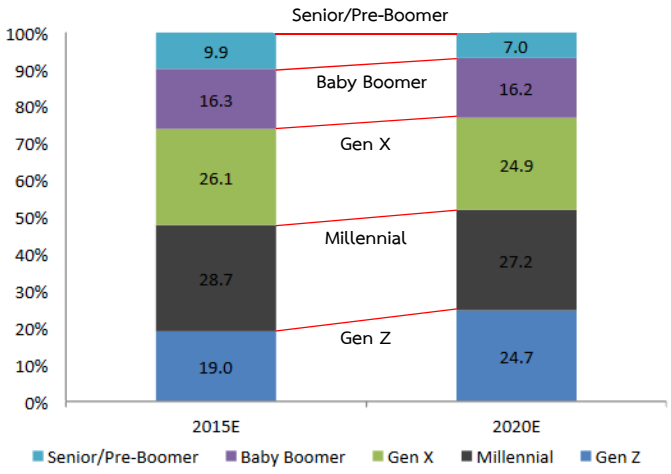
Writer : นายชญานิน บุญมานะ

Do You Know?

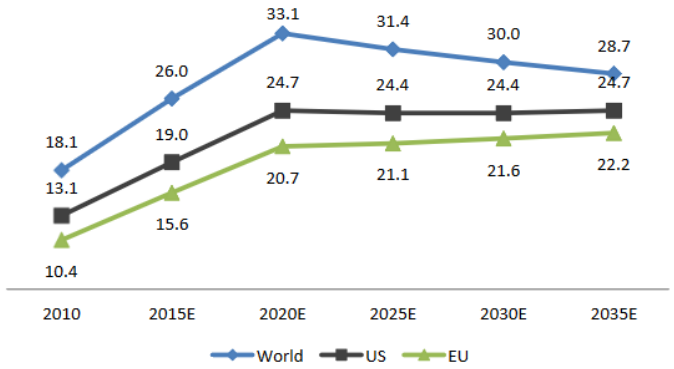


ในปัจจุบันถือเป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของเรา ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่ตื่นนอน ทำงาน ฯลฯ โดยมีกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีเหล่านี้ ซึ่งเราเรียกกลุ่มคนกลุ่มนี้ว่า *"Generation Z" / Gen Z)* และในปี ค.ศ. 2020 ถือว่าเป็นปีที่กลุ่มคน Gen Z จะเข้ามาบุกตลาดแรงงานมากขึ้น และเป็นปีที่จะเกิดความหลากหลายในการทำงานมากที่สุด เพราะมีกลุ่มคนจากหลากหลาย Generation มาทำงานร่วมกัน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการทำงานและโมเดลทางธุรกิจอย่างมากมายในอนาคต



รูปที่ 1 US: Composition of Population, by Generation

โดยจำนวนประชากรในกลุ่มคน Gen Z มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจาก 19.0% เป็น 24.7% ในปี ค.ศ. 2020 เมื่อเทียบกับสัดส่วนประชากรจากทุก Generation ซึ่งเห็นได้ชัดว่า กลุ่มคน Gen Z จะเข้ามามีบทบาทกับชีวิตการทำงานของเรามากยิ่งขึ้น



รูปที่ 2 : เปอร์เซ็นต์ของกลุ่มคน Gen Z

และมีการคาดการณ์ว่าประชากรทั่วโลกที่อยู่ในกลุ่มคน Gen Z จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 33.1% (หรือประมาณ 2.56 พันล้านคน) ในปี ค.ศ. 2020

How we define the Gen Z?

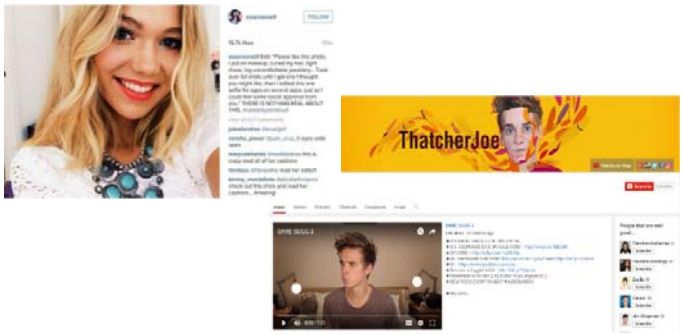
Gen Z คือใคร? เราอยู่ในกลุ่มคน Gen Z หรือไม่? มักเป็นคำถามที่ตามมาเสมอเมื่อเราได้กล่าวถึงคำว่า "Gen Z"

