

Scoop

เรื่อง... วราภรณ์ เทียนเงิน/พรหมเมศร์ ศิริสุขวัฒนานนท์
ภาพ... วีรพงศ์ วงศ์ปรีดี

กล้า ท้า ฟัน วิธีกิน Gen-Y

สังคมของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงฉับไวกว่าที่คาดคิด ด้วยสภาวะแวดล้อมในสังคมที่แตกต่าง ทำให้วิถีคิดของคน Generation-Y ไม่เหมือนกับคน Generation-X หรือคนในยุค Baby Boom คนรุ่นใหม่ในยุคนี้เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ชอบแสวงหาโอกาสและทางเลือกใหม่ๆ ให้กับชีวิต ด้วย

อิทธิพลของดิจิทัลที่ทำให้การเรียนรู้ไร้ขีดจำกัด

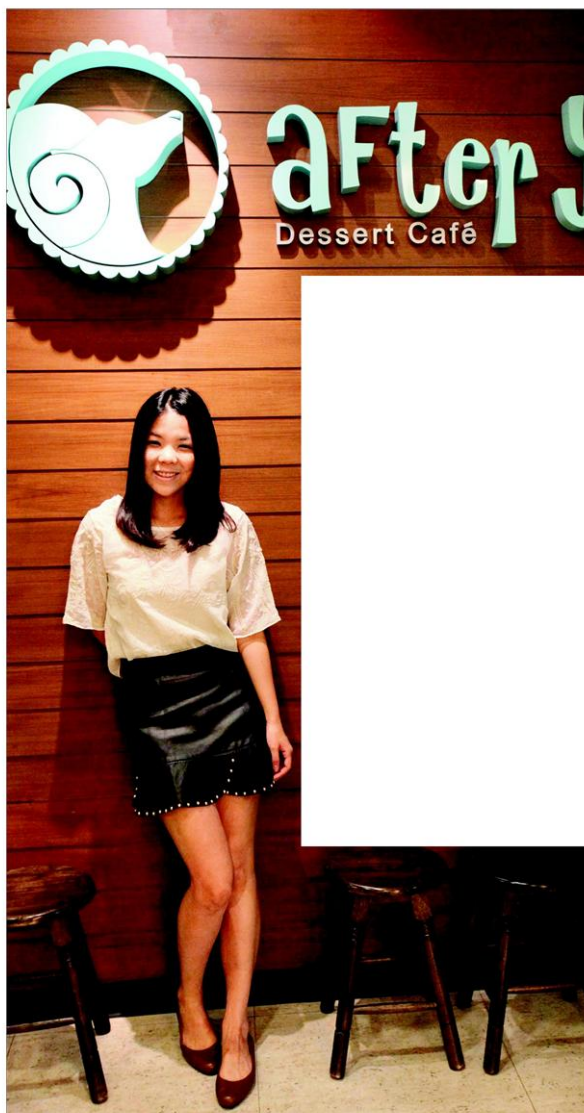
จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่งานในความคิดของคนรุ่นใหม่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เป็นมนุษย์เงินเดือน นั่งทำงานอยู่ในออฟฟิศ อันโอ้อำของบริษัทเอกชนหรือหน่วยงานรัฐ ซึ่งเสมือนเป็นสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จในชีวิตของคนวัยทำงานในรุ่นก่อนๆ เพราะในใจเขามีอะไรที่ท้าทายให้ทำมากกว่านั้น

ออฟเตอร์ ยู หนีงานออฟฟิศมาขายขนม

ออฟเตอร์ ยู ธุรกิจร้านขนมหวานแบรนด์ดัง คือหนึ่งในผลงานของคนรุ่นใหม่ที่เริ่มต้นธุรกิจในช่วง 25 ปี ด้วยแรงแห่งความรักในการทำขนมหวานและการทำธุรกิจผสมผสานกัน จนทำให้ ออฟเตอร์ ยู ติดตลาดในเวลาไม่นาน และทำเมนูสุดฮิตอย่าง “ชีนุกา อันนี่ โทสต์” กลายเป็นเมนูขนมที่ร้านอื่นต้องเอาไปทำบ้าง

