



การวิเคราะห์คุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0: กรณีศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง วิไล พึ่งผล^{a*}, ประสพชัย พสุนนท์^b และธีระวัฒน์ จันทิก^b

An Analysis of Generation-Y Characteristics in Thailand 4.0 Era: A Case Study of Fourth-Year Students in a Private University Wilai Phungphol^{a*}, Prasobchai Pasunon^b and Teerawat Chantuk^b

^aคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพฯ 10110

^bคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76120

^aSchool of Entrepreneurship and Management, Bangkok University, Bangkok 10110

^bFaculty of Management Science, Silpakorn University, Petchaburi IT Campus, Petchaburi 76120

*Corresponding author. E-Mail address: wilaiploy@gmail.com

Received: 11 August 2017; Accepted: 29 November 2017

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการสร้างคุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทันสมัยมีความแตกต่างจากเครื่องมืออื่นที่มุ่งเน้นคุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวายเท่านั้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวาย 2) ศึกษาระดับของคุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวาย และ 3) สร้างคุณลักษณะใหม่ของเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 กลุ่มตัวอย่างเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งจำนวน 390 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน 5 ระดับที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและมีความน่าเชื่อถือในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีการวิเคราะห์คุณลักษณะแต่ละด้านและหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax

ผลการวิจัย พบว่า จำนวน 50 ตัวแปร สามารถสร้างคุณลักษณะแต่ละด้านได้ทั้งสิ้น 10 คุณลักษณะ ค่าความแปรปรวน ร้อยละ 58.883 และค่าความถ่วงน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.32-0.89 ระดับความสำคัญของคุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวายแสดงค่าเฉลี่ยแต่ละคุณลักษณะอยู่ที่ระดับมาก เรียงจากมากสุด ดังนี้ 1) ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 2) นักสร้างความปรองดองกันที่เฉียบคม 3) ทศนคติเชิงบวก 4) ความกระตือรือร้น 5) มองเห็นคุณค่าผู้อื่น 6) สื่อสารอย่างสุภาพ 7) เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม 8) ความเป็นตัวตนกับทีม 9) ยอมรับความคิดใหม่ และ 10) จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สุดท้ายคณะผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 จัดเป็นต้นแบบคุณลักษณะที่ชื่อว่า “P-E-R-S-O-N-A-L-I-N” เป็นประโยชน์ทางทฤษฎีและภาคปฏิบัติสามารถนำไปทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในงานวิจัยอนาคตและประยุกต์ใช้สำหรับการจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้อและการพัฒนานักศึกษาเจนเนอร์เรชั่นวายก่อนเป็นบัณฑิตในช่วงปัจฉิมนิเทศและโครงการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ในกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายในองค์กร คณะผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางการเตรียมความพร้อมในขั้นตอนการฝึกอบรม โดยนำผลของคุณลักษณะที่สร้างใหม่และสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 นี้ สำหรับนักศึกษาเจนเนอร์เรชั่นวายก่อนเป็นบัณฑิตและพนักงานเจนเนอร์เรชั่นวายที่เพิ่งเข้าทำงานในองค์กรด้วย

คำสำคัญ: การวิเคราะห์คุณลักษณะเจนเนอร์เรชั่นวาย ทศนคติเชิงบวก เจนเนอร์เรชั่นวาย ยุคประเทศไทย 4.0

Abstract

This research study investigated the establishment of Generation-Y characteristics in Thailand 4.0 Era which are differentiated from other studies focusing on the type of Generation-Y characteristics. The objectives of this research were: (1) to study the Generation-Y characteristics; (2) to examine new Generation-Y characteristics; and (3) to create alternative Generation-Y characteristics in Thailand 4.0 Era. The samples of this research were 390 fourth-year students in a private university. The study used the questionnaires with five-rating scales with content validity, reliability of data collection and data analysis by applying descriptive statistics and exploratory factor analysis by using the principal component analysis method and orthogonal rotation with the Varimax method.



The study found that 50 variables could construct 10 characteristics composed of variance = 58.883% and the factors loading range at 0.32-0.89. Regarding the priority level of characteristic of Generation Y in Thailand 4.0, each characteristic means as follows: 1) Need for Affiliation 2) Smart Harmonizer 3) Positive Attitude 4) Enthusiasm 5) Look for Appreciation 6) Respectful Communication 7) Open to Social Network 8) Identity with Team 9) Accept New Ideas and 10) Need for Social Interaction.

Finally, the researchers analysed the results and modified the new Generation-Y characteristics called “P-E-R-S-O-N-A-L-I-N” beneficial, theoretically and practically, to the testing of confirmatory factor analysis in future research, including the learning and development programme for Generation-Y students before graduation and Generation-Y employees during orientation. The research also proposed a guideline of training preparation by presenting the new Generation-Y characteristics in accordance with Thailand 4.0 Era for Generation-Y students before becoming graduates and employees.

Keywords: Analysis of Generation-Y Characteristics, Positive Attitude, Generation-Y, Thailand 4.0

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลวางแผนโครงสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เรียกว่า Value-Based Economy รองรับยุคประเทศไทย 4.0 ตั้งแต่ปี 2560-2579 สอดคล้องตามวิสัยทัศน์ประเทศไทย “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ส่งผลให้องค์การต่างๆ ต้องปรับโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นพัฒนาความรู้และศักยภาพขีดความสามารถของบุคลากรให้มีความชำนาญในงานอาชีพ สามารถคิดค้นกระบวนการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมมากขึ้นตอบสนองยุคประเทศไทย 4.0 โดยนักวิจัยให้ความเห็นว่า การพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถจะต้องทำคู่ขนานกับการวางตัวให้เป็นที่ยอมรับแก่สังคมซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างความสำเร็จขององค์กร (Van Ness and Seifert, 2016) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยทำงานรุ่นใหม่ที่เกิดจากสถาบันการศึกษาและพนักงานรุ่นใหม่ทำงานอยู่ในองค์กร ผลวิจัย พบว่าคนรุ่นใหม่เป็นวัยที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง บางคนมีความก้าวร้าวในการแสดงความคิดเห็นทางสื่อต่างๆ (Tassanaananchai, 2014) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสถาบันการศึกษาที่จะต้องนำข้อมูลคุณลักษณะที่ทันสมัยน่าเชื่อถือเป็นข้อมูลพัฒนาหลักสูตรและอบรมในกิจกรรมปัจฉิมนิเทศก่อนส่งบัณฑิตสู่ตลาดแรงงาน ส่วนองค์กรที่จะรับบุคลากรวัยนี้เข้าทำงานจะต้องมีแนวทางพัฒนาคู่ขนานกับงานอาชีพ และมีข้อมูลคุณลักษณะที่เหมาะสมสอดคล้องกับอุตสาหกรรมยุคประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จให้เป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั้งจากภายในและต่างประเทศ (Shinn, 1986)

สถาบันการศึกษาและองค์กรเริ่มให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณลักษณะของบุคลากรเจนเนอเรชั่นวาย

นอกเหนือจากความเก่งด้านความรู้ เนื่องจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกำลังมีอัตราแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นมีอายุระหว่าง 17-37 ปี เจนเนอเรชั่นวายส่วนใหญ่โดยเฉพาะที่เพิ่งจบการศึกษาจะมีอายุระหว่าง 20-28 ปี บางคนมีวุฒิภาวะไม่พร้อมจะอยู่ร่วมกับสังคมในการทำงาน และบางคนกำลังจะได้รับการวางแผนอาชีพให้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งระดับสูง มีหน้าที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนองค์กรต่อไปในอนาคต ผู้เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและลดช่องว่างระหว่างวัยในองค์กรทำให้สามารถทำงานร่วมกับวัยต่างๆ ได้อย่างราบรื่น (Mannheim, 1952) การพัฒนาคุณลักษณะเป็นเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ เจนเนอเรชั่นวายให้รู้จักการวางตัวที่ดีเมื่อต้องปรากฏกายเป็นตัวแทนและชื่อเสียงขององค์กร จากงานวิจัยคุณลักษณะ เจนเนอเรชั่นวาย พบว่า คนวัยนี้จะมีโลกส่วนตัวสูงและชอบแสดงออกทางสื่อโซเชียลมากกว่าเผชิญหน้ากัน ในปัจจุบันมีประชากรเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทยประมาณ 18 ล้านคน และจะเพิ่มจำนวนมากขึ้น (Amornpipat and Sorod, 2017) ทำให้สถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ จำเป็นต้องวางแผนพัฒนาคุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวายควบคู่กับการดำเนินธุรกิจสู่ยุคประเทศไทย 4.0 อย่างเป็นระบบ ยิ่งกว่านั้นนักวิจัยกล่าวถึงคุณลักษณะด้านการทำงานเชิงรุกในงานให้บริการที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงาน โดยเฉพาะการสื่อสารของเจนเนอเรชั่นวายและการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างน่าประทับใจ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องบรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร (Songsoonthornwong and Pasunon, 2016) นอกจากนั้นการศึกษาและเครื่องมือที่ใช้ในปัจจุบันจะเป็นเรื่องคุณลักษณะในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเท่านั้น ทำให้คณะผู้วิจัยเล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาคุณลักษณะ

ของเจนเนอร์เรชั่นวายกับยุคประเทศไทย 4.0 เพิ่มขึ้น เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดเชิงยืนยัน และใช้เป็นเครื่องมือที่น่าเชื่อถือในเชิงลึกต่อไป และยิ่งกว่านั้นสามารถนำผลคุณลักษณะที่พบใหม่ในงานวิจัยนี้ พิจารณาจัดทำหลักสูตรการอบรมและพัฒนาเจนวายเพื่อกระตุ้นให้เจนวายที่มีคุณลักษณะเป็นตัวเองได้ปรับเปลี่ยนคุณลักษณะให้เป็นที่ยอมรับแก่สังคม ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเตรียมความพร้อมของสถาบันการศึกษา และพัฒนาพนักงานใหม่ของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายตามที่องค์การมุ่งหวัง (Ofori, Gyau, Dawson, Asaah, Tchoundjeu and Jammadass, 2014) โดยให้มีความเป็นผู้นำสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 ตั้งแต่ปี 2560-2564

จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจทำวิจัยด้านการวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยรองรับงานวิจัยทางด้านนี้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0
2. เพื่อศึกษาระดับของคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0
3. เพื่อสร้างคุณลักษณะใหม่ของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 มีความจำเป็นอย่างมากที่จะช่วยให้คนในกลุ่มนี้ทำงานร่วมกับผู้อื่นจนเป็นที่ยอมรับในสังคม เทียบเท่ากับการสร้างผลงาน (Van Ness and Seifert, 2016) โดยที่งานวิจัยทางการศึกษาองค์ประกอบเพื่อสร้างคุณลักษณะใหม่ในกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 คณะผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่องนี้เพื่อใช้ศึกษาด้านคุณลักษณะ ระดับความสำคัญของคุณลักษณะ และสร้างคุณลักษณะใหม่ที่น่าเชื่อถือ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการวิจัยครั้งนี้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์สองส่วนงาน คือ ส่วนงานวิจัยในอนาคตสำหรับทดสอบยืนยันเครื่องมือเพื่อทำวิจัยเชิงลึก และส่วนงานพัฒนาหลักสูตรการอบรมกลุ่มเจนวายใน

สถาบันการศึกษาก่อนเป็นบัณฑิต และวัยเริ่มทำงานในองค์กรต่างๆ ต่อไปในอนาคต โดยนำประเด็นสำคัญจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ อย่างเกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

คุณลักษณะและการพัฒนาบุคลิกภาพกับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

โดยทั่วไปคุณลักษณะ (Characteristic) เป็นเรื่องแรกในการทำวิจัยและนำมาต่อยอดทางด้านการพัฒนาบุคลิกภาพเชิงลึกซึ่งใช้ในสาขาจิตวิทยา โดยมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการสร้างเครื่องมือการวิจัยสอดคล้องกับยุคสมัย และใช้ประโยชน์ทางด้านการพัฒนานักศึกษาที่กำลังจบเป็นบัณฑิตใหม่และบุคลากรเพิ่งเข้าทำงานใหม่ในองค์กร เริ่มตั้งแต่ Holland (1973) ได้ทดสอบการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของนักศึกษาที่กำลังจะจบการศึกษาและเริ่มเข้าทำงานกับสถานที่ทำงานใหม่ พบว่า การพัฒนาคุณลักษณะจะใช้ต่อยอดด้านการพัฒนาบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อคุณลักษณะที่ปรับเปลี่ยนเชิงบวกสอดคล้องกับความสามารถในการปรับตัวต่อสถานที่ทำงานใหม่ ต่อมาในปี 1980 Myers Briggs ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะและการพัฒนาบุคลิกภาพชื่อโครงการ Myers Briggs Type Indicator (MBTI) ที่มุ่งเน้นคุณลักษณะของพนักงานและความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงานกับองค์กรซึ่งจะเห็นผลจริงได้ในระยะเวลาสั้น ในเวลาต่อมามีการพัฒนาแบบสอบถามที่มุ่งเน้นทางด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ และพบว่าเห็นผลจริงได้จะต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน เนื่องจากจะต้องปรับเปลี่ยนอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่เรียกว่า Big Five ของ Jung ในปี 1990 เปรียบเทียบกับ MBTI เพื่อสร้างองค์ประกอบของเครื่องมือในแบบสอบถามด้านคุณลักษณะให้ทันสมัยเหมาะสมกับองค์กรสมัยใหม่ (Cohen, Omoy and Karen, 2013) การพัฒนาคุณลักษณะและการพัฒนาบุคลิกภาพมีการทำวิจัยโดยใช้วิธีการพยากรณ์รูปแบบคุณลักษณะและบุคลิกภาพจากค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่เป็นส่วนบุคคลและตัวแปรตามสถานการณ์และต่อยอดด้านบุคลิกภาพเพื่อให้ตัวแปรด้านคุณลักษณะและบุคลิกภาพเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยสร้างแบบสอบถามคุณลักษณะและบุคลิกภาพจากการวิเคราะห์ปัจจัยและสร้างคำศัพท์ใหม่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ คือ หัวข้อทางด้านบุคลิกภาพ Big Five ที่สามารถใช้ครอบคลุมสาขาอื่นๆ (Soto, John, Gosling and Potter, 2011) ต่อมาในปี 1984 คอสตาและแม็คแคร์ได้สร้างแบบสอบถาม



ด้านการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่ออาชีพ (Occupational Personality Questionnaire) และในปี 1985 มีการพัฒนาแบบสอบถามเพิ่มเติมจาก Big Five เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลด้านบุคลิกภาพตามสถานการณ์ที่เรียกว่า Revised Neo Personality Inventory (McCrae and Costa, 2004) นับว่าเป็นสิ่งท้าทายแก่นักวิจัย Franziska, Gorkan, Reece and Tomas (2014) ที่กล่าวว่า นักวิจัยทำการศึกษาเพื่อทดสอบแบบเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จากข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาปัจจัยมูลฐานทางด้านบุคลิกภาพจนกระทั่งปี 2009 จึงใช้แบบสอบถามนี้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพจนเป็นที่ยอมรับทั่วไป

จากที่กล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์ที่ คุณลักษณะและการพัฒนาบุคลิกภาพมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยนักวิจัยที่มีชื่อเสียงหลายท่านจะศึกษาเฉพาะทางด้านบุคลิกภาพตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และนำมาจัดกลุ่มให้ทันสมัย โดยทางปฏิบัติการพัฒนาบุคลิกภาพจะใช้ระยะเวลาอันยาวนานกว่าจะปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพได้ตามที่มุ่งหวัง ส่วนการวิเคราะห์ทางด้านคุณลักษณะเจเนอรัลยังไม่มีการวิจัยวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องเหมือนกับทางด้านบุคลิกภาพ ซึ่งทางด้านคุณลักษณะนั้นจะสามารถปรับเปลี่ยนได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่าทางด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ เนื่องจากเป็นเรื่องพื้นฐานที่ปฏิบัติได้ง่าย และเป็นเรื่องเฉพาะส่วนตัว จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาด้านนี้ เพื่อนำผลการจัดคุณลักษณะไปสร้างเป็นเครื่องมือทางการวิจัยเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพและยุคประเทศไทย 4.0 ต่อไป คณะผู้วิจัยต้องการศึกษางานวิจัยนี้ด้วยวิธีการวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มเจเนอรัลเรชั่นวัยในยุควประเทศไทย 4.0 บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเป็นประโยชน์ในการนำคุณลักษณะที่ผ่านการวิเคราะห์นี้ใช้สำหรับศึกษาระดับความสำคัญตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

เจเนอรัลเรชั่นวัย

เจเนอรัลเรชั่น หรือเรียกย่อว่า เจเน หมายถึง การแบ่งกลุ่มตามรุ่นอายุ โดยกลุ่มเจเนอรัลเรชั่นวัย หรือเรียกย่อว่า เจเนอรัลเรชั่น คือ กลุ่มอายุระหว่าง 17-37 ปี มีความคล่องตัวที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และมีทักษะการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (Rikulsurakan, 2011) เจเนอรัลเรชั่นจะแทนที่บุคลากรวัยเกษียณในอนาคต เป็นวัยกำลังเจริญพันธุ์ และเริ่มทำงานทำให้สังคมให้ความสำคัญกับความแตกต่าง

ด้านคุณลักษณะของเจเนอรัลเรชั่นวัยอื่นๆ เนื่องจากเจเนอรัลเรชั่นวัยเกิดมาในยุคการเปลี่ยนแปลงทั้งเศรษฐกิจ สังคมที่เข้าสู่ยุคดิจิทัล นักวิจัยให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับคุณลักษณะของเจเนอรัลเรชั่นวัยแต่ละพื้นที่ในโลกว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ มีโลกส่วนตัวกับความเป็นตัวของตัวเองสูง (Paitoonpong, 2017) ส่วนหนึ่งเกิดจากการปลูกฝังจากพ่อแม่รุ่นเบบี้บูมที่มีฐานะดี (พ.ศ.2468-2503) และเจเนอรัลเรชั่นวัย (พ.ศ. 2504-2524) ทั้งสองเจเนอรัลเรชั่นวัยปลูกฝังให้เจเนอรัลเรชั่นวัยต้องค้นหาตัวเองและเรียนในสิ่งที่ตนรัก/ชอบ ประกอบกับมีข้อมูลข่าวสารแบบไร้พรมแดนที่จะสนับสนุนให้เจเนอรัลเรชั่นวัยปรับการทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เจเนอรัลเรชั่นวัยชอบอิสระไม่ต้องการอยู่ในองค์กรที่ใช้ระยะเวลาอันยาวนานที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งสูงขึ้น เจเนอรัลเรชั่นวัยให้ความสำคัญกับตัวเองสูง จึงแสดงความคิดเห็นทางสื่อสังคมที่อาจรุนแรงผ่านบทบาททางโพสต์คลิก ทำให้เจเนอรัลเรชั่นวัยและเบบี้บูมรู้สึกวิตกกังวลในการแสดงออกเชิงลบของเจเนอรัลเรชั่นวัยที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคม จึงควรให้ความรู้และอบรมเจเนอรัลเรชั่นวัยให้มีวิจักษณ์ญาณการแสดงความเห็นเชิงเหตุผลมากกว่าอารมณ์ก่อนที่จะส่งข้อความสู่สาธารณะ การให้ความรู้ด้านคุณลักษณะการแสดงออกโดยนำจุดเด่นเชิงบวกของแต่ละเจเนอรัลเรชั่นวัยออกมาแสดงศักยภาพมากที่สุดเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ โดยควรศึกษาการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะ เพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยของเจเนอรัลเรชั่นวัยที่มีอายุระหว่าง 20-28 ปีกับวัยอื่นที่แตกต่างกัน เนื่องจากเจเนอรัลเรชั่นวัยที่จะต้องเข้าสังคมมากขึ้น (Samutachak, 2015)

จากเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มเจเนอรัลเรชั่นวัยประเทศไทย 4.0 เนื่องจากเจเนอรัลเรชั่นวัยในปัจจุบันมีจำนวนคิดเป็น 27-28% หรือ 1 ใน 3 (ประมาณ 18 ล้านคน) ของประชากรทั้งหมดในประเทศไทย ซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและเป็นกลุ่มรองรับกลยุทธ์ประเทศไทย 4.0 ในอนาคต (2560-2579) ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์มีความท้าทายสามารถทำกิจกรรมหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจกลุ่มเจเนอรัลเรชั่นวัยที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนคุณลักษณะเพื่อสร้างการยอมรับในการทำงานกับวัยอื่นๆ อย่างมีความสุข

ยุคประเทศไทย 4.0 และแนวคิด ทฤษฎี Schwab

ประเทศไทย 4.0 เป็นนโยบายหลักของรัฐบาลระดับสากลเกิดจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจระดับโลก เช่น เกษตรกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเรียกว่า Smart Farming แรงงานในอนาคตจะเป็นคนรุ่นใหม่

ที่จะต้องทำงานหลากหลายได้จนเกษียณ รวมทั้งสามารถทดแทนวัยเกษียณอายุในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักเศรษฐศาสตร์ไทย กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ของธุรกิจใหม่จะเป็นแบบก้าวกระโดด และปัญหาที่ประเทศไทยและทั่วโลกกำลังเผชิญ คือ เงินรายจะต้องติดตามความรู้ หรือความก้าวหน้าของโลก หรือเรียนรู้ตลอดชีวิต มีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตกับความแตกต่างรอบทิศ และให้ความร่วมมือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับวัยที่แตกต่างกันได้ ส่วนแนวคิด ทฤษฎีของ Schwab (2016) ได้กล่าวถึง เงินรายระดับสากลในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ว่าจะต้องมีหน้าที่ความเป็นพลเมืองดี มีคุณลักษณะของคนรุ่นใหม่ที่มีความกระตือรือร้น มีจินตนาการใหม่ๆ และสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีขยายมิตรภาพเพิ่มขึ้น และที่สำคัญจะต้องปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ คณะผู้วิจัยได้นำวรรณกรรมที่ทบทวนนี้เปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ของการวิจัยครั้งนี้ในการอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

ความสำคัญของคุณลักษณะของเจนวายยุคประเทศไทย 4.0

รัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน สินค้า/บริการให้สอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 ที่ต้องการสร้างรายได้จากระดับปานกลางสู่รายได้ระดับสูงในปี 2579 การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมใหม่นี้มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะและอาชีพเท่านั้น ดังนั้นการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่มีโลกส่วนตัวสูงของเจนวายมิให้แสดงออกอย่างก้าวร้าวผ่านสื่อทางสังคมมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อความรับผิดชอบและจิตสำนึกด้านการสร้างความสงบสุขแก่สังคมรอบข้างและการสร้างรายได้ขององค์กร ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญที่จะพัฒนาทักษะทั้งงานอาชีพคู่ขนานกับการพัฒนาคุณลักษณะ เพื่อให้เจนวายเป็นที่ยอมรับของลูกค้าน่าและสังคม จึงเป็นการเตรียมความพร้อมเจนวายตั้งแต่ระดับพื้นฐานในระยะแรกสู่ความเป็นผู้นำคุณภาพทางธุรกิจในระยะยาวและอนาคต (Thakur and Walsh, 2013)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้วิธีทฤษฎีเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เชิงสำรวจ

แบบวัดคุณลักษณะของกลุ่มเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 คณะผู้วิจัยกำหนดวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นนักศึกษาเจนวายที่สามารถเป็นตัวแทนกลุ่มเจนวายรุ่นใหม่ที่มีตัวตนสูง มีความอดทนน้อย มีผู้ปกครองเงินเิกซ์ที่มีฐานะดีให้โอกาสสูงในการดูแลตนเอง จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มนี้ในด้านคุณลักษณะการวางตัวจากร่วมมหาวิทยาลัยสู่การเป็นพนักงานเจนวายในองค์กรต่าง ๆ ในปี 2560 เป็นต้นไป คณะผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยอ้างอิงเกณฑ์การวิเคราะห์คุณลักษณะของคอมเลย์และลี (Comrey and Lee, 1992) จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และตอบกลับแบบสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 390 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และเครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็นของเจนวายจากกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ในขอบเขตคุณลักษณะของเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 โดยดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางด้านคุณลักษณะของเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 และปรับเครื่องมือให้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี คณะผู้วิจัยใช้ทฤษฎีคุณลักษณะของเจนวายสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 เป็นพื้นฐานแนวคิดในการสำรวจเพื่อสร้างเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ คือ The Fourth Industry Revolution Processing of Connected People ของ Schwab (2016) ได้แก่ 1) ชอบพบปะผู้คนและขยายเพิ่มมากขึ้น (Meet People & Human Augmentation) 2) สร้างสัมพันธ์ภาพ (Relationship) 3) ความเป็นเจ้าของธุรกิจ (Ownership) 4) ผู้มีความกระตือรือร้นมาก (Great Enthusiast) 5) การมีส่วนร่วม (Engaging) 6) ความเห็นอกเห็นใจ (Compassion) 7) การร่วมมือกัน (Cooperation) 8) ยึดคุณธรรมและจริยธรรม (Moral and Ethical Boundaries) 9) การยอมรับ (Adopter) 10) การจินตนาการ (Imagination) 11) การตีค่ากิจกรรมรอบตัวออกมาเป็นตัวเลข (Quantified Self)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาและกำหนดกรอบแนวทางการสร้างแบบสอบถาม และรายละเอียดของแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม



ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ครอบครัว ประสบการณ์ที่ได้รับการฝึกทักษะด้านคุณลักษณะ การเข้าสังคม ความถี่และกิจกรรมในการออกงานสังคม ประเภทต่าง ๆ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) และส่วนที่ 3 เป็นคำถามวัดการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมสอดคล้องในบริบทประเทศไทย 4.0 คณะผู้วิจัย กำหนดคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้องทำให้ได้ประเด็นข้อคำถาม ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดเพื่อใช้หาค่าประกอบเชิงสำรวจ คุณลักษณะจำนวนทั้งสิ้น 50 ข้อ ลักษณะข้อคำถามเป็น แบบมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งออกเป็นมาตร 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยตรวจสอบ คุณภาพของเครื่องมือการวิจัยนี้ด้วยการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) คณะผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดย นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถึงความเหมาะสม ของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Wording) ตรวจสอบความ ถูกต้องของเนื้อหาแต่ละข้อคำถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น และตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้และหาค่าดัชนี ความสอดคล้อง (The Index of Item Objective Congruence: IOC) มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้น ๆ มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Rattanakad and Lincharoen, 2017)

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบ สอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้ทรงคุณวุฒิจากข้อ 1. ปรับปรุงแก้ไขและทดสอบจำนวน 30 ชุดที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้จริง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์พบค่า แบบสอบถามมีความ เชื่อมั่น (Reliability) ของสัมประสิทธิ์แอลฟาของอนาค (Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.942 ซึ่งมีค่า เข้าใกล้ 1 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงมาก เพียงพอ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายของค่าคะแนน ตามเกณฑ์ของ Best (1981) คือ ระดับมากที่สุด (4.51-5.00) ระดับมาก (3.51-4.50) ระดับปานกลาง (2.51-3.50) ระดับน้อย (1.51-2.50) และระดับน้อยที่สุด (1.00-1.50) ตามลำดับ

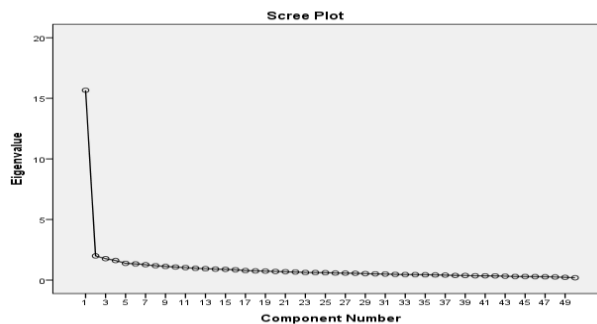
2. การวิเคราะห์คุณลักษณะ (Characteristics Analysis) ทดสอบด้วยค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity และผลการทดสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ 0.94 มีค่ามากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1.0 แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้เทคนิค การวิเคราะห์คุณลักษณะ ส่วนผลทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ทดสอบสมมติฐานมีค่า Chi-Square เท่ากับ 8,332.262 และมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.00 แสดงว่า ยอมรับ ค่าทั้ง 50 ข้อว่ามีความสัมพันธ์กันเหมาะสมที่จะนำมา วิเคราะห์คุณลักษณะ (Harman, 1976) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่า Bartlett's test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test of Sphericity	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.938
Approx. Chi-Square	8332.262
df	1225
Sig.	.000

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. การวิเคราะห์ Scree Plot ได้จากคัดเลือก Eigenvalues ที่มีค่ามากกว่า 1 ดังผลการพล็อตกราฟ รูปที่ 1



รูปที่ 1 Scree Plot สำหรับกำหนดองค์ประกอบพฤติกรรมบุคลิกภาพ

จากรูปที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การสกัดคุณลักษณะได้ทั้งสิ้น 11 คุณลักษณะ สามารถนำไปสรุปผลร่วมกับการใช้หลักการหมุนแกนเพื่อให้มั่นใจในผลการจัดคุณลักษณะใหม่นี้

4. การสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ใช้วิธีวิเคราะห์ที่คุณลักษณะหลัก (Principal Component Analysis) โดยใช้หลักการหมุนแกนป้จจัยให้ตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีการ Varimax with Kaiser Normalization กำหนดเกณฑ์พิจารณาค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1 (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010) และค่านวนค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรข้อความด้วยการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) ให้ตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวาริเมกซ์ (Varimax Rotation) เพื่อให้ได้ตัวแปรสัมพันธ์กับคุณลักษณะของเจเนวายช้ดเจเนมากยิ่งขึ้น โดยมีการคัดเลือกตัวแปรข้อความเข้าร่วมในองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 ขึ้นไป (Pongwichai, 2009) และค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบของตัวแปรข้อความ และพิจารณาเพิ่มเติม น้ำหนักองค์ประกอบจะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.30 จึงกำหนดจำนวนข้อในคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ตัวแปรขึ้นไป เป็น 1 องค์ประกอบเพื่อความถูกต้องตามหลักการจัดกลุ่ม จึงตั้งชื่อคุณลักษณะใหม่อย่างเหมาะสม (Sririganont, 2012) สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรข้อความทั้งสิ้นร้อยละ 58.883 ดังแสดงในตารางที่ 2

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มเจเนวายยุคประเทศไทย 4.0 สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มเจเนเนอร์เรชั่นวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในยุคประเทศไทย 4.0 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าไอเกนและร้อยละความแปรผันของวิธี Principal Component Analysis และการหมุนแกนองค์ประกอบแบบวิธีวาริเมกซ์

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	15.666	31.331	31.331	15.666	31.331	31.331	5.069	10.138	10.138
2	1.988	3.977	35.308	1.988	3.977	35.308	3.525	7.051	17.189
3	1.767	3.534	38.842	1.767	3.534	38.842	2.822	5.644	22.833
4	1.614	3.228	42.070	1.614	3.228	42.070	2.740	5.480	28.313
5	1.384	2.768	44.837	1.384	2.768	44.837	2.729	5.458	33.771
6	1.338	2.675	47.513	1.338	2.675	47.513	2.551	5.102	38.873
7	1.268	2.535	50.048	1.268	2.535	50.048	2.484	4.968	43.841
8	1.184	2.369	52.417	1.184	2.369	52.417	2.239	4.478	48.319
9	1.124	2.247	54.664	1.124	2.247	54.664	2.238	4.476	52.796
10	1.076	2.153	56.817	1.076	2.153	56.817	1.895	3.790	56.585
11	1.033	2.067	58.883	1.033	2.067	58.883	1.149	2.298	58.883



จากตารางที่ 2 จากการสกัดคุณลักษณะเพื่อจัดกลุ่มคุณลักษณะตามปัจจัยที่สัมพันธ์กันและจำแนกคุณลักษณะที่ไม่สัมพันธ์กันด้วยหลักการวิเคราะห์คุณลักษณะหลัก (Principal Component Analysis) และกำหนดให้แต่ละคุณลักษณะเป็นอิสระต่อกัน โดยใช้การหมุนแกนปัจจัยรอบในการสกัดคุณลักษณะจำนวน 25 รอบ และใช้เกณฑ์การพิจารณาปัจจัยค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 แสดงค่า Total Variance Explained สามารถจัดคุณลักษณะได้ทั้งสิ้น 11 คุณลักษณะโดยมีค่าน้ำหนักคุณลักษณะที่ 1 มีความสำคัญที่สุด ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลเท่ากับร้อยละ 10.138 คุณลักษณะที่ 2 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 7.051 คุณลักษณะที่ 3 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 5.644 คุณลักษณะที่ 4 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 5.480 คุณลักษณะที่ 5 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 5.458 คุณลักษณะที่ 6 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ

5.102 คุณลักษณะที่ 7 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 4.968 คุณลักษณะที่ 8 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 4.478 คุณลักษณะที่ 9 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 4.476 คุณลักษณะที่ 10 ค่าแปรปรวนของชุดข้อมูลร้อยละ 3.790 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายในยุคประเทศไทย 4.0 จากข้อมูลทางสถิติเบื้องต้น เช่น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่าค่าเฉลี่ยของทั้ง 11 คุณลักษณะมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.82-4.16 อยู่ในเกณฑ์มากทุกตัวแปร และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าตั้งแต่ .625-1.625 โดยจำแนกแต่ละคุณลักษณะ และปัจจัยย่อยสามารถวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0

องค์ประกอบ	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
คุณลักษณะที่ 1 ทศคติเชิงบวก (Eigenvalues = 15.666 และ % variance = 31.331)				
1. มีใจรักในการพัฒนาตนเอง	.685	4.01	.747	มาก
2. ได้รับคำสั่งสอนด้านจริยธรรมและคุณธรรม	.673	4.12	.746	มาก
3. สนใจฝึกทักษะด้านคุณลักษณะที่ตื้นเขินนิสัย	.657	4.02	.774	มาก
4. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณลักษณะอย่างต่อเนื่อง	.636	4.02	.757	มาก
5. รักการเรียนรู้และปฏิบัติตามมารยาทสังคม	.634	4.09	.769	มาก
6. ยึดมั่นในศีลธรรมและทักทายผู้อื่นได้แม้ว่าตัวเองจะรู้สึกหตุ	.573	4.00	.767	มาก
7. เปลี่ยนแปลงตนเองให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	.544	4.00	.743	มาก
8. พร้อมรับฟังคำแนะนำในการปรับปรุงตนเอง	.536	4.03	.711	มาก
คุณลักษณะที่ 2 ความกระตือรือร้น (Eigenvalues = 1.988 และ % variance = 3.977)				
1. กระตือรือร้นที่จะทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย	.692	4.14	.625	มาก
2. กระฉับกระเฉงในการทำงาน	.685	4.09	.658	มาก
3. เป็นแบบอย่างในการทำงานอย่างมุ่งมั่นทำให้ผู้อื่นให้การสนับสนุน	.615	3.95	.731	มาก
4. พร้อมรับงานเพิ่มมากขึ้น	.546	4.14	.743	มาก
5. มุ่งมั่นกับการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ	.517	3.96	.760	มาก
6. สามารถนำเสนองานต่อหน้าชุมชนและเป็นแบบอย่างในความกระตือรือร้น	.407	3.85	.745	มาก
7. ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและคิดว่าการทำงานรวดเร็วจะสร้างการยอมรับแก่ผู้อื่นได้	.389	3.94	.705	มาก
คุณลักษณะที่ 3 สื่อสารอย่างสุภาพ (Eigenvalues = 1.767 และ % variance = 3.534)				
1. สามารถสื่อสารสร้างความสมานฉันท์ระหว่างทีม	.564	3.95	.708	มาก
2. สามารถเจรจาต่อรองเพื่อประสานประโยชน์ของทีม	.547	3.90	.759	มาก
3. มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อเป็นผู้นำกิจกรรมได้เป็นอย่างดี	.512	3.83	.762	มาก
4. สามารถสื่อสารโน้มน้าวใจทีมให้ร่วมทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยและให้เกียรติทีมแสดงความเห็นและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน	.500	3.86	.743	มาก
5. มีความสุภาพอ่อนน้อมกับคนทุกรูปแบบ	.452	4.10	.750	มาก
6. ให้ความสำคัญกับการฝึกทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	.446	4.08	.721	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบ	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
คุณลักษณะที่ 4 นักสร้างความปรองดองที่เจ็บคม	(Eigenvalues = 1.614 และ % variance = 3.228)			
1. ให้ความสำคัญกับการปรับตนเองให้อยู่ร่วมกับสังคมอย่างเป็นสุข	.635	4.08	.692	มาก
2. สามารถเจรจาข้อขัดแย้งได้เป็นส่วนใหญ่	.623	4.16	.720	มาก
3. หลีกเลี่ยงการสร้าง ความขัดแย้งไม่สร้างสรรค์ที่กระทบต่อมหาวิทยาลัยและครอบครัวตนเอง	.537	4.01	.749	มาก
4. ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ทำร้ายสร้างสรรค์	.528	4.10	.746	มาก
5. ฝึกฝนทักษะการประนีประนอม	.427	4.02	.717	มาก
6. กล้ารับผิดชอบหากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นจากตัวเอง	.407	4.05	.737	มาก
คุณลักษณะที่ 5 เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม	(Eigenvalues = 1.384 และ % variance = 2.768)			
1. ติดตามข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการวางตัวทันสมัยอยู่เสมอ	.628	3.92	.738	มาก
2. ศึกษาและการพัฒนาเครือข่ายให้ขยายเพิ่มมากขึ้น	.606	3.86	.754	มาก
3. มีแนวคิดที่จะพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นเครือข่ายระหว่างชุมชน สังคม และตัวนักศึกษา	.553	3.98	.725	มาก
4. มีความรับผิดชอบต่อเครือข่ายสังคมหากข้อมูลผิดพลาดเกิดขึ้นจากตนเอง	.323	3.97	.682	มาก
คุณลักษณะที่ 6 จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	(Eigenvalues = 1.338 และ % variance = 2.675)			
1. สามารถเข้าหาผู้อื่นก่อนเสมอในทุกเหตุการณ์	.686	3.84	.838	มาก
2. มีความมั่นใจที่จะติดต่อกับผู้อื่นได้ทุกรูปแบบ	.657	3.82	.812	มาก
3. พร้อมพัฒนาตนเองด้วยการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อเรียนรู้รอบข้างและปรับตัวเข้ากับสังคมกลุ่มใหญ่ได้	.476	3.89	.739	มาก
4. พร้อมฝึกทักษะด้านปฏิสัมพันธ์กับทั้งภายในและภายนอกครอบครัว	.374	3.97	.768	มาก
คุณลักษณะที่ 7 ยอมรับความคิดใหม่	(Eigenvalues = 1.268 และ % variance = 2.535)			
1. สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมได้เสมอ	.679	3.86	.763	มาก
2. ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามโครงการใหม่ๆ ของรัฐบาลเพื่อสร้างประสบการณ์แก่ตนเอง	.612	3.87	.807	มาก
3. ปรับตัวกับสิ่งแวดลอมใหม่ๆ ด้วยการฝึกงานทำโดยใช้ประโยชน์จากการพัฒนาคุณลักษณะที่ดี	.499	3.94	.737	มาก
4. มีความยืดหยุ่นในการอยู่ร่วมกับคนหลากหลายในแต่ละเจนเนอเรชั่น	.462	3.88	.774	มาก
คุณลักษณะที่ 8 มองหาคุณค่าผู้อื่น	(Eigenvalues = 1.184 และ % variance = 2.369)			
1. ปรับเปลี่ยนคุณลักษณะตอบสนองความพึงพอใจของสังคมได้เป็นอย่างดี	.588	3.98	.700	มาก
2. รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	.550	4.02	.699	มาก
3. พยายามปฏิบัติตนให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้อื่น	.528	3.96	.781	มาก
4. ปรับปรุงให้มีคุณลักษณะที่ดีโดดเด่นและน่าเชื่อถือ	.498	3.95	.782	มาก
คุณลักษณะที่ 9 ความเป็นตัวตนกับทีม	(Eigenvalues = 1.124 และ % variance = 2.247)			
1. ตรงต่อเวลาในการนัดหมายทุกครั้งมีให้ทีมรอนาน	.698	3.93	.782	มาก
2. คำนึงถึงคนส่วนใหญ่มากกว่าเรื่องส่วนตัว	.626	3.90	.764	มาก
3. ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมโดยสำรวจประเมินปัญหาอุปสรรคข้อผิดพลาดตนเองและแก้ไขทันทีลดความขัดแย้งในทีม	.544	3.88	.741	มาก
คุณลักษณะที่ 10 ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	(Eigenvalues = 1.076 และ % variance = 2.153)			
1. เป็นสมาชิกของชมรมหรือสมาคมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย	.756	3.73	.867	มาก
2. ชอบพบปะและมีเพื่อนหลากหลายเพิ่มมากขึ้น	.483	3.95	.724	มาก
3. สามารถสร้างมิตรภาพกับคนแปลกหน้าได้	.470	3.84	.715	มาก
4. เห็นความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้กาลเทศะและการวางตัวในสังคมต่างๆ	.895	4.12	1.625	มาก

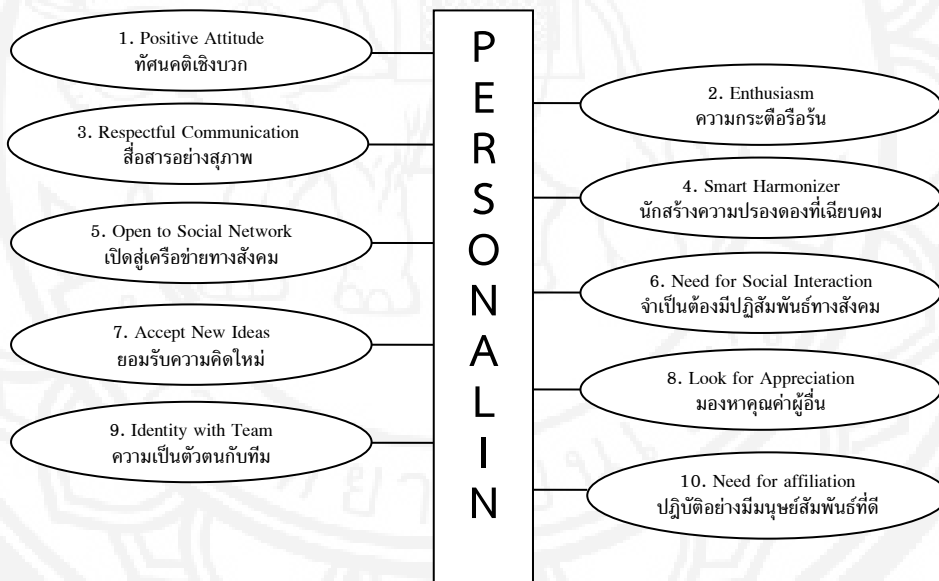


จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบระดับความสำคัญของคุณลักษณะของเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 อยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับความสำคัญที่เจนวายแสดงความเห็น ดังนี้ 1) ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 2) นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม 3) ทักษะคิดเชิงบวก 4) ความกระตือรือร้น 5) มองเห็นคุณค่าผู้อื่น 6) สื่อสารอย่างสุภาพ 7) เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม 8) ความเป็นตัวตนกับทีม 9) ยอมรับความคิดใหม่ และ 10) จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3. เมื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มเจนวาย ผลการวิจัยโดยรวมจากคุณลักษณะที่คัดเลือกครอบคลุมยุคประเทศไทย 4.0 จำนวน 50 ข้อ พบว่า มี 11 คุณลักษณะ ค่าความถ่วงน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เท่ากับ 0.32-0.90 คัดเลือกค่าถ่วงน้ำหนักตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มีจำนวน 40 ข้อ ส่วนอีกจำนวน 10 ข้อ ค่าถ่วงน้ำหนักตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ผลแสดงการจัดกลุ่มคุณลักษณะเป็นไปตามหลักการตั้งชื่อคุณลักษณะได้ ส่วนคุณลักษณะ

ที่ 11 คือ การเข้าสังคมโดยมีเพียง 1 คุณลักษณะเท่านั้น และมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.895 ทำให้คณะผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมยืนยันที่จะไม่ตัดตัวแปรนี้ เนื่องจากเป็นทักษะที่เจนวายจำเป็นต้องเรียนรู้กาลเทศะ และการวางตนในการเข้าสังคม เพื่อลดความเป็นคนมีโลกส่วนตัวสูงด้วยการฝึกทักษะมารยาทการพบปะผู้คนประเภทต่างๆ จึงรวมเข้ากับคุณลักษณะที่ 10 คือ มนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถสนับสนุนให้การเข้าสังคมได้ดีกับผู้อื่นที่เพิ่งรู้จักกัน (Kelley and Stahelski, 1970)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยนำผลสรุปการจัดคุณลักษณะและตั้งชื่อใหม่ในงานวิจัยนี้ว่า P-E-R-S-O-N-A-L-I-N จากตารางที่ 3 โดยที่ Michael and Shoda (1995) แสดงผลคุณลักษณะโครงสร้างเป็นระบบเรียงจากส่วนตัวสู่การเข้าสังคมกับโลกภายนอกและ Allport (1937) ได้ใช้คำคุณศัพท์ คำวิเศษ หรือ กลุ่มวลีในคุณลักษณะนอกเหนือจากคำนามซึ่งใช้ใน Big Five เพื่อให้ได้ความหมายของคุณลักษณะสอดคล้องตามผลลัพธ์มากที่สุดรูปที่ 2



รูปที่ 2 Characteristics of Gen Y in Thailand 4.0 Era

จากรูปที่ 2 แสดงการตั้งชื่อใหม่จากการจัดกลุ่มคุณลักษณะจำนวนทั้งสิ้น 10 คุณลักษณะของกลุ่มเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 จากข้อมูลในตารางที่ 3 โดยสรุปผลค่าเฉลี่ยและค่าความแปรปรวนของแต่ละคุณลักษณะ ดังนี้

คุณลักษณะที่ 1: P-Positive Attitude คือ ทัศนคติเชิงบวก ค่า Eigenvalues เท่ากับ 15.666 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 31.331 ประกอบด้วย

8 ข้อย่อย ได้แก่ 1) มีใจรักในการพัฒนาตนเอง 2) ได้รับคำสั่งสอนให้มีจริยธรรมและคุณธรรม 3) สนใจฝึกทักษะด้านคุณลักษณะที่จำเป็นนิสัย 4) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณลักษณะอย่างต่อเนื่อง 5) รักการเรียนรู้และปฏิบัติตามมารยาทสังคม 6) ยิ้มแย้มแจ่มใสและทักทายผู้อื่นได้แม้ว่าตัวเองจะรู้สึกหงุดหงิด 7) เปลี่ยนแปลงตนเองให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง และ 8) พร้อมรับฟังคำแนะนำในการปรับปรุงตนเอง ตามลำดับ



คุณลักษณะที่ 2: E-Enthusiasm คือ ความกระตือรือร้น มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.988 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 3.977 ประกอบด้วย 7 ข้อย่อย ได้แก่ 1) กระตือรือร้นที่จะทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย 2) กระฉับกระเฉงในการทำงาน 3) เป็นแบบอย่างในการทำงานอย่างมุ่งมั่นทำให้ผู้อื่นให้การสนับสนุน 4) พร้อมรับงานเพิ่มมากขึ้น 5) มุ่งมั่นกับการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ 6) สามารถนำเสนองานต่อหน้าชุมชนและเป็นแบบอย่างในความกระตือรือร้น 7) ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและคิดว่าการทำงานรวดเร็วจะสร้างการยอมรับแก่ผู้อื่นได้ตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 3: R-Respectful Communication คือ สื่อสารอย่างสุภาพ มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.767 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 3.534 ประกอบด้วย 6 ข้อย่อย ได้แก่ 1) สามารถสื่อสารสร้างความสมานฉันท์ระหว่างทีม 2) สามารถเจรจาต่อรองเพื่อประสานประโยชน์ของทีม 3) มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อเป็นผู้นำกิจกรรมได้เป็นอย่างดี 4) สามารถสื่อสารโน้มน้าวใจทีมให้ร่วมทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยและให้เกียรติทีมแสดงความเห็นและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน 5) มีความสุภาพอ่อนน้อมกับคนทุกรูปแบบ 6) ให้ความสำคัญกับการฝึกทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 4: S-Smart Harmonizer คือ นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.614 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 3.228 ประกอบด้วย 6 ข้อย่อย ได้แก่ 1) ให้ความสำคัญกับการปรับตนเองให้อยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุข 2) สามารถเจรจาข้อขัดแย้งได้เป็นส่วนใหญ่ 3) หลีกเลี่ยงการสร้าง ความขัดแย้งไม่สร้างสรรค์ที่กระทบต่อมหาวิทยาลัยและครอบครัวตนเอง 4) ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ท้าทายสร้างสรรค์ 5) ฝึกฝนทักษะการประนีประนอม 6) กล้ารับผิดชอบหากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นจากตัวเองตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 5: O-Open to Social Network คือ เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.384 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.768 ประกอบด้วย 4 ข้อย่อย ได้แก่ 1) ติดตามข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการวางตัวทันสมัยอยู่เสมอ 2) ศึกษาและพัฒนาเครือข่ายให้ขยายเพิ่มมากขึ้น 3) มี

แนวคิดที่จะพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นเครือข่ายระหว่างชุมชน สังคม และตัวนักศึกษา 4) มีความรับผิดชอบต่อเครือข่ายสังคมหากข้อมูลผิดพลาดเกิดขึ้นจากตนเองตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 6: N-Need for Social Interaction คือ จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.338 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.675 ประกอบด้วย 4 ข้อย่อย ได้แก่ 1) สามารถเข้าหาผู้อื่นก่อนเสมอในทุกเหตุการณ์ 2) มีความมั่นใจที่จะติดต่อกับผู้อื่นได้ทุกรูปแบบ 3) พร้อมพัฒนาตนเองด้วยการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อศึกษาเรียนรู้พฤติกรรมคนและปรับตัวเข้ากับสังคมกลุ่มใหญ่ได้ 4) พร้อมฝึกทักษะด้านปฏิสัมพันธ์กับทั้งภายในและภายนอกครอบครัว ตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 7: A-Accept New Ideas คือ ยอมรับความคิดใหม่ มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.268 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.535 ประกอบด้วย 4 ข้อย่อย ได้แก่ 1) สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมได้เสมอ 2) ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามโครงการใหม่ๆ ของรัฐบาลเพื่อสร้างประสบการณ์แก่ตนเอง 3) ปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมใหม่ด้วยการฝึกงานท้าทายโดยใช้ประโยชน์จากการพัฒนาคุณลักษณะที่ดี 4) มีความยืดหยุ่นในการอยู่ร่วมกับคนหลากหลายเจนเนอเรชันตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 8: L-Look for Appreciation คือ มองหาคุณค่าผู้อื่น มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.184 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.369 ประกอบด้วย 4 ข้อย่อย ได้แก่ 1) ปรับเปลี่ยนคุณลักษณะตอบสนองความพึงพอใจของสังคมได้เป็นอย่างดี 2) รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 3) พยายามปฏิบัติตนให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้อื่น 4) ปรับปรุงคุณลักษณะที่ดีให้โดดเด่นและความน่าเชื่อถือตามลำดับ

คุณลักษณะที่ 9: I-Identity with Team คือ ความเป็นตัวตนกับทีม มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.124 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.247 ประกอบด้วย 3 ข้อย่อย ได้แก่ 1) ตรงต่อเวลาในการนัดหมายทุกครั้งมิให้ทีมรอนาน 2) คำนี้ถึงคนส่วนใหญ่มากกว่าเรื่องส่วนตัว 3) ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมโดยสำรวจประเมินปัญหาอุปสรรคข้อผิดพลาดตนเองและแก้ไขทันทีลดความขัดแย้งในทีมตามลำดับ



คุณลักษณะที่ 10: Need for Affiliation คือ ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 1.076 อธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะได้ร้อยละ 2.153 ประกอบด้วย 4 ข้อย่อย ได้แก่ 1) เป็นสมาชิกของชมรมหรือสมาคมต่างๆทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย 2) ชอบพบปะและมีเพื่อนหลากหลายเพิ่มมากขึ้น 3) สามารถสร้างมิตรภาพกับคนแปลกหน้าได้ 4) เห็นความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ภาวะทะเลาะและการวางตัวในงานสังคมต่างๆ

การอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยนี้ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 และสุดท้ายเพื่อสร้างคุณลักษณะใหม่ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายยุคประเทศไทย 4.0 ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะมีความสัมพันธ์กันและมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบและข้อคำถามสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับมาก และมีระดับความสำคัญที่นักศึกษากลุ่มเจนวายที่ศึกษาให้ความสนใจด้านคุณลักษณะอยู่ในระดับมากทุกคุณลักษณะ โดยไม่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดจนน่าวิตกกังวล สามารถนำผลการวิจัยนี้ใช้ต่อยอดงานวิจัยอนาคตต่อไปและนำผลของคุณลักษณะใหม่จัดทำหลักสูตรการอบรมและพัฒนาเจนวายตรงกับงานวิจัยของ Peabody and Goldberg (1989) ที่กล่าวว่า การสร้างคุณลักษณะใหม่เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องตามแต่ละสถานการณ์สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นเครื่องมือต่อยอดการวิจัยและจัดทำหลักสูตรการอบรมและพัฒนาพนักงานเช่นเดียวกับ Big Five ที่นำผลดังกล่าวใช้ในงานด้านจิตวิทยาและจัดทำหลักสูตรพัฒนาบุคลากรในองค์การประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัยนี้พบคุณลักษณะใหม่จำนวนทั้งสิ้น 10 คุณลักษณะ และแต่ละคุณลักษณะมีความสอดคล้องกันบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกข้อ คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี The Fourth Industry Revolution Processing of Connected People ของ Schwab (2016) เป็นพื้นฐานแนวคิดในการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์คุณลักษณะทางสถิติขั้นสูงสามารถอภิปรายผลการสร้างคุณลักษณะใหม่ของเจนวายยุคประเทศไทย 4.0 เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างกับแนวคิด ทฤษฎีของ Schwab ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ดังนี้

คุณลักษณะใหม่ในงานวิจัยนี้ค้นพบ คือ คุณลักษณะความกระตือรือร้น มีความเหมือนกับแนวคิดทฤษฎีของ Schwab แสดงว่า ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ระดับโลก และระดับประเทศไทย 4.0 มีความจำเป็นที่จะต้องมีความกระตือรือร้น คณะผู้วิจัยจึงได้ตั้งชื่อตรงกัน และมีความเห็นตรงกันว่า หากมีความกระตือรือร้นจะสามารถยื่นหยัดต่อปัญหาและอุปสรรครอบด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองจนบรรลุผลสำเร็จในการทำงานทั้งยุคอุตสาหกรรม 4.0 และยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งสอดคล้องกับ Jung (1971) ที่ว่ามนุษย์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะความกระตือรือร้นที่จะเร่งทำงานให้สำเร็จซึ่งเจเนวายจะต้องสร้างพลังแข่งขันทำงานเชิงรุกนี้ภายใต้สภาวะกดดัน (Bekker, 2015) สอดคล้องกับการทำงานในยุค 4.0 ที่มีการแข่งขันทั้งในและนอกประเทศอย่างรุนแรง คุณลักษณะการยอมรับความคิดเห็น โดยมีความเห็นตรงกันกับ Schwab ที่ว่า คุณลักษณะการจินตนาการเป็นเรื่องความคิดสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจยุค 4.0 ที่เป็นยุคเทคโนโลยีก้าวหน้าผนวกกับต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำธุรกิจ แต่มีบางส่วนที่ไม่ตรงกันเนื่องจาก Schwab ตั้งชื่อว่า จินตนาการ (Imagination) เป็นเพียงความคิดใหม่ที่อาจนำไปสร้างผลงานไม่ได้ โดยในผลของงานวิจัยนี้มุ่งเน้นความคิดใหม่ที่จะต้องนำไปสร้างผลงานได้ และมีแนวคิดตรงกับงานวิจัย Lash (2012) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่เปิดรับความคิดใหม่ ๆ จะต้องสามารถนำไปทำประโยชน์ต่อผลงานที่มีคุณภาพแก่องค์กรได้ คุณลักษณะความเป็นตัวตนกับทีม โดยมีความเห็นตรงกันบางส่วนกับ Schwab เฉพาะเรื่องความร่วมมือกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้เน้นความเป็นตัวตนกับทีมและความร่วมมือกัน และมีแนวคิดตรงกับงานวิจัย Douglas (2007) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะการแสดงออกเชิงบวกของตัวตนเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความสามัคคีและความร่วมมือในทีมให้มีจิตอาสาทำงานร่วมกับทีมได้ทุกระดับ คุณลักษณะปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีความเห็นตรงกันกับ Schwab เฉพาะส่วนที่เป็นการสร้างสัมพันธภาพซึ่งในงานวิจัยนี้จะเน้นยุคประเทศไทย 4.0 ที่จะต้องฝึกกำลังทางธุรกิจให้แข็งแกร่งเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันยุคประเทศไทย 4.0 และมีแนวคิดตรงกับงานวิจัย Greene and Burleson (2008) ที่กล่าวว่า การบริหารการติดต่อทางสังคมที่ตอบสนองเชิงบวกต่อกันนั้นจำเป็นต้องฝึกทักษะเชื่อมโยงกับการสื่อสารทางภาษากาย

น้ำเสียง และคำพูดอย่างถูกกาลเทศะจะลดผลกระทบที่อาจก่อให้เกิดผลเสียแก่องค์กรและสังคม คุณลักษณะปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โดยมีความเห็นตรงกับ Schwab ที่ตั้งชื่อว่า การสร้างสัมพันธ์ภาพ (Relationship) เป็นการแสดงออกด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่นย่อมได้รับมิตรไมตรีตอบสนองกลับมาอย่างแท้จริง โดยผลการวิจัยนี้จะเน้นลงไปถึงการปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จึงตั้งชื่อแตกต่างกันกับ Schwab และมีแนวคิดตรงกับงานวิจัย Ariani (2015) ที่กล่าวว่า มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีมีบทบาทสำคัญในการทำงานร่วมกันและปฏิบัติดีต่อกันกับวัยต่างๆ เพื่อให้ได้รับความร่วมมือและสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และมีแนวคิดตรงกับงานวิจัย Prakash, Singh and Yadav (2016) ที่กล่าวว่า ภายภาพที่แสดงออกให้มีเสน่ห์น่ายกย่องนับถือจากสังคมเป็นเรื่องของการวางตัวที่ดีและมีกาลเทศะในแต่ละกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม หากมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีย่อมเป็นผู้ชอบเข้าสังคมและทำหายที่จะพบกับคนแปลกหน้าเป็นประโยชน์ทั้งด้านส่วนตัวและหน้าที่การงานโดยเฉพาะการทำธุรกิจยุคใหม่ คุณลักษณะมองหาคุณค่าผู้อื่น โดยมีความเห็นตรงกับ Schwab ที่ว่า เป็นการสร้างการยอมรับด้วยการสร้างมิตรภาพอันยั่งยืนก่อให้เกิดความเข้าใจกันเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานยุค 4.0 และผลวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาการมองหาคุณค่าผู้อื่น จึงตั้งชื่อแตกต่างกับ Schwab ที่ใช้ชื่อว่าการยอมรับ (Adopter) ซึ่งผลการวิจัยนี้ตรงกับ Marewski, Pohl and Vitouch (2010) ที่กล่าวว่า การมองเห็นคุณค่าผู้อื่นเป็นสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ และฝึกทักษะให้มองในส่วนที่ดีของคนอื่นและมองข้ามส่วนที่เป็นลบไปบ้างจะเป็นแนวทางที่ดีในการสร้างบรรยากาศการทำงานที่มีความสุข

ส่วนผลการวิจัยนี้ได้พบความแตกต่างจากทฤษฎีของ Schwab ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งเป็นระดับโลกและเป็นสังคมวงกว้างที่มีการเลี้ยงดูเจเนวายแบบให้อิสระทางด้านความคิดและการปฏิบัติต่างๆ แตกต่างจากผลของการวิจัยที่มุ่งเน้นคุณลักษณะเจเนวายยุคประเทศไทย 4.0 ทางด้านสิ่งแวดล้อมและการเลี้ยงดูเจเนวายจากบิดาและมารดาหรือผู้ปกครองที่เป็นเจนเอ็กซ์ในประเทศไทย และมีการจำกัดกรอบทางด้านความคิดและการปฏิบัติในความเป็นไทย จึงทำให้ผลของการวิจัยพบคุณลักษณะทางด้านทัศนคติเชิงบวก แต่ที่ไม่พบในทฤษฎี Schwab โดย Jones (1953) มีความเห็นตรงกับผลของการวิจัยนี้ที่กล่าวว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นสิ่งแรกที่สามารถเริ่มต้นได้

ก่อนและจำเป็นต้องสร้างให้เจเนวายเกิดการยอมรับก่อนจึงจะสามารถพัฒนาเจเนวายอย่างได้ผล ซึ่งผลของงานวิจัยนี้มุ่งเน้นเฉพาะคุณลักษณะที่เป็นทัศนคติเชิงบวกต่อการปรับตัวก่อนเป็นบัณฑิตของเจเนวายและเจเนวายที่เพิ่งเข้าทำงานใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0 และมีได้เน้นเจเนวายที่เป็นผู้ประกอบการเหมือนกับของ Schwab โดยงานวิจัยนี้มีความเห็นตรงกับ Arkoff (1958) as cited in Na-Nan (2011) ที่กล่าวว่า ควรให้ความรู้และความเข้าใจในการปรับตัวด้านคุณลักษณะของเจเนวายยุคประเทศไทย 4.0 ก่อนเป็นบัณฑิตและเจเนวายที่เพิ่งเข้าทำงาน สื่อสารอย่างสุภาพ ทฤษฎีของ Schwab กล่าวเฉพาะประเด็นกว้างๆ ในหัวข้อการชอบพบปะผู้คนและขยายให้เพิ่มมากขึ้นแตกต่างจากผลของการวิจัยนี้ที่มุ่งเน้นการสื่อสาร โดยเริ่มต้นจากตนเองในระดับพื้นฐานและปฏิบัติได้ง่ายต่อการสร้างการยอมรับ ซึ่งตรงกับงานวิจัย Fielding (2014) ที่กล่าวว่า ผู้สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้จากตนเองก่อน จึงจะสามารถเรียนรู้จากผู้อื่นได้ เพื่อนำมาวางแผนการสื่อสารให้ได้รับความร่วมมือ นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม ทฤษฎีของ Schwab มุ่งเน้นเฉพาะด้านความเห็นอกเห็นใจซึ่งแตกต่างจากผลของการวิจัยนี้ที่มุ่งเน้นการสร้างความปรองดองที่เฉียบคม โดยผลของการวิจัยนี้มีความเห็นตรงกับงานวิจัย Murphy (2010) ที่กล่าวว่า ผู้สร้างความปรองดองจำเป็นต้องเป็นผู้มีเจตคติให้อภัยผู้อื่นได้ โดยเฉพาะการทำงานในยุค 4.0 ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงจะต้องลดความขัดแย้ง จึงทำให้การสร้างความปรองดองเป็นเรื่องสำคัญมากกว่าความเห็นอกเห็นใจกัน เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม แนวคิดทฤษฎีของ Schwab มุ่งเน้นด้านการตีค่ากิจกรรมรอบตัวออกมาเป็นตัวเลขทางธุรกิจที่จะต้องสร้างผลกำไร ซึ่งผลของการวิจัยนี้มุ่งเน้นการเปิดสู่เครือข่ายทางสังคม ซึ่งมีความเห็นตรงกับ Boyd and Ellison (2008) ที่กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมก่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้และธุรกิจอย่างไร้ขีดจำกัด เป็นการช่วยเหลือกันทางธุรกิจส่งผลต่อการทำธุรกิจที่ยั่งยืนในยุค 4.0 มากกว่าการมุ่งทำกำไรอย่างเดียว สุดท้าย Schwab ได้เน้นเจเนวายที่มีคุณลักษณะเป็นเจ้าของธุรกิจและคุณลักษณะด้านหลักคุณธรรมและจริยธรรม ซึ่งในผลของการวิจัยนี้ไม่ได้เน้นทั้งสองคุณลักษณะดังกล่าว

จากผลของการวิจัยคณะผู้วิจัยสรุปได้ว่า การวิเคราะห์คุณลักษณะของเจเนวายในยุคประเทศไทย 4.0 มีความ



เหมือนกันและตั้งชื่อตรงกันกับแนวคิดทฤษฎีของ Schwab เพียง 1 คุณลักษณะ คือ ความกระตือรือร้น และคุณลักษณะที่มีความเหมือนกันในประเด็นสำคัญบางส่วนเท่านั้น คณะผู้วิจัยจึงตั้งชื่อแตกต่างกันจำนวน 5 คุณลักษณะ คือ 1) การยอมรับความคิดใหม่ 2) ความเป็นตัวตนกับทีม 3) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 4) ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 5) มองหาคุณค่าผู้อื่น และส่วนที่ผลของการวิจัยพบความแตกต่างในแนวคิดทฤษฎี Schwab จำนวน 3 คุณลักษณะ คือ 1) สื่อสารอย่างสุภาพ 2) นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม 3) เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม และสุดท้ายส่วนที่ไม่พบในแนวคิด ทฤษฎีของ Schwab เพียง 1 คุณลักษณะ คือ ทักษะคิดเชิงบวก ตามบริบทที่ต่างกันในเรื่องเชิงลึกระหว่างระดับโลกยุคอุตสาหกรรม 4.0 และยุคประเทศไทย 4.0 ที่เจเนวายจะต้องได้รับการพัฒนา ด้านนี้ เพื่อสร้างการยอมรับในการตอบสนองคุณลักษณะด้านอื่น ๆ และผลการวิจัยพบคุณลักษณะของ Schwab ที่ไม่มีในงานวิจัยนี้ คือ ด้านคุณธรรมและจริยธรรม และการเป็นเจ้าของธุรกิจ ที่ควรพิจารณาไปต่อยอดทำวิจัยต่อไปในอนาคต ส่วนด้านการตีค่ากิจกรรมรอบตัวออกเป็นตัวเลขนั้นเป็นเรื่องซับซ้อนที่ควรจะนำมาพิจารณาอย่างถ่องแท้ก่อนจะทำวิจัย เพื่อใช้ในยุคประเทศไทย 4.0 งานวิจัยนี้มุ่งเน้นนำผลการจัดคุณลักษณะใหม่ตามยุคประเทศไทย 4.0 ของกลุ่มเจเนวายก่อนเป็นบันทึกและเจเนวายที่เพิ่งเข้าทำงานในองค์กรต่างๆ นำเสนอเป็นแนวทางสร้างหลักสูตรคุณลักษณะของเจเนวายอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้เจเนวายสามารถปรับตัวเข้าสู่สังคมในการทำงาน และปรับตัวสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 ได้อย่างเกิดประสิทธิผล และนำคุณลักษณะที่แตกต่างจากทฤษฎีของ Schwab ประยุกต์และต่อยอดการวิจัยเมื่อเจเนวายเป็นผู้ประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 ในอนาคต

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยนี้เฉพาะคุณลักษณะของเจเนวายในยุคประเทศไทย 4.0 เนื่องจากสามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพและพฤติกรรม ตามลำดับ หากสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ เริ่มต้นปรับเปลี่ยนคุณลักษณะพื้นฐานของเจเนวาย จะช่วยให้เจเนวายยอมรับการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะและปฏิบัติจนเป็นที่ยอมรับ และชื่นชมจากสังคมรอบข้างจะเป็นกำลังใจที่ดีทำให้เจเนวายยอมรับการพัฒนาตนเอง

สู่ระดับบุคลิกภาพและพฤติกรรม ตามลำดับ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องมุ่งหวังไว้ ดังนั้น การนำเสนอผลการวิจัยนี้จึงเป็นการเริ่มต้นปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของเจเนวายที่ต้องการเห็นผลอย่างรวดเร็ว โดยสามารถปฏิบัติจากในส่วนของตนเองที่ง่ายที่สุดสู่ภายนอกอย่างเห็นผลจริง ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนเจเนวายทางด้านการพัฒนาบุคลิกภาพจำเป็นต้องฝึกฝนