

บทความวิจัย

ความคาดหวังในงานและการพัฒนาตนเองของคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชน

เกศกุล สระทวี¹

(Received: May 21, 2021; Revised: February 4, 2022; Accepted: February 28, 2022)

บทคัดย่อ

คนรุ่นใหม่มีความสำคัญทั้งเป็นแรงงานหลักในระบบเศรษฐกิจและเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังต่องาน แรงจูงใจในงาน และการพัฒนาตนเองของคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชน งานวิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง 12 ราย อายุไม่เกิน 35 ปี ประสบการณ์ไม่เกิน 10 ปี จากองค์กรเอ็นจีโอในประเทศไทย การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดระเบียบข้อมูล แสดงข้อมูล ติความ และตรวจสอบความถูกต้อง ผลการวิจัย พบว่า (1) แรงจูงใจในการทำงานของคนรุ่นใหม่ มีดังนี้ (1.1) แรงจูงใจภายในด้านความสุข ความสมดุลของชีวิตและงาน ไม่ต่างจากคนรุ่นใหม่องค์กรอื่น แต่พบว่าแรงจูงใจด้านอุดมการณ์ทางสังคมมีโดดเด่นในเอ็นจีโอรุ่นใหม่ทุกคน (1.2) แรงจูงใจภายนอกด้านเงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ แม้ไม่ใช่แรงจูงใจหลัก แต่อาจส่งผลต่อการทำงานกับองค์กรในระยะต่อมา (2) ความคาดหวังต่องาน เป็นสิ่งที่สะท้อนมุมมองต่องานพัฒนา และส่งผลต่อแผนชีวิตอนาคตใน 3 แบบ คือ ลาออกเพื่อสร้างงานตนเอง ลาออกเพื่อทำงานองค์กรอื่น และทำงานองค์กรเดิม

¹ อาจารย์ ดร. วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต)

E-mail: Kedkuns@staff.tu.ac.th

(3) การพัฒนาตนเองที่คนรุ่นใหม่สนใจ คือ ความรู้และทักษะต่าง ๆ ผลวิจัยได้เสนอแนวทางบริหารงานองค์กรพัฒนาเอกชน และการประยุกต์ใช้แนวคิดความคาดหวังและคุณค่าในงานเอ็นจีโอ

คำสำคัญ: องค์กรพัฒนาเอกชน คนรุ่นใหม่ ความคาดหวังต่องาน แรงจูงใจในงาน การพัฒนาตนเอง

RESEARCH ARTICLE

Work Expectations and Self-Development of New Generations in Non-governmental Organizations

Kedkun Srakawee¹

Abstract

The new generation has been generally known as the main workforce in the economy and a significant force driving current work in social development. The purpose of this research was to study work expectation, work motivation and self-development of the new generation in NGOs. A qualitative research was conducted with new generation. Twelve key informants were recruited based on the basis of purposive sampling. The criteria of the selected key informants were being 35 years old or younger and having not over 10-year-experience in NGOs Thailand. To analyze the data, four steps of the content analysis were done; data organization, data display, data interpretation, and data validation. The research finding indicated (1) work motivation of the new generation includes: (1.1) intrinsic motivation for happiness and work-life balance which was not different from the new generation of other organizations; however, all young NGOs had prominent social ideological motivations and (1.2) extrinsic motivation in terms of

¹ Lecturer, Ph.D., Puey Ungphakorn School of Development Studies (PSDS), Thammasat University,
E-mail: Kedkuns@staff.tu.ac.th

salary, compensation and benefits, although these were not the main motivation, they may affect working with the organization in later stages. (2) work expectation that reflected the perspective on the development work as well as affected future plans in 3 ways: quit to create their own job, resign to work for another organization, and work in the original organization. (3) self-development that the new generation was interested in was knowledge and skills. This research proposes the key elements of administering NGOs and applies the concept of work expectations and values in NGO work.

Keywords: Non-governmental Organizations, New Generation, Work Expectations, Work Motivation, Self-Development

บทนำ

คนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มประชากรหลักที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งเป็นแรงงานและผู้บริโภคหลักของประเทศ รวมถึงเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคม ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา คนรุ่นใหม่ได้ขาดหายไปจากเส้นทางงานพัฒนาโดยเฉพาะในองค์กรพัฒนาเอกชนของไทย องค์กรพัฒนาเอกชนในสังคมไทยถือเป็นส่วนหนึ่งของขบวนการเคลื่อนไหวภาคประชาสังคมที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทยมานานกว่า 4 ทศวรรษ (Suwannarat, 2004; Janya, 2007) มีบทบาทร่วมพัฒนาสังคม ฝ่าติดตาม และทำงานร่วมกับภาครัฐ (Beloe, Elkington, Hester, & Newell, 2003) ตั้งแต่ช่วงปี 2540 เป็นต้นมา เอ็นจีโอไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤตเศรษฐกิจด้านเงินทุนจากการถอนตัวของทุนต่างประเทศ (Suwannarat, 2004) และปัญหาด้านบุคลากรไม่มีความรู้ความชำนาญ (Patcharaworrapas, 2004) ขาดแคลนคนรุ่นใหม่เข้าทำงาน และเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในองค์กร (Boonchai et al., 2013; Srakawee, 2019) จากรายงานต่างประเทศ พบว่า เอ็นจีโอไทยมีความยั่งยืนในการทำงานอยู่ในอันดับท้ายเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในแถบเอเชีย (Salamon & Anheier, 1996) แสดงให้เห็นว่า การศึกษาองค์กรเอ็นจีโอของไทยยังมีความจำเป็นในแง่ของการพัฒนาองค์กรและบุคลากรภายใน แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ศึกษาคนรุ่นใหม่ในภาคประชาสังคมกันมายาวนาน เช่น ปัจจัยจูงใจในการทำงาน (Thowakulpanich, 2002) ปัจจัยความก้าวหน้า (Rakdhum, 2010) ทักษะของคนรุ่นใหม่ต่อองค์กรทางเลือก (Jindasuwan, 2014) และการตัดสินใจเลือกทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชน (Gadetud, 1998) อย่างไรก็ตาม การวิจัยคนรุ่นใหม่ในองค์กรเอ็นจีโอยังมีน้อยในปัจจุบัน งานเอ็นจีโอมีลักษณะงานเชิงอุดมการณ์ที่แตกต่างจากงานอาชีพทั่วไป สังคมไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมาก งานวิจัยนี้สนใจศึกษามุมมองและพฤติกรรมองค์กรของคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชนปัจจุบัน ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชน เพื่อทำความเข้าใจความคาดหวัง แรงจูงใจ และการพัฒนาตนเอง และเป็นข้อเสนอแนะต่อองค์กร ทั้งในเชิงการบริหารการจัดการองค์กร เพื่อรับมือกับปัญหาการขาดแคลนบุคลากรรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

ประยุกต์องค์ความรู้ด้านทฤษฎีพฤติกรรมองค์กร อธิบายความคาดหวังต่องาน การให้คุณค่ากับงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ และรูปแบบการพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็น ประโยชน์เชิงทฤษฎีที่ต่อยอดองค์ความรู้เดิมจากงานวิจัยที่ผ่านมา และสร้าง ความเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรมต่อคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชนในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทำความเข้าใจคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชนในเรื่อง ความคาดหวังต่องาน แรงจูงใจ และมุมมองต่อการพัฒนาตนเอง

คำถามการวิจัย

1. คนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชนมีความคาดหวังต่องานและ แรงจูงใจต่องานพัฒนาเอกชนอย่างไร
2. คนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชนมีมุมมองต่อการพัฒนาตนเอง อย่างไร

ขอบเขตการศึกษา

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาทำความเข้าใจต่อความคาดหวังต่องาน แรงจูงใจ ในงาน และการพัฒนาตนเองของคนรุ่นใหม่ที่เป็นเจนเนอเรชันวายในองค์กร พัฒนาเอกชน
2. ด้านกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (เอ็นจีโอรุ่นใหม่) จำนวน 12 ราย (คนที่ 1-12) และผู้ให้ข้อมูลรอง (เอ็นจีโอรุ่นเก่า) จำนวน 2 ราย (คนที่ 13-14)
3. ด้านวิธีวิจัย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา และเก็บ รวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก
4. ด้านระยะเวลา ใช้เวลาศึกษา 12 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

องค์กรเอ็นจีโอ หมายถึง องค์กรพัฒนาเอกชนที่อยู่ในประเทศไทย
มี 6 กลุ่ม (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1)

คนรุ่นใหม่ หมายถึง บุคคลที่อยู่ในช่วงเจนเนอเรชันวายที่เกิดระหว่าง
พ.ศ. 2520-2543

เอ็นจีโอรุ่นใหม่ หมายถึง คนรุ่นใหม่ที่กำลังปฏิบัติงานหรือมี
ประสบการณ์ทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนไม่เกิน 10 ปี

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง 4 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน หรือ
อพช. หรือมักเรียกกันทั่วไปว่า เอ็นจีโอ (Patcharaworrapas, 2004) มาจาก
คำย่อภาษาอังกฤษ Non-governmental Organizations หรือ NGOs มีชื่ออื่น
ที่ใกล้เคียง เช่น องค์กรเอ็นจีโอ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (Nonprofit
Organization หรือ NPO) องค์กรสาธารณประโยชน์ องค์กรภาคประชาสังคม
(Civil Society Organizations: CSOs) เป็นต้น เป็นองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์
ในเชิงพาณิชย์ จัดตั้งเป็นระบบ (รวมถึงองค์กรที่ไม่เป็นทางการด้วย) มีโครงการ
และเป้าหมายชัดเจน ไม่เป็นองค์กรของรัฐ ดำเนินงานโดยอิสระ ไม่ถูกควบคุม
หรือกำกับจากองค์กรอื่น (Office of the National Economic and Social
Development Council Committee, 2014) องค์กรเอ็นจีโอไทยมีมากกว่า 40 ปี
ตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา ในปี พ.ศ. 2528 เกิดคณะกรรมการประสานงาน
องค์กรพัฒนาเอกชน (กป.อพช.) ระดับชาติ เป็นกลไกทำงานกับภาครัฐ และ
เครือข่ายร่วมกันมากขึ้นในปี พ.ศ. 2530 (Patcharaworrapas, 2004) องค์กร
เอ็นจีโอจัดอยู่ในกลุ่มองค์กรสาธารณประโยชน์ที่มีมูลค่าการจ้างงานสูง และ
ถือเป็นแหล่งสร้างงานของระบบเศรษฐกิจไทยแห่งหนึ่ง (Office of the National
Economics and Social Development Board, cited in Srakawee,
2019) หากพิจารณาตามลักษณะกลุ่มและแหล่งทุน องค์กรพัฒนาเอกชนใน
ประเทศไทย แบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มโครงการเฉพาะกิจขนาดเล็ก กลุ่มชมรม

หรือโครงการขนาดกลาง กลุ่มองค์กรมูลนิธิหรือโครงการขนาดใหญ่ กลุ่มองค์กรที่จัดตั้งโดยภาครัฐ กลุ่มองค์กรระหว่างประเทศ และกลุ่มองค์กรจัดตั้งโดยภาคธุรกิจ (Srakawe, 2019)

2. แนวคิดเรื่องคนรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานในเจนเนอเรชั่นวาย เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520 - 2543 (Williams & Page, 2011; Wong et al., 2008) คนรุ่นนี้เติบโตในช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีบทบาทมาก เข้าใจความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม มีความตระหนักรู้ทางสังคม (Williams & Page, 2011) เป็นรุ่นที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจปัจจุบัน เนื่องจากเป็นทั้งแรงงานหลักและผู้บริโภค (Pimpaporn & Siri Wong, 2559) องค์กรปัจจุบัน มักประกอบด้วยบุคลากร 3 รุ่น คือ (1) รุ่นเก่า (รุ่นอาวุโสและรุ่นเกษียณ) เป็นรุ่นเบบี้บูมเมอร์ (2) รุ่นกลาง เป็นรุ่นเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และ (3) รุ่นใหม่ เป็นรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย งานวิจัยนี้เรียก คนกลุ่มนี้ว่า “เอ็นจีโอรุ่นใหม่” หรือ “คนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชน” แม้ว่าบางงานวิจัย พบว่า เจนเนอเรชั่นทั้ง 3 รุ่น (เบบี้บูมเมอร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และวาย) มีแรงจูงใจในงานไม่ต่างกัน (Wong et al., 2008) แต่อีกหลายงานวิจัยกลับพบว่า เจนเนอเรชั่นวายมีลักษณะเด่นที่แตกต่างจากเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ เช่น มีความสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยทำงาน ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์และเรียนรู้ ชอบทำงานเป็นทีม และยอมรับการเปลี่ยนแปลง (Dechawastanapaisarn et al., 2014) มีความสุขในการทำงาน หากเป็นงานตนเองรัก งานท้าทาย ได้รับผิดชอบงานที่เหมาะสม บรรลุงานตามเป้าหมาย มีโอกาสเรียนรู้และพัฒนา มั่นคงในชีวิต มีหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานดี มีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ องค์กรเติบโตได้ และบรรยากาศการทำงานเป็นกันเอง (Pimpaporn & Siri Wong, 2016; Wantanapaisarn, 2009; Chanto & Phoemphian, 2018) คนรุ่นนี้ยังให้ความสำคัญกับความสมดุลของชีวิตและงาน (Wantanapaisarn, 2009; Jituea, 2018) ให้คุณค่าด้านมนุษยธรรมซึ่งส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กร (Mitrakul & Kongchan, 2016) ให้ความสำคัญรองกับเรื่องผลตอบแทน สวัสดิการครอบครัว และความเป็นองค์กรข้ามชาติ

(Wantanapaisarn, 2009) งานวิจัยที่ผ่านมาจึงยังมีข้อโต้แย้งในบุคลิกลักษณะการทำงานของคนรุ่นนี้ ปัจจุบันงานวิจัยคนรุ่นใหม่ในองค์กรภาคประชาสังคมของไทยยังพบไม่มาก โดยงานวิจัยที่ผ่านมา มักเรียกคนรุ่นนี้ในองค์กรว่า “นักพัฒนารุ่นใหม่” ผลการศึกษาคล้ายกับการศึกษาในองค์กรทั่วไป เช่น งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความก้าวหน้าของนักพัฒนารุ่นใหม่ในองค์กร มาจากปัจจัยด้านประสบการณ์ การศึกษา แนวทางและนโยบายองค์กร ความตระหนักในคุณค่าในงาน ทักษะที่ดีต่อองค์กร และตั้งใจมุ่งมั่นทำงานของตน (Gadetud, 1998; Towakulpanich, 2002; Rakdhum, 2010)

3. แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังและคุณค่า (The Expectancies-Value Theory) (Wigfield, Tonks, & Klauda, 2016; Eccles & Wigfield, 2020) แนวคิดนี้ถูกพัฒนาโดย Jacqueline Eccles และคณะ ที่เน้นเรื่องความคาดหวัง (Expectancies) การให้คุณค่า (Value) โดยเสนอว่า ผลสัมฤทธิ์ของงาน (Achievement Performant) และทางเลือก (Choice) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยความคาดหวังและแรงจูงใจจะผลักดันให้เกิดความสำเร็จหรือผลลัพธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ความคาดหวัง (Expectancy) คือ ความเชื่อเฉพาะที่บุคคลมีต่อความสำเร็จในงานบางอย่างที่จะทำในอนาคต ความเชื่อนี้ได้รับอิทธิพลจาก (1) ปัจจัยภายในบุคคล เป็นความเชื่อต่องานเฉพาะ การรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-Efficacy) รับรู้ความยากของงาน เป้าหมายส่วนบุคคล โครงสร้างเชิงปัญญาของบุคคล ตลอดจนความทรงจำทางอารมณ์ต่อเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ที่ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ทัศนคติและความคาดหวังของผู้อื่นที่มีต่อตน และ (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อรับรู้และตีความของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่บุคคลให้คุณค่า และเป็นความเชื่อต่อผลลัพธ์ โดยมีแรงจูงใจผลักดันให้เกิดขึ้น คุณค่าที่เกิดจากแรงจูงใจที่ไม่ใช่แค่ความเชื่อ (Belief) ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ความสำเร็จได้รับแรงบันดาลใจที่มาจากความคาดหวังต่อความสำเร็จ และคุณค่าในเรื่องที่เฉพาะ บุคคลมีแนวโน้มทำกิจกรรมนั้น หากตนเองคาดหวังว่าจะทำได้ดีและเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำ

3.2 คุณค่า (Value) หมายถึง คุณค่าของงาน (Task Value) มีอิทธิพลต่อความปรารถนาต่องานนั้น สร้างแรงจูงใจต่องาน คุณค่างาน ประกอบด้วย คุณค่าความสำเร็จ (Attainment Value) คุณค่าที่แท้จริง (Intrinsic Value) คุณค่าเชิงอรรถประโยชน์หรือการใช้ประโยชน์ (Utility Value or Usefulness) และต้นทุน (Cost) ที่สำคัญอย่างยิ่งต่อ “การเลือก”

3.3 การเลือก (Choice) ได้รับอิทธิพลจากลักษณะงานทั้งทางบวกและลบ ตัวเลือกแต่ละตัวต่างมีต้นทุนที่ต้องแลกมา การเลือกทำในสิ่งหนึ่งแล้วอาจทำให้พลาดการเลือกอีกสิ่งหนึ่งที่มีคุณค่ากับบุคคลเช่นกัน

4. แนวคิดเรื่องการพัฒนาตนเอง (Self-Development)

ประกอบด้วย (1) การพัฒนาโดยเรียนรู้ภายในตนเอง คือ การรู้จักและเข้าใจตนเอง ตระหนักในตัวตนที่แท้จริง ตัวตนในอุดมคติ และตัวตนทางสังคม การยอมรับตนเอง การปรับปรุงแก้ไขตนเอง การยอมรับและเห็นความสำคัญของผู้อื่นตามความเป็นจริงเช่นเดียวกับตน และ (2) การพัฒนาตนเองโดยการเรียนรู้จากภายนอก คือ การแสวงหาข้อมูลและความรู้หลากหลายวิธี (ThongAun, 1999; Junpet, 2014)

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) (Potisita, 2009: 167; Maxwell, 2013: 96-97) จากประชากรที่เป็นคนรุ่นใหม่ในองค์กรพัฒนาเอกชน ที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา ดังนี้ (1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มีเกณฑ์คัดเลือก คือ เป็นคนรุ่นใหม่ อายุไม่เกิน 35 ปี มีประสบการณ์งานเอ็นจีโอจนถึงปัจจุบันไม่เกิน 10 ปี จำนวน 12 คน (คนที่ 1-12) ทำงานในองค์กรเอ็นจีโอ 6 กลุ่มในประเทศไทย รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1 (2) ผู้ให้ข้อมูลรอง (Informants) มีเกณฑ์คัดเลือก คือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์งานเอ็นจีโอมากกว่า

20 ปี จำนวน 2 คน (คนที่ 13, 14) ผู้ให้ข้อมูลรองเป็นการให้ข้อมูลจากมุมมองของเอ็นจีโอรุ่นเก่า เพื่อการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าในด้านเนื้อหา

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ให้ข้อมูลรอง แนวคำถามสัมภาษณ์มีดังนี้ (1) คำถามทั่วไปและข้อมูลส่วนตัวที่เกี่ยวกับงาน (2) แรงจูงใจต่องาน คุณค่าของงานและอาชีพ (3) ความคาดหวังต่อการทำงานเอ็นจีโอ ต่อดังกล่าว ต่อมา พัฒนา และอื่น ๆ (4) การพัฒนาตนเองจากภายในตนเอง และการพัฒนาจากภายนอก และ (5) ประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคำถามมีความยืดหยุ่นและปรับตามบริบทการสัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการจัดระเบียบข้อมูล แสดงข้อมูล ติความ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ด้วยการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูล (Data Sources) โดยรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง แต่จุดมุ่งหมายเพื่อยืนยันข้อเท็จจริงหรือปรากฏการณ์เดียวกัน (Yin, 2009: 116) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลรอง เพื่อตรวจสอบข้อมูลอีกแหล่ง

5. ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชุดที่ 2 สาขาสังคมศาสตร์ ดังนี้ (1) การทำหนังสือขออนุญาตอย่างเป็นทางการพร้อมเอกสารเข้าร่วมการวิจัยให้แก่ผู้ถูกสัมภาษณ์ (2) นัดหมายสัมภาษณ์ (3) การสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 45 นาที และ (4) ผลการวิจัยถูกนำเสนอในภาพรวม โดยปกปิดชื่อและองค์กรของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลและองค์กร

จากผลการศึกษา พบว่า องค์กรเอ็นจีโอปัจจุบันมีบุคลากรหลายช่วงวัย ส่วนใหญ่มักมีบุคลากรรุ่นเก่ามากกว่ารุ่นใหม่ (คนที่ 1, 2, 3, 6) แต่ในองค์กรใหม่ก็มีคนรุ่นใหม่มากกว่า (คนที่ 5, 10) ปัจจุบันองค์กรมี 4 รุ่น ได้แก่ (1) รุ่นเกี่ยณ อายุมากกว่า 60 ปี ประสบการณ์มากกว่า 30 ปี มักอยู่ตำแหน่งผู้บริหารองค์กร (2) รุ่นอาวุโส (45-60 ปี) ประสบการณ์ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีบทบาทเป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้เชี่ยวชาญ (3) รุ่นกลาง (35-45 ปี) ประสบการณ์ 10-20 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง หรือผู้ประสานงาน (4) รุ่นใหม่ (23-35 ปี) ประสบการณ์น้อยกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่หรือผู้ประสานงานในพื้นที่ รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 12 คน แสดงในตาราง 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัย (เอ็นจีโอรุ่นใหม่ 12 คน)

รายการ	ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย
อายุ	ระหว่าง 24-35 ปี	30.5 ปี
เพศ	ชาย 4 คน หญิง 8 คน	
การศึกษา	ปริญญาตรี 10 คน ปริญญาโท 2 คน	
ประสบการณ์	ระหว่าง 2-9 ปี	4.8 ปี
ประเภทองค์กร	กลุ่ม 1 โครงการเฉพาะกิจขนาดเล็ก (คนที่ 3, 4) กลุ่ม 2 ชมรมหรือโครงการขนาดกลาง (คนที่ 12) กลุ่ม 3 มูลนิธิหรือโครงการขนาดใหญ่ (คนที่ 1, 2, 7, 9, 10) กลุ่ม 4 องค์กรโดยภาครัฐ (คนที่ 8) กลุ่ม 5 องค์กรระหว่างประเทศ (คนที่ 5, 6) กลุ่ม 6 องค์กรโดยธุรกิจเอกชน (คนที่ 11)	

เมื่อพิจารณาตามระบบ ICNPO (The International Classification of Nonprofit Organizations, Major Groups and Subgroups) (Salamon & Anheier, 1996; United Nation, 2003) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทำงานในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (1) กลุ่มสุขภาพและอนามัย (คนที่ 1, 2, 7) (2) กลุ่มสิ่งแวดล้อม (คนที่ 1, 2, 5) (3) กลุ่มการพัฒนาชนบทและเมือง (คนที่ 3, 4, 8, 12) (4) กลุ่มกฎหมาย การรณรงค์ และการเมือง (คนที่ 3, 4, 7, 11, 12) (5) กลุ่มศาสนา (คนที่ 6) (6) กลุ่มบริการสังคม สังคมสงเคราะห์ (คนที่ 8) (7) กลุ่มองค์กรการกุศล อาสาสมัคร (คนที่ 9, 11) และ (8) กลุ่มศึกษาวิจัย (คนที่ 10)

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคำถามวิจัย

1. แรงจูงใจในการทำงานเอ็นจีโอ ได้แก่

1.1 แรงจูงใจในช่วงแรกของการทำงาน (0-1 ปี) เนื่องมาจากรุ่นใหม่เข้าสู่งานพัฒนาสังคมมักเกิดจาก (1) ตนเอง ประสบการณ์และความประทับใจในวัยเด็ก อุดมการณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเดิมของตนเอง (เช่น การเกษตร งานอาสาสมัคร) ทำให้รุ่นใหม่นำงานที่ใกล้ชิดกับชนบทและชุมชน (2) ครอบครัว ครอบครัวมีบทบาทอย่างมากในการเลือกอาชีพ และตัดสินใจทำงานในช่วงแรก ครอบครัวให้ความสำคัญกับความมั่นคง มีภาระเศรษฐกิจ และให้คุณค่าต่ออาชีพอื่น (เช่น งานราชการ งานบริษัท) (คนที่ 4, 6, 12) หรือมีทัศนคติลบต่องานเอ็นจีโอ มักไม่สนับสนุนการทำงานเอ็นจีโอ จึงทำให้รุ่นใหม่มองบางคนเปลี่ยนงานในเวลาต่อมา ส่วนครอบครัวที่มีสมาชิกทำงานพัฒนา มีประสบการณ์วัยเด็กกับงานทางสังคม ไม่มีภาระครอบครัวหรือภาระเศรษฐกิจ ชื่นชมงานทางสังคม และมุ่งมั่นเลือกงานตามเส้นทางตนเอง ก็มักตัดสินใจทำงานเอ็นจีโอในระยะยาว (คนที่ 5, 8, 9, 10)

“คุณพ่อเป็นแกนนำขับเคลื่อนชุมชนในปีที่เราเกิด สิ่งเหล่านี้มันอยู่กับเรตลอด การแบ่งปัน พอตอนหลังเราชอบเลยมารับบทบาทนี้” (คนที่ 5, สัมภาษณ์, 2563)

“ครอบครัวกังวลเรื่องการทำงานของหนู ตอนแรกเขาคาดหวังให้เราเป็นราชการ ทำงานบริษัท ๑ แต่การมาทำงานตรงนี้ ปากกลัวหนูไปซุ่มนุ้ม เพราะสายงานทางสังคมมันต้องเรียกร้องเดินขบวน กลัวจะได้รับผลกระทบจากตรงนี้” (คนที่ 12, สัมภาษณ์, 2563)

(3) สถาบันการศึกษา แรงจูงใจสำคัญมักเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย (คนที่ 1, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12) ทำให้คนรุ่นใหม่เหล่านี้เห็นคุณค่าของกิจกรรมทางสังคม ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น มีเครือข่ายเกิดทักษะหลากหลาย (เช่น การจัดการกับปัญหาและเวลาของตนเอง การบริหารจัดการโครงการ) รู้ปัญหาสังคมอย่างเป็นจริง เป็นแรงจูงใจหลักในการเลือกทำงานพัฒนาหลังจากจบการศึกษา (4) องค์กร การสมัครงานเอ็นจีโอในอดีต มักเกิดจากการแนะนำหรือชักชวนในกลุ่มที่มีแนวคิดอุดมการณ์คล้ายกัน (คนที่ 14) ปัจจุบันคนรุ่นใหม่มักสนใจองค์กรที่มีผลงานโดดเด่น ประเด็นท้าทายและสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมในวงกว้าง แหล่งทุนหลากหลายและมั่นคงพึ่งตนเองได้ (เช่น ทำธุรกิจเพื่อสังคม) มีวัฒนธรรมองค์กรอบอุ่นจริงใจ ยืดหยุ่นให้อิสระทางความคิดและวิธีทำงาน มีพี่เลี้ยงสอนงาน ให้การยอมรับ ผู้บริหารมีอุดมการณ์มุ่งมั่นและมีจริยธรรมมักได้รับความเคารพและศรัทธาจากคนรุ่นใหม่ ในขณะที่เงินเดือนค่าตอบแทนยังไม่ใช่แรงจูงใจหลักในการตัดสินใจร่วมงานกับองค์กรในช่วงแรก (คนที่ 6, 7, 9, 10, 12, 13)

1.2 แรงจูงใจในช่วงกลางของการทำงานในองค์กร (ช่วง 1-5 ปี)

มีเงื่อนไขจาก (1) ลักษณะงานและการบริหารงานภายในองค์กร ลักษณะงานที่สร้างแรงจูงใจต่อคนรุ่นใหม่ คือ งานที่ท้าทาย (คนที่ 6, 11) มีโอกาสก้าวหน้า (คนที่ 8) มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหัวหน้า (คนที่ 4) ผูกพันองค์กร (คนที่ 8) วิธีทำงานของตนเองสอดคล้องกับองค์กร (คนที่ 3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (คนที่ 3, 4, 11) งานมีความอิสระและยืดหยุ่น (คนที่ 6) งานเอ็นจีโอเป็นงานที่ยืดหยุ่นและอิสระ ดึงดูดให้คนรุ่นใหม่สนใจ เนื่องจากสอดคล้องกับความชอบและวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ แต่ขณะเดียวกัน การทำงานหนักและงานที่ไม่สร้างสมดุลกับชีวิตก็อาจทำให้แรงจูงใจในงานลดลงได้ในเวลาต่อมา

“เพราะตัวเองมีนิสัยไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบ มันเลยทำให้เราทำงาน (เอ็นจีโอ) อย่างมีความสุข” (คนที่ 12, สัมภาษณ์, 2563)

“งานเอ็นจีโอ เวลาทั้งหมดอยู่ที่งานหมดเลย เรานอนออฟฟิศ ข้อเสียคือ 24 ชั่วโมงเป็นงานอย่างเดียวเลย บางทีเที่ยงคืนเราก็ต้องทำงาน คนในรุ่นหนู มันต้องมีเวลาพักให้ตัวเองด้วย หนูว่าคนรุ่นใหม่อดทนการณไม่ได้แรงขนาดนั้น เราควรได้หยุดพัก” (คนที่ 4, สัมภาษณ์, 2563)

(2) แรงจูงใจที่เกิดจากวิธีการทำงาน ได้แก่ (2.1) ความรู้ความเข้าใจประเด็นงาน ความไม่รู้ไม่เข้าใจงานหรือทำงานที่ยากเกินไป ทำให้แรงจูงใจในงานลดลง (2.2) การที่องค์กรรับรู้ความสามารถของตนเอง (คนที่ 11) ช่วยเพิ่มความมั่นใจและจูงใจการทำงานระยะนี้ (2.3) ความสัมพันธ์ที่ดีกับหัวหน้า เป็นปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจทำงานในองค์กรในอนาคต และ (2.4) เงินเดือนค่าตอบแทน และสวัสดิการ ยังไม่ใช่แรงจูงใจหลัก (คนที่ 1, 3, 9, 12) แต่มีผลต่อการประเมินเส้นทางอาชีพอีกครั้ง ในกลุ่มที่มีความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือครอบครัวคาดหวังให้ทำงานอาชีพอื่น (คนที่ 2, 4, 6)

“เอาจริง ๆ ตอนนี้รู้สึก ว่า ผมเริ่มคิดว่าตัวเองเก่งไม่พอ คนที่เป็นเอ็นจีโอต้องมีอะไรพิเศษมากกว่าความมั่นใจ ต้องมีความรู้เฉพาะด้าน ความรู้บุคลิกพิเศษด้วย” (คนที่ 3, สัมภาษณ์, 2563)

“ที่หนูมองคือไม่ใช่อย่างนี้ เหมือนเราไม่เก่งด้วย มันยากเกินไปสำหรับเราในตอนนี้” (คนที่ 4, สัมภาษณ์, 2563)

“เรื่องเงินเดือนถ้ามันไม่ได้น้อยมากจนแยะแต่ก็โอเค ที่ลาออกคงเป็นเรื่องทำงานกับหัวหน้างานไม่ได้ คือขัดแย้งในวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนกัน ทำงานแล้วไม่ได้ตามเป้าหมายหัวหน้าเลยเครียด เลยทำให้แบบเออไม่อยู่ดีกว่า” (คนที่ 3, สัมภาษณ์, 2563)

“ถ้าเปรียบเทียบกับคนอื่นหนูยังมองว่า เงินเดือนยังน้อยอยู่ แต่เราก็อโอเคเพราะมันพอใช้ แต่ถ้าให้โฟกัสเรื่องเงินเดือนก็นิดหน่อย ปัจจัยหลักก็คงอยู่ที่งานมากกว่า ถ้างานมันสนุกและน่าสนใจ คงทำต่อไป งานแบบที่เราได้พัฒนา มีประโยชน์ ทำแล้วสนุกกับมัน เป็นงานที่ไม่เบียดเบียนทั้งตัวเราและเบียดเบียนคนอื่น” (คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2563)

(3) แรงจูงใจภายในตนเองด้านอุดมการณ์ เอ็นจีโอรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับงานที่สร้างการเปลี่ยนแปลงสังคม อุดมการณ์ขององค์กร การระดมทุนขององค์กรที่เน้นการพึ่งตนเอง บรรณาการทำงานตามอุดมการณ์หรือประเด็นงานที่สนใจ (คนที่ 5, 6) คนรุ่นใหม่ยังเห็นว่าการเอ็นจีโอเป็นงานสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม (คนที่ 7, 11, 12) เห็นคุณค่าของงานก่อให้เกิดแรงจูงใจในงานที่ทำว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยเช่นกัน ในขณะที่ยังไม่พบแรงจูงใจเชิงอุดมการณ์อย่างเด่นชัดในคนรุ่นใหม่ในองค์กรประเภทอื่น จากงานวิจัยที่ศึกษา มา การทำงานเอ็นจีโอในช่วงแรกของคนรุ่นใหม่มีความเชื่อมโยงกับประสบการณ์และความคิดอุดมการณ์ที่มีอยู่เดิม ร่วมกับประเด็นทางสังคมที่ตนเองสนใจอยู่แล้ว เกิดเป็นแรงผลักดันเข้าสู่สายงานพัฒนา

2. ความคาดหวังต่อการทำงานในองค์กรเอ็นจีโอ (ช่วง 5-10 ปี ของการทำงาน) ผลการศึกษา พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว คนรุ่นใหม่ในองค์กรเอ็นจีโอ มักมีแผนที่จะเปลี่ยนแปลงเส้นทางชีวิตและงานของตน เมื่อทำงานไประยะหนึ่ง ซึ่งสาเหตุการลาออกมีหลายปัจจัย เช่น ต้องการศึกษาต่อ (คนที่ 3, 10, 12, 13) ประเด็นงานไม่ตรงกับความสนใจ (คนที่ 4) เงินเดือนค่าตอบแทนสร้างความกังวลในอนาคต (คนที่ 12, 4) และความคาดหวังองค์กรไม่ตรงกัน (คนที่ 13)

ในช่วงระยะนี้ ความคาดหวังต่องานของตนเองในอนาคตมี 3 รูปแบบ คือ (1) ลาออกเพื่อแสวงหาเส้นทางของตนเอง สร้างประเด็นงานของตนเองในรูปแบบและบทบาทใหม่ กลับบ้านเพื่อพัฒนาชุมชนตนเอง สร้างธุรกิจเพื่อสังคม สร้างกลุ่มและเครือข่าย (คนที่ 1, 2, 4, 5, 9, 11) ศึกษาต่อ (คนที่ 3, 10, 12) โดยยังอยู่ในเครือข่ายงานภาคประชาสังคม (2) การเปลี่ยนงานเพื่อทำงานองค์กรเอ็นจีโออื่น ด้วยสาเหตุต่าง ๆ เช่น ต้องการงานมั่นคง หหมดสัญญาโครงการ (คนที่ 3, 4, 6) สนใจงานท้าทายใหม่ ๆ (คนที่ 6, 11) และ (3) ทำงานองค์กรเดิม มีความตั้งใจทำงานองค์กรเดิมในระยะยาว (คนที่ 8) มีโอกาask้าวหน้า ได้แสดงศักยภาพ ประเด็นงานและอุดมการณ์ขององค์กรตรงกับตนเอง รายได้ค่าตอบแทนเพียงพอต่อการดำรงชีพ (คนที่ 7, 8)

“ส่วนใหญ่คนที่องค์กรรับมายังโอเคอยู่ ในแง่ของคนที่อยู่กับเราระยะยาว ๆ กับช่วงสั้น ๆ ยังไม่เป็นปัญหาประการใด เรามีคนที่เข้ามาและอยู่นานมากกว่าอยู่สั้น ๆ แต่จำนวนหนึ่งที่เราเสียดาย เช่น พวกเรียนต่อและทำงานต่างประเทศซึ่งทำงานกับเรามาก คนประเภทนี้ก็มี แต่มีน้อยกว่าคนที่โอเค เราโอเคแล้วว่าเออประมาณนี้แหละ” (คนที่ 13, สัมภาษณ์, 2563)

“อยากเกษียณตอนอายุ 45 คือ รู้สึกว่าอยากหยุดงานแนวนี้ แล้วกลับไปอยู่บ้านต่างจังหวัด ที่ยังไม่หลุดจากงานสังคมทำแล้วมันเติมเต็มอะไรบางอย่างได้” (คนที่ 11, สัมภาษณ์, 2563)

“อยากอยู่องค์กรเดิมไปตลอดเลย ผูกพันเพราะอยู่มา 3 รุ่น ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา เลยมองเห็นหลาย ๆ อย่าง มีหลายคนเข้ามาแล้วก็ลาออก ช่วงแรกมีหลายคน พอผ่านไปเหลือผมคนเดียว ที่เหลือลาออกหมด” (คนที่ 8, สัมภาษณ์, 2563)

“ในอนาคต เราต้องใช้เงินมากขึ้น ซึ่งงานตรงนี้ ไม่ได้เงินและสวัสดิการที่เยอะ ก็เลยทำให้คนส่วนใหญ่ไม่อยากมาทำงาน” (คนที่ 12, สัมภาษณ์, 2563)

3. การพัฒนาตนเอง พบว่า คนรุ่นใหม่บางคนเห็นว่าการพัฒนาตนเองควรเริ่มจากภายในตนเองแล้วไปสู่การพัฒนาภายนอก (คนที่ 5) พัฒนาทั้งภายในและภายนอกไปพร้อมกันด้วยการรู้จักตัวเองก่อน (คนที่ 1) รูปแบบการพัฒนาภายในตนเองที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ คือ การพัฒนาบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ ความเข้าใจตนเองและผู้อื่น ดูแลสุขภาพกายและใจ ส่วนการพัฒนาตนเองจากภายนอก ได้แก่ ภาษาต่างประเทศ การศึกษาต่อ การทำสื่อและเทคโนโลยี และงานอาสาสมัคร ในมุมมองเอ็นจีโอรุ่นใหม่และรุ่นเก่าต่างเห็นว่า คนรุ่นใหม่ควรพัฒนาตนเองด้านความคิดทางสังคมด้วยเพื่อเป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศ จากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรขนาดกลางและใหญ่สามารถสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรได้ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น เวลา งบประมาณ การแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนร่วมงานในองค์กร เรียนรู้จากการทำงาน หรือเรียนรู้ด้วยตนเองจากสื่อต่าง ๆ (คนที่ 2, 7) ซึ่งองค์กร

ขนาดเล็ก มักไม่มีงบประมาณเพียงพอสนับสนุน หากต้องการเรียนรู้ อาจต้อง
ออกค่าใช้จ่ายเอง พวกเขาคาดหวังให้องค์กรสนับสนุนค่าใช้จ่าย เวลา และ
โอกาส (คนที่ 1, 3, 4)

“คนรุ่นใหม่ตอนนี้ก็ต้องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแง่ความคิด
ในแง่กลไกเครื่องมือทางสังคม ต้องการที่จะนำไปพัฒนาเขาด้วยเหมือนกัน”
(คนที่ 10, สัมภาษณ์, 2563)

บทสรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้นมีประเด็นสำคัญที่สรุปและอภิปราย ดังนี้

1. แรงจูงใจของคนรุ่นใหม่ในงานภาคประชาสังคมมีลักษณะโดดเด่น
และต่างจากองค์กรอื่น ดังนี้ (1) แรงจูงใจภายใน เอ็นจีโอรุ่นใหม่มีแรงจูงใจภายใน
คล้ายกับงานวิจัยคนเจนเนอเรชั่นวายในองค์กรธุรกิจทั่วไป (Wantanapaisarn,
2009; Jituea, 2018) ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสุข ความสมดุลชีวิตและงาน
แต่ที่น่าสนใจคือ งานวิจัยนี้พบว่า เอ็นจีโอรุ่นใหม่มีแรงจูงใจด้านความคิดทาง
สังคมและอุดมการณ์ ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในสำคัญที่นำพาเข้าสู่เส้นทางงาน
พัฒนาสังคม และส่งเสริมการทำงานของคนรุ่นใหม่ในช่วงต่อมา (2) แรงจูงใจ
ภายนอก (เงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ) ไม่ใช่แรงจูงใจหลักในการ
เลือกทำงานกับองค์กรในช่วงแรกและช่วงกลางของการทำงาน แต่อาจมีผลต่อ
แผนชีวิตในระยะยาว เอ็นจีโอรุ่นใหม่จึงมีมุมมองที่ต่างจากคนรุ่นใหม่องค์กรอื่น
ผลการวิจัยนี้สามารถอธิบายตามทฤษฎีความคาดหวังและคุณค่าได้ว่า ผู้ที่สนใจ
งานเอ็นจีโอมักให้คุณค่าของการทำงานทางสังคม ซึ่งเป็นคุณค่าแรงจูงใจที่
ต่างกันในองค์กรต่างกัน ทำให้ส่งผลต่อความคาดหวังที่แตกต่างกัน

2. ความคาดหวังต่องาน เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณค่าที่คนรุ่นใหม่มีต่อ
งานพัฒนา และยังส่งผลต่อเนื่องไปยังแผนชีวิตในอนาคตในระยะยาว แม้ว่า
ส่วนใหญ่คนตั้งใจจะลาออกจากองค์กรเมื่อทำงานไประยะหนึ่ง แต่พวกเขายังคง
สนใจงานพัฒนาในประเด็นทางสังคมต่อไป เพียงแค่อาจไม่อยู่องค์กรเดิม เช่น
ทำกลุ่มเกษตรอินทรีย์หรือกลุ่มเยาวชนที่บ้านเกิด (คนที่ 7, 9) ทำโฮมสเตย์
(คนที่ 2) สอนนาฏศิลป์สำหรับเด็กในชุมชน (คนที่ 4) เป็นต้น แสดงว่า คนรุ่น

ใหม่เหล่านี้ยังคงให้คุณค่ากับงานทางสังคมที่ได้เรียนรู้จากงานเอ็นจีโอที่ผ่านมา ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ ต่างมีอิทธิพลต่อการกำหนดทางเลือกอนาคตตนเอง และยังสะท้อนการมองเห็นคุณค่าในงานเอ็นจีโอ ส่งผลต่ออุดมการณ์และความปรารถนาการทำงานทางสังคม เนื่องจากแต่ละคนให้คุณค่าของงานแตกต่างกัน งานเดียวกัน ความสำเร็จในงานจึงมีคุณค่าเฉพาะสำหรับบางคนแต่อาจไม่ใช่สำหรับทุกคน เมื่อมองในภาพรวมการทำงานพัฒนา แม้ว่าคนรุ่นใหม่เหล่านี้จะลาออกจากองค์กร แต่พวกเขายังคงมีอุดมการณ์ต่องานทางสังคมเหมือนเดิม การเห็นคุณค่าในงานพัฒนาสังคมของเอ็นจีโอรุ่นใหม่ อธิบายได้ดังนี้ (1) คุณค่าความสำเร็จของงาน เป็นคุณค่าความสำคัญของการทำงานที่กำหนดไว้สำเร็จ ลุล่วงอย่างดี งานเอ็นจีโามีความสำคัญเมื่อคนรุ่นใหม่มองว่างานนี้สำคัญต่อความรู้สึกของตนเอง (2) คุณค่าที่แท้จริง เกิดจากความรู้สึกความสุขที่ได้รับจากงาน คนรุ่นใหม่เห็นว่างานเอ็นจีโอเป็นการเลือกทำงานตามความปรารถนาและความสุขของตนเอง การทำงานทางสังคมในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ที่ดี คือการเยียวยารักษาใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องความสุขในการทำงานของเจนเนอเรชั่นวายที่ต้องการทำงานที่ตนเองรัก (Pimpaporn & Siriwong, 2016) งานเอ็นจีโอเป็นงานที่ให้คุณค่าด้านมนุษยธรรม ซึ่งเป็นค่านิยมที่คนรุ่นใหม่ในเจนเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญมากที่สุดต่อความผูกพันองค์กร (Mitrakul & Kongchan, 2016) กล่าวได้ว่า งานเอ็นจีโอยังเป็นงานที่คนรุ่นใหม่สนใจ เมื่อคนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าของงานเอ็นจีโอโดยแท้จริงแล้ว มักเข้ามามีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้งในงานนั้น และทำงานกับองค์กรในระยะยาว (3) คุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ เป็นคุณค่างานที่เหมาะสมกับแผนงานในอนาคตของแต่ละบุคคล คล้ายแรงจูงใจภายนอก กรณีที่คนรุ่นใหม่ตัดสินใจทำงานในองค์กรต่อไป (กรณีไม่ลาออก) งานเอ็นจีโอยังให้คุณค่าเชิงประโยชน์ที่เหมาะสมกับเขา ส่วนกรณีทำงานในองค์กรอื่น หรือทำงานพัฒนาของตนเอง (กรณีลาออก) กรณีนี้ได้สะท้อนเป้าหมายสำคัญบางอย่างที่คนรุ่นใหม่ยึดถือไว้อย่างลึกซึ้ง เช่น การบรรลุถึงเป้าหมายในอาชีพ หรืออุดมการณ์การทำงานทางสังคม ที่เชื่อมกับเป้าหมายส่วนบุคคลและความรู้สึกของตนเองที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจภายใน (4) คุณค่าเชิงต้นทุน การเลือกอาชีพถือเป็นการละทิ้งต้นทุนบางสิ่งไป การเลือกทำงาน

เอ็นจีโอก็เช่นเดียวกัน ที่ต้องสละต้นทุนบางอย่างไป เช่น โอกาสศึกษาต่อ การได้อยู่กับครอบครัว เงินเดือนที่มากกว่าหากทำงานภาคธุรกิจ ความมั่นคงของงานราชการ เป็นต้น ต้นทุนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเลือกอาชีพ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการทำงาน

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า คนรุ่นใหม่สนใจงานทางสังคมที่เนื้องานหรือประเด็นทางสังคม การที่คนรุ่นใหม่ทำงานในองค์กรยาวนานเหมือนรุ่นเก่าได้ก็เนื่องจากคนรุ่นใหม่เหล่านี้ ได้ให้คุณค่ากับเนื้องานและความสนใจของตนเองเป็นหลัก ยึดมั่นในคุณค่าของงานและอุดมการณ์ มากกว่าการยึดติดอยู่กับองค์กรหรือตัวบุคคล พวกเขาสามารถทำงานพัฒนาสังคมในรูปแบบอื่น ๆ ได้หลากหลายรูปแบบ กล่าวได้ว่า แรงจูงใจของการเลือกเส้นทางงานพัฒนาหรืองานเอ็นจีโอ เกิดจากความคาดหวังว่าตนเองจะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้ ไม่ว่าจะทำในบทบาทบุคลากรในองค์กรเอ็นจีโอหรืองานพัฒนาที่สร้างขึ้นเองก็ตาม คนรุ่นใหม่เหล่านี้จึงเปรียบเสมือนเมล็ดพันธุ์ที่ได้ฟูมฟักจากองค์กรแล้วพร้อมจะไปเติบโตในที่ต่าง ๆ

3. การพัฒนาตนเองของคนรุ่นใหม่ในองค์กรเอ็นจีโอ จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาตนเองของเอ็นจีโอรุ่นใหม่ไม่ต่างจากคนรุ่นเดียวกันในองค์กรอื่นที่ต้องการโอกาสในการพัฒนาความรู้ทักษะความสามารถ และได้รับการวางแผนฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ (Jituea, 2018) ได้พัฒนาตนเอง (Pimpaporn & Siri Wong, 2016) การพัฒนาตนเองจากภายนอกส่วนใหญ่ ต้องใช้ทรัพยากรและงบประมาณ แต่การพัฒนาตนเองจากภายในบางอย่างอาจไม่ต้องใช้งบประมาณหรือเวลาจำนวน แต่เป็นการฝึกฝนพัฒนาตัวตนจากภายในทางด้านความคิดทางสังคมและอุดมการณ์

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ มีดังนี้

1.1 ข้อเสนอแนะต่อองค์กรเอ็นจีโอ ได้แก่ (1) การสร้างคุณค่าที่แท้จริงของงานเอ็นจีโอเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานกับองค์กร องค์กรควรเสนอจุดเด่นคุณค่าของงานทางสังคมผ่านการรับสมัคร

ประชาสัมพันธ์ หรือสร้างวิธีสื่อสารในรูปแบบที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ (2) การสร้างแรงจูงใจในเชิงอรรถประโยชน์ยังเป็นเรื่องจำเป็น (เช่น เงินเดือน และสวัสดิการ) โดยกำหนดระบบรูปแบบของค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ตอบสนองตรงกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ แม้ไม่ใช่แรงจูงใจหลักก็ตาม แต่ผลการวิจัยนี้ยังได้แสดงว่ามีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายแผนอนาคตและแรงจูงใจภายใน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับคุณค่าของต้นทุนในการเลือกทำงานในองค์กรต่อไป (3) การมีระบบสนับสนุนที่ดี ทำให้คนรุ่นใหม่ได้พัฒนาตนเองได้เต็มศักยภาพ ทั้งนี้ องค์กรสามารถออกแบบและจัดการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเวลาสร้างรูปแบบการพัฒนาตนเองของบุคลากร เช่น สร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเสริมศักยภาพสำหรับคนรุ่นใหม่ในองค์กร (4) การทำความเข้าใจกับความหลากหลายของคนหลายวัยในองค์กร ยังเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญ ช่วยให้องค์กรสามารถแก้ปัญหาการขาดแคลนคนรุ่นใหม่ในองค์กร และสร้างความเข้าใจระหว่างรุ่นได้ (5) การสร้างทางเลือกใหม่ในรูปแบบการจ้างงานที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ ที่มีความยืดหยุ่นต่อเวลาและสถานที่การทำงาน เช่น แบ่งวันทำงานประจำและงานส่วนตัวในหนึ่งสัปดาห์ สามารถใช้เวลาส่วนหนึ่งในการเรียนรู้เพื่อสร้างงานสังคมในแนวทางของตนเอง โดยยังคงทำงานกับองค์กรได้ในระยะยาว (6) การระดมทุน เป็นเรื่องสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร และเป็นความมั่นคงต่อคนรุ่นใหม่ในองค์กรด้วยเช่นกัน การที่องค์กรพึ่งตนเองด้วยธุรกิจเพื่อสังคม และสร้างทางเลือกอื่น จึงเป็นข้อเสนอส่วนใหญ่จากเอ็นจีโอรุ่นใหม่

1.2 ข้อเสนอแนะต่อสถาบันการศึกษา จากผลการศึกษา ชี้ให้เห็นความสำคัญของการทำกิจกรรมและการฝึกงานในช่วงระหว่างเรียนในระดับอุดมศึกษา ที่เกิดผลเชิงบวกจากประสบการณ์การเรียนรู้สังคม สร้างทักษะการทำงาน บุคลิกภาพ และหล่อหลอมอุดมการณ์การทำงานเพื่อสังคม ส่งผลถึงการเลือกงานของชีวิตและความคิดทางสังคมหลังจากจบการศึกษา สถาบันการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญ และควรสนับสนุนการทำกิจกรรมทางสังคม เช่น การทำโครงการอาสาสมัคร การรับข้อเสนอโครงการจากนักศึกษา การเปิดโอกาสการเรียนรู้ทางสังคมที่เข้าถึงง่าย เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในเชิงทฤษฎี งานวิจัยได้อธิบายคุณค่าของงานภาคประชาสังคม โดยผลการวิจัยส่วนใหญ่สอดคล้องกับทฤษฎีความหวังและคุณค่าที่อธิบายในบริบทของงานภาคประชาสังคมได้ ก่อให้เกิดความเข้าใจในคุณค่าของงานที่คนรุ่นใหม่สนใจ นอกจากนี้ การพิจารณาศึกษาคนรุ่นใหม่ในแง่ของพัฒนาการช่วงวัยก็มีความสำคัญ ในงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะเจนเนอเรชั่นตามยุคสมัยเพียงอย่างเดียว อาจทำให้เกิดการเหมารวม (Stereotype) ทำให้ขาดความเข้าใจแบบแผนลักษณะบุคลิกภาพเฉพาะของบุคคลที่มีพัฒนาการตามช่วงวัย ซึ่งควรต้องพิจารณาข้อเท็จจริงด้านความแตกต่างของบุคคลร่วมด้วย (Wong et al., 2008) ดังนั้น การศึกษาโดยพิจารณาพัฒนาการแต่ละช่วงวัยและประสบการณ์ร่วมกับแนวคิดเรื่องเจนเนอเรชั่น จะช่วยให้ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ครบทุกมิติ ทั้งเป็นการอธิบายแบบไม่เหมารวมเจนเนอเรชั่น นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ลาออกจากองค์กรเอ็นจีโอยังเป็นข้อเสนอแนะที่ควรพิจารณาสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Beloe, S., Elkington, J., Hester, K. F., & Newell. S. (2003). *The 21st Century NGOs in the Market for Change. Sustainability, UN Global Compact, & United Nations Environment Programme*. L&S Printing.
- Boonchai, K., Wisartsakul, W., & Boonyarattanasoontorn, J. (2013). *The report study of the role of civil society in the protection of civil rights and political rights*. National Human Rights Commission of Thailand.
- Dechawastanapaisarn, D., Noompaya, K., Nuanrak, J., & Puemboon, C. (2014). A study of viewpoints and Expectations of Generational Characteristics between Generation X and Y. *Chulalongkorn Business Review*, 36(141), 1-25.

- Ecceles, J. S., & Wigfield, A. (2020). From expectancy-value theory to situated expectancy-value theory: A developmental, social cognitive, and sociocultural perspective on motivation. *Contemporary Educational Psychology*, 61(April 2020), 1-13.
- Gadetud, A. (1998). *Comparative Study on Factors Influencing Decision of Junior and Senior Social Worker who work for Non-Government Organizations (NGOs) in Bangkok Metropolitan area*. Thesis of Master of Faculty of social Ministration, Thammasat University.
- Janya, S. (2007). Development and roles of Thai NGOs. *Journal of environmental management*, 3(1), 85-116.
- Jindasuwan, L. (2014). *Attitudes of the New Generation toward Employer of Choice*. A minor thesis of Master of labor and welfare development of social work, Thammasat University.
- Jituea, N. (2018). The Organizational Commitment of Generation Y Employees Company in a Service Business in Bangkok. *The golden teak: Human and Social Science Journal*, 24 (special issue), 53-65.
- Junpet, T. (2014). Self Development of Adults. *Kuakarun Journal of Nursing*, 21(1), 17-23.
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Research Design: An Interactive approach*. Singapore: Sage Publishing.
- Mitrakul, S., & Kongchan, A. (2016). Generation Y in the Workplace: A Study of the Relationship between Value Congruence and Organizational Commitment. *Journal of Management Sciences*, 33(1), 51-75.

- Patcharaworrapas, O. (2004). Non-Government Organization in Thailand. *Suddhiparitad Journal*. 18(54), 73-80.
- Pimpaporn, T., & Siriwong, P. (2016). The Social Construction Meaning, Source of Meaning and Work Happiness Components of University Lectures in Generation Y: Research to Create Grounded Theory. *Journal of Liberal Arts*, Ubon Ratchathani University, 12(1), 109-144.
- Potisita, C. (2009). *Science and Arts of Quality Research*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Rakdhum, S. (2010). *Career Advancement of Workers*. Bangkok: A minor thesis of Min a Non-Governmental. A minor thesis of Master of labor and welfare development of social work, Thammasat University.
- Salamon, L. M., & Helmut K. A. (1996). The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision. *Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project*, no. 19. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies.
- Srakawee, K. (2019). *Expectations of New Generations in Non-governmental Organizations*. *Journal of Management Sciences*, 36(1), 102-127.
- Suwannarat, G. (2004). *Unfinished Business: ODA-Civil Society Partnership in Thailand*. Translated by Pakdeebudh, J. Bangkok: CPCS, National Institute of Development Administration (NIDA).
- ThongAun, P. (1999). *Human behavior and self-development*. Bangkok: Third wave Education.

- Wigfield, A., & Tonks, S., & Klauda, S. (2016). *Expectancy-value theory*.
- Williams, K. C., & Page, R. A. (2011). Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*. 3(April 2011), 1-17. Retrieved May 21, 2020, from www.aabri.com/manuscripts/10575.pdf
- Wong, M., Gardiner, E., Lang, W., & Coulon, L. (2008). Generational differences in personality and motivation Do they exist and what are the implications for the workplace? *Journal of Managerial Psychology*, 23(8), 878-890.
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. California: Sage Publications Inc.