เม-กุลพัชร กนกวัฒนาวรรณ ผู้ก่อตั้งร้านและเจ้าของร้าน ออฟเตอร์ ยู เล่าย้อนกลับไปสู่จุดเริ่มต้นของร้านออฟเตอร์ ยู ว่า มาจากความชอบขนมตั้งแต่เด็กและเริ่มฝึกทำมาตั้งแต่สมัยเรียนชั้นประถมศึกษา บวกกับความใฝ่ฝันอยากทำธุรกิจ หลังจากเรียนจบคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จึงมีความตั้งใจที่จะทำร้านขนมขึ้นมา

ในช่วงที่เมเรียนจบปริญญาตรี ไม่อยากทำงานบริษัทเป็นพนักงานประจำ จึงหันไปเขียนหนังสือสูตรขนมที่คิดค้นขึ้นเอง และพิมพ์ออกมาจำหน่ายในชื่อว่า May Made พร้อมกับเปิดรับทำขนมที่บ้าน เป็นคนลงมือทำและส่งขนมเอง จนไปพบที่ดินว่างในทองหล่อ ซอย 13 จึงสนใจเปิดร้านสาขาแรก และคิดว่าจะมีแค่ร้านเดียว



ตอนนั้นครอบครัวได้ให้เงินทุนตั้งต้นในการเปิดร้าน ใช้เงินทั้งหมด 5 ล้านบาท ปรากฏว่าหลังจากเปิดร้านมา 3 เดือน ลูกค้าตอบรับดีมาก เพราะเป็นร้านขนมแนวใหม่ ทั้งรสชาติ เมนู และเครื่องดื่ม จนต้องขยายสาขาเพิ่มจาก 1 เป็น 2 เป็น 3 จนล่าสุดมีรวมทั้งหมด 8 สาขา ในเวลา 6 ปี และทุกๆ สาขาก็ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

“สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากโชคช่วย แต่หากถามว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากสิ่งใดบ้างนั้น เป็นคำถามที่ตอบยากมาก เพราะมาจากหลายสิ่งเป็นส่วนผลักดันเยอะมาก ตั้งแต่ความชอบทำธุรกิจ ความชอบทำขนม และมาจากความตั้งใจจริงที่อยากทำขนม ทุ่มเท มุ่งมั่นแบบเต็มที่ ไม่เคยหยุดคิดและพัฒนาร้าน” เม กล่าว

ในอนาคต อาฟเตอร์ ยู มีแผนเปิดสาขาในต่างจังหวัด รวมทั้งสาขาในประเทศ มีลูกค้าติดต่ออยากให้ออกไปเปิดทั้งในอาเซียน เอเชีย และยุโรป แต่สิ่งที่เป็นความท้าทายใหม่ของ เม-กุลพัชร คือ การสร้างแบรนด์ อาฟเตอร์ ยู ให้ประสบความสำเร็จเหมือนกับร้านกาแฟ สตาร์บัคส์ ที่มีสาขาทั่วโลก ด้วยบริการและคุณภาพที่ดีเท่ากันทุกสาขา

เม เชื่อมั่นว่า หากตั้งใจจริง มีความรักในสิ่งที่ทำอย่างลึกซึ้ง ทุกอย่างเป็นไปได้เสมอ และความสำเร็จจะอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม เช่นเดียวกับอาฟเตอร์ ยู

เว็บไซต์ทอฟินเรียนรู้เพื่อเป็นนายตัวเอง

ด้วยใจที่รักอิสระและความอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ทำให้ มาวิน จิรไพศาลกุล ปลูกปั้นเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กสัญชาติไทย “ทอฟิน” ให้สามารถแจ้งเกิดได้ในเวลา 1 ปี แต่แค่ความอยากคงไม่เพียงพอ เพราะส่วนสำคัญที่สุดคือต้องลงมือทำอย่างจริงจังด้วย

THORFUN

“..ทอฝัน..”

Social Network 11K+คน

ที่แบ่งปันให้คุณไม่มีที่สิ้นสุด

ทุกเรื่องราวที่เพื่อนๆ แบ่งปันประสบการณ์
“ทอฝัน” จะแบ่งปันความสุขกลับคืน
ด้วยการแบ่งปันรายได้โฆษณา 51% มอบให้กับผู้เขียน

Thorfun - ความสุขของการแบ่งปัน
www.thorfun.com

POST

นั่นเป็นแรงผลักดันให้มาวินตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของตัวเองแทนที่จะยื่นใบสมัครงานไปยังบริษัทต่างๆ เหมือนกับเพื่อนร่วมรุ่นคนอื่นๆ หลังจากเรียนจบวิศวกรรมคอมพิวเตอร์จากรั้วจามจุรีแล้ว

มาวิน เล่าว่า ช่วงที่เรียนปริญญาตรีนั้น ต้องทำงานพิเศษเพื่อส่งตัวเองเรียนลดภาระให้กับทางบ้าน เป็นการเรียนรู้ว่าถ้าสามารถจัดสรรเวลาให้ดี ทุกคนสามารถทำอะไรที่หลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน แม้ทุกคนจะมีเวลา 24 ชั่วโมงต่อวันเท่ากัน แต่ใช้ไม่เท่ากัน

มาวินจึงใช้เวลาเรียนปริญญาตรี ทำงานพิเศษ และพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเกี่ยวกับท่องเที่ยวจนได้



ความคิดของคนรุ่นใหม่
ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เป็นมนุษย์เงินเดือน
เหมือนในอดีตของคนวัยทำงาน
ในรุ่นก่อนๆ เพราะในใจเขามีอะไรที่
ท้าทายให้ทำมากกว่านั้น



รางวัลชนะเลิศในโครงการ สามารถ อินโนเวชั่น อวอร์ด จากบริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น เมื่อเรียนจบปริญญาตรี ได้สมัครเรียนปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ พร้อมกับเริ่มต้นบริษัท ทอฝัน ไปพร้อมๆ กันโดยเขาตั้งเป้าว่าอีก 5 ปีข้างหน้า ตอนอายุครบ 28 ปี ทุกอย่างต้องมั่นคง

ถามว่าวันนี้เหนื่อยมั๊ย มาวินตอบเต็มปากเต็มคำว่ายเหนื่อย แต่ด้วยแรงผลักดันส่วนตัวและความทะเยอทะยานที่จะไปสู่ความสำเร็จ มาวิน ยืนยันว่า ถ้าแบ่งเวลาให้ดีขึ้นเราสามารถทำงานได้มากกว่าที่คิดเยอะ

จุดอ่อนประการหนึ่งคือ มาวินไม่เคยผ่านงานบริษัทไม่เคยเป็นพนักงานเงินเดือนมาก่อนเลย ทำให้ไม่รู้กระบวนการทำงานใดๆ ทั้งสิ้น แต่สุดท้ายมาวินได้เปลี่ยนจุดอ่อนให้กลายเป็นจุดแข็ง นั่นคือพร้อมจะเรียนรู้ทุกเรื่อง เมื่อรวมกับความจริงจังไม่ล้มเลิก ทำให้ทุกอย่างเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว

แม้ช่วงแรกจะกดดันตัวเองมาก บวกกับบริหารอารมณ์ไม่ดี เกิดความเครียดสะสม แต่ก็เกิดการเรียนรู้ว่า เมื่อรู้จักลุยแล้วต้องรู้จักพักด้วยเช่นกัน

มาวินสร้างโมเดลธุรกิจเว็บไซต์ทอฝันด้วยการแบ่งรายได้จากโฆษณาให้เจ้าของคอนเทนต์ที่เข้ามาร่วมแชร์ข้อมูลในเว็บไซต์ 51% หลังจากเปิดทดลองบริการมา 8 เดือน และเริ่มเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา ทอฝันได้เริ่มต้นแบ่งรายได้ให้กับเจ้าของคอนเทนต์แล้ว

แม้รายได้ที่แบ่งปันจะยังไม่มาก แต่ก็แสดงให้เห็น



ถึงความตั้งใจและทำจริงที่จะแบ่งรายได้ และเป็นการดึงดูดใจให้คนเข้ามาซื้อๆ เขียนๆ แบ่งปันความรู้ผ่านทวิตเตอร์เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ทวิตเตอร์เป็นโซเชียลเน็ตเวิร์กสำหรับกลุ่มนักเขียนคนที่สามารถถ่ายทอดความรู้ ความคิด ออกมาเป็นตัวหนังสือ นั่นคือกลุ่มเป้าหมายหลักของทวิต

สำหรับมุมมองของมารินที่เห็นความแตกต่างจากการสร้างธุรกิจของตัวเองแบบเดิมตัวนั้น มองว่าใครก็สามารถมีธุรกิจเป็นของตัวเองได้ แค่ต้องกล้าลงมือทำและไม่กลัวที่จะล้มเหลวเพียงไม่หยุดทำ ถึงจะไม่สำเร็จแต่ก็ไม่ต้องเสียดาย

ทั้งสองกรณีตัวอย่างสะท้อนภาพคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะความคิดอิสระและความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจที่ตัวเองสร้างขึ้นมา แต่การจะก้าวมาขึ้นบนความสำเร็งนั้นได้ เป็นสิ่งที่ไม่มีใครคาดเดาได้จนกว่าได้ลงมือทำ 

คนรุ่นใหม่ ต้องการชีวิตสมดุล

วิไลพร ทวีลาภพันทอง หัวหน้าสายงานที่ปรึกษาบริษัท PwC Consulting ประเทศไทย เปิดผลสำรวจ NextGen : A global generational study 2013 ที่ระบุว่าคน Gen Y หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2538 เป็นคนที่เติบโตมาในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยการสื่อสารผ่านอีเมล เทคโนโลยีบนมือถือ อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ มักมีความเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเองสูง และมีสไตล์การใช้ชีวิตอย่างสมดุล

สิ่งที่เกิดขึ้นคือ มีความแตกต่างระหว่างคนในแต่ละรุ่นคนยุคก่อนหน้ามองว่าคนรุ่น Gen Y เป็นพวกไม่ทุ่มเทกับการทำงาน ไม่มีน้ำอดน้ำทน เปลี่ยนงานบ่อย ไม่ฟังคำสั่งแต่ในทางกลับกัน เด็กรุ่นใหม่ก็จะมองว่าคนรุ่นเก่าชอบวางอำนาจ ทำงานเชื่องช้า ล้าหลังในเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งหากมองแบบผิวเผิน ปัญหานี้ดูไม่ได้หนักหนาอะไร เป็นปัญหาภายในที่ไม่ได้ส่งผลต่อการสร้างรายได้หรือกำไรของบริษัท แต่จริงๆ แล้ว ถ้ามองดีๆ มันเป็นปัญหาเชิงลึกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและการเปลี่ยนงาน

ผลสำรวจฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยความร่วมมือระหว่าง PwC กับมหาวิทยาลัย Southern California และ The London Business School ผ่านการสำรวจพนักงานใน

กลุ่ม Gen Y และ Gen อื่นๆ กว่า 4.4 หมื่นคน ใน 18 ประเทศทั่วโลก ใช้เวลา 2 ปี ในการจัดทำ ซึ่งผลสำรวจพบว่าพนักงานในกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work/life balance) มากกว่าคนรุ่นอื่นๆ

ยกตัวอย่างเช่น ใน 71% ของคน Gen Y มองว่าค่าตอบแทนหรือการเลื่อนตำแหน่งเป็นเรื่องรอง เปรียบเทียบกับคนในรุ่นอื่นที่เห็นเช่นเดียวกันมีสัดส่วน 63% ขณะที่พนักงานในกลุ่ม Gen Y กว่า 60% ต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน เช่น สามารถเลือกหรือปรับเปลี่ยนเวลาเข้าทำงานได้ หรือทำงานจากที่บ้าน หรือที่อื่นๆ และเชื่อว่าการได้มาซึ่งความสามารถในการผลิตไม่ได้วัดกันที่จำนวนชั่วโมงที่ใช้ทำงาน แต่อยู่ที่ผลงานที่ได้มากกว่าแตกต่างกับคนรุ่นเก่าที่ถูกปลูกฝังและเคยชินกับการทำงานหนักที่ทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งตำแหน่งและความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

คนทำงานในยุค Gen Y ต้องการรู้สึกว่าคุณค่ามีส่วนร่วมและกำหนดทิศทางของบริษัทไปพร้อมๆ กับการเติบโตไปในองค์กร ผู้บริหารจะต้องตอบโจทย์ความต้องการของเด็กๆ นี้ให้ได้ และต้องสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ให้พนักงานทุกระดับการมีส่วนร่วม กระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มร่วมทำงานกับเพื่อนร่วมงานและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้ และที่สำคัญที่สุดคือการชื่นชมความสำเร็จของพวกเขาอย่างจริงจัง