Generation	Current Age	Born
Gen Z	16 ปีลงมา	2001-2020
Millennials	17-37	1980-2000
Gen X	38-57	1960-1979
Baby Boomers	58-71	1946-1959
Seniors/Pre-Boomers	72 ปีขึ้นไป	Before 1946

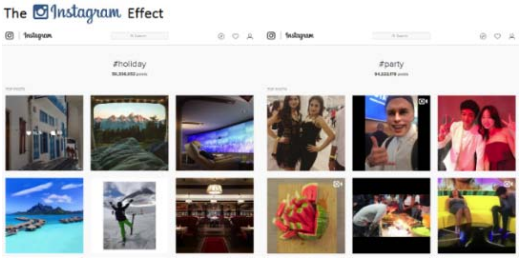
ตารางที่ 1 : Generations, by Birth-Year Range

ถ้าเราให้ความจำกัดความของคำว่า "Gen Z" ตามปี ค.ศ. ที่เกิด เราสามารถสรุปได้ว่า *"Gen Z คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง ค.ศ. 2001 ถึง ค.ศ. 2020"* แต่ถ้าเราให้คำจำกัดความตามพฤติกรรมหรืออุปนิสัย (Characteristics) สามารถสรุปได้ว่า Gen Z คือกลุ่มคนที่มี 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

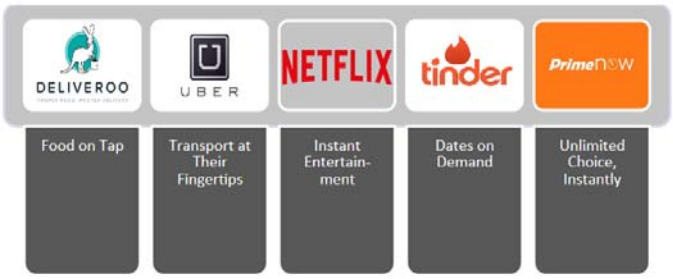
(1) ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของตนเอง (The Importance of Self-Image)



(2) ต้องการ Social Media สำหรับแชร์ประสบการณ์ที่มีค่า (Social Media Also Fuels Demand for Experiences) เช่น ทาง Instagram



(3) เข้าถึงบริการที่ตรงตามความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา (On-Demand Economy Begets Expectations of Immediacy)



พญ.จิราภรณ์ อรุณากูร (คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี) ให้คำจำกัดความของ “เด็กในยุค Gen Z” ไว้ว่า ***“เด็กกลุ่มนี้เติบโตมากับการต้องมีโทรศัพท์มือถือสื่อสารกับเพื่อนและสื่อสารตัวเองผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นเด็กที่ไม่ค่อยออกนอกบ้าน สบายใจที่จะบอกเรื่องตนเอง เหล่านี้ทำให้เขามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำอะไรได้หลายอย่างพร้อมกัน ชอบตั้งคำถาม สมาธิสั้น ใจร้อน มีปัญหาการสื่อสาร มีปัญหาเรื่องวินัย และความอดทนต่ำ”***

Are You Ready?

Educational Opportunity

OR

Risks

การผลิตบัณฑิต

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ถือเป็นปีแรกที่เด็กกลุ่ม Gen Z เริ่มเข้ามาเป็นนิสิตในมหาวิทยาลัย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆมากมาย ซึ่งหากเรามีการบริหารจัดการที่ดีและสามารถเตรียมความพร้อมที่ดีแล้ว จะถือเป็น***โอกาส (Opportunity)*** สำคัญของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนต่อไปข้างหน้า เกิดความคล่องตัว และปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคตได้ แต่หากรับมือไม่ทัน จะก่อให้เกิด***ความเสี่ยง (Risk)*** ต่อมหาวิทยาลัยมากมาย อาทิ

(1) ความเสี่ยงที่เกิดจากหลักสูตรปรับตัวไม่ทัน/ไม่ตรงตามความต้องการของเด็กกลุ่ม Gen Z ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้เรียนลดลงทั้งปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากนักเรียนเก่งกลุ่ม Gen Z ไม่เลือกเข้าเรียน ทำให้สูญเสียทั้งโอกาสและความโดดเด่น รวมถึงหลักสูตรที่สำคัญบางหลักสูตรอาจถูกปิดตัวลง

(2) ความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถผลิตบัณฑิตกลุ่ม Gen Z ให้มีคุณภาพเพียงพอ ตอบสนองต่อสังคมและการจ้างงานที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต ทำให้ตลาดแรงงานคัดเลือกผู้เข้าปฏิบัติงานจากมหาวิทยาลัยนั้นในอันดับต้นๆ

(3) ความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้สื่อไม่เหมาะสม/ขาดวิจารณญานในการใช้สื่อ เช่น การโพสต์ร้องเรียนผ่าน Facebook ซึ่งอาจทำให้มหาวิทยาลัยเสียชื่อเสียงได้

(4) ความเสี่ยงที่เกิดจากความผูกพันระหว่างนิสิตกลุ่ม Gen Z, อาจารย์ และมหาวิทยาลัยลดลง ทำให้เกิดช่องว่าง (Gap) ระหว่างกัน

การจ้างงาน

หากมหาวิทยาลัยมีการบริหารจัดการ และสามารถเตรียมความพร้อมที่ดีเพื่อรับมือกับกลุ่มคน Gen Z ที่จะเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยการเปิดรับเทคโนโลยีสำหรับใช้ในการทำงานมากขึ้น จะทำให้ลดขั้นตอน ลดความล่าช้า ลดความผิดพลาด ลดระยะเวลาในการทำงาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่หากรับมือไม่ทัน จะก่อให้เกิด***ความเสี่ยง (Risk)*** ต่อมหาวิทยาลัยมากมาย อาทิ

(1) บุคลากรในกลุ่ม Gen Z ที่มีความสามารถ หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะไม่เลือกมาทำงานที่จุฬาฯ

(2) บุคลากรในกลุ่ม Gen Z ไม่สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เกิดช่องว่างระหว่าง Generation

(3) บุคลากรในกลุ่ม Gen Z ไม่มีค่านิยมร่วมกัน (ค่านิยมลดลง/สูญหายไป)

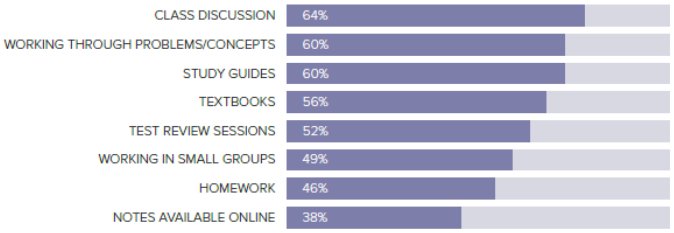
ความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น ส่งผลกระทบให้มหาวิทยาลัยขับเคลื่อนไปต่อไปข้างหน้าไม่ได้ และเกิดความล่าช้า ติดขัด ขาดคนรับช่วงต่องานส่วนที่สำคัญจากรุ่นสู่รุ่น

How to prepare & cope with Gen Z?

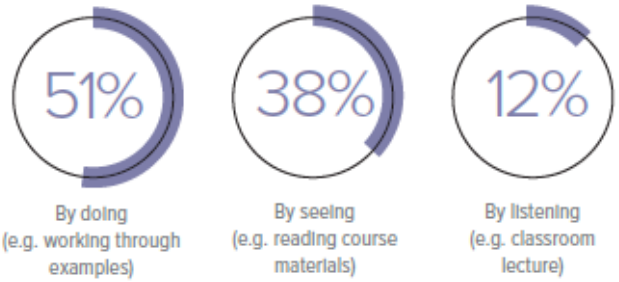
การผลิตบัณฑิต

(1) **หลักสูตร** จากการศึกษาของ Barnes & Noble College พบว่า 13% ของกลุ่มคน Gen Z มีธุรกิจเป็นของตัวเองตั้งแต่ยังศึกษาอยู่ และผู้เรียนส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเองมากยิ่งขึ้น ควรออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับธุรกิจ (Business), เทคโนโลยี (Technology) รวมถึงหลักสูตรใหม่ๆ ที่เด็กกลุ่ม Gen Z มีความสนใจและต้องการในอนาคตเข้าไปในหลักสูตรด้วย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้ อีกทั้งอาจารย์ผู้สอนเองก็ควรเปิดกว้าง เพื่อให้ตาม Generation รุ่นหลังๆได้ทัน

(2) **การเรียนการสอน/การบริการการศึกษา** กลุ่มคน Gen Z มีความสนใจด้านเทคโนโลยีเป็นชีวิตจิตใจ ดังคำกล่าวที่ว่า ***"Gen Z มีเทคโนโลยีอยู่ในสายเลือดแต่กำเนิด (Generation Z & Technology in their DNA)"*** ควรปรับเปลี่ยนวิธีการสอน โดยการสร้างสื่อนวัตกรรมทางเทคโนโลยีให้สามารถตอบโจทย์กับผู้เรียนในกลุ่ม Gen Z ได้แทนการสอนแบบดั้งเดิม เช่น การจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ E-book, E-textbook, Smart Textbook, การจัดทำบทเรียนออนไลน์ (E-learning), การสอนแบบ Real-Time ให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม เป็นต้น แต่นอกจากเทคโนโลยีจะให้คุณแล้ว ก็ยังให้โทษต่างๆมากมายเช่นกัน อาทิ ทำให้นิสิตมีความขยันและมีความสนใจในการเรียนรู้ลดลง และในบางกรณีพบว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์บางสื่อข้อมูลยังมีความผิดพลาด ซึ่งเมื่อนิสิตนำไปเรียนรู้อาจทำให้เกิดความเข้าใจไม่ถูกต้องได้ เป็นต้น



รูปที่ 3 : How does Gen Z Learn?



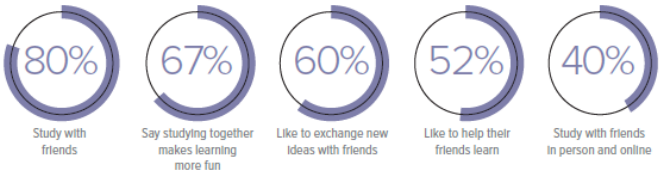
รูปที่ 4 : Most Helpful Tools for Learning

จากการศึกษาของ Barnes & Noble College พบว่า 51% ของเด็กกลุ่ม Gen Z ต้องการเรียนรู้โดย***การให้ลงมือปฏิบัติ (Learning by doing)*** และเครื่องมือ (Tools) ที่มีประโยชน์สำหรับการเรียนรู้มากที่สุด คือ ***"วิธีการเรียนรู้แบบอภิปราย (Class Discussion)"*** ควรปรับวิธีการเรียนการสอนที่เน้นการท่องจำมากกว่าการให้ลงมือปฏิบัติ ให้เป็น***การเรียนแบบใฝ่รู้ (Active Learning)*** ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยการให้คำแนะนำมากกว่าการชี้นำ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีโอกาสได้โต้ตอบและซักถาม ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตัวเอง และเนื่องจากคนสมัยก่อนได้ถูกเรียนรู้แบบเน้นการท่องจำ ทำให้ยังไม่มีความคิดที่เปิดกว้างมากพอที่จะรับความคิดของบุคคลในกลุ่ม Gen Z ได้

(3) **นโยบาย** กลุ่มคน Gen Z มีความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนที่มีความยืดหยุ่น (Flexibility) **ควรเปิดกว้าง**

ให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรายวิชาที่สนใจต่างคณะ ต่างสาขาวิชาได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้ตรงตามความต้องการของตัวผู้เรียนเองและของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น แต่ผู้เรียนเองก็ไม่ควรที่จะละเลยรายวิชาหลักที่ตนเองศึกษาอยู่ เนื่องจากสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการประกอบอาชีพได้ในอนาคต

(4) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้



รูปที่ 5 : Student Studying Preferences

จากการศึกษาของ Barnes & Noble College พบว่า 80% ของเด็กกลุ่ม Gen Z ต้องการเรียนรู้กับเพื่อน (Study with friends) และจากคำกล่าว “Studying with friends is helpful because we all have different ideas to share and discuss” สามารถสรุปได้ว่า ***“เด็กกลุ่ม Gen Z การเรียนคนเดียว น่าจะไม่ใช่สภาพแวดล้อมที่เขาต้องการ”*** ควรมีการนำสื่อโซเชียลมีเดียหรือกระดานอัจฉริยะ (Interactive Board) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์หรือเพื่อนร่วมชั้นเมื่อมีข้อสังสัยจากการเรียน เพื่อเป็นการแชร์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน แต่ในบางครั้งก็พบว่ามีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียหรือกระดานอัจริยะในทางที่ผิด เช่น แทนที่จะเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กลับเป็นการให้เพื่อนร่วมชั้นลอกการบ้านแทน เป็นต้น

การจ้างงาน

(1) นโยบายการบริหารบุคคล จากการสำรวจของ Adecco ซึ่งเป็นการสำรวจออนไลน์จัดทำใน 9 ประเทศ (จีน ฮ่องกง ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ไทยและเวียดนาม) พบว่า ***“ความมั่นคงของงาน ยังเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกงานของกลุ่มคน Gen Z”*** ควรกำหนดนโยบายเพื่อให้บุคคลที่จะเข้ามาทำงานเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในความมั่นคงของงาน รวมถึงมีการกำหนดค่าตอบแทนหรือสวัสดิการให้เหมาะสมกับลักษณะงาน และมีนโยบายที่เปิดกว้าง จ้างงานตามกรอบระยะเวลา/ผลงาน สามารถทำงานนอกเวลา (Part-time) ได้ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยดูจากผลงานที่ทำ เป็นต้น

(2) สภาพแวดล้อมการทำงาน ควรปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการทำงาน/การสื่อสารกับกลุ่มคน Gen Z โดยการนำเทคโนโลยีให้เข้ามามีบทบาทในการทำงานมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดการประชุมแบบออนไลน์, มีการรับ-ส่งเอกสารผ่านระบบ Less Paper อย่างจริงจังและมีประสิทธิผล แต่การนำเทคโนโลยีเข้ามามากเกินไป อาจทำให้บุคคลภายในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์กันลดลง และวัฒนธรรมที่ดีในองค์กรอาจลดลงและสูญหายไป

ในปี ค.ศ. 2020 กลุ่มคน Gen Z จะเข้ามามีบทบาทสำคัญทางธุรกิจมากขึ้น องค์กรควรทำความเข้าใจในธรรมชาติของกลุ่มคนกลุ่มนี้ โดยการเปิดมุมมองให้กว้างขึ้น ให้โอกาสในการแสดงความคิดเห็น และแสดงความสามารถ และไม่ว่าเราจะเป็นกลุ่มคน Generation ใดก็ตาม หากเราทำงานด้วยใจรัก มีความเข้าใจ และช่วยเหลือ เอื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน *ช่องว่าง (Gap)* ระหว่าง Generation ก็ไม่อาจเป็นตัวกำหนดอนาคตและความสำเร็จของเรา ของผู้อื่น หรือขององค์กรได้

แล้วคุณพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้แล้วหรือยัง?

เอกสารอ้างอิง

[1] รุจรวี นาเอก และสรพงศ์ อ่องแสงคุณ. “Generation Z” Read Me. 6(28): 1-56: มกราคม-กุมภาพันธ์ 2558.

[2] มณฑล สรไกรกิติกูล. “Generation Z กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ในเอเชีย” เอกสารวิชาการ กลุ่มบริษัทอเด็ดโก้เอเชีย. 1-6: 2557.

[3] วรรณพงษ์ เตรียมโพธิ์ และอาทร นกแก้ว. “ผู้เรียน Gen Z เรียนรู้ได้อย่างไร” เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษา Generation Z. 1-6: 2557.

[4] Weinwig, Deborah. Gen Z: Get ready for the most self-conscious, demanding consumer segment. Fung global retail & technology, 2016.

[5] Zimmer, Cynthia. Getting to know Gen Z. Barnes & Noble College, 2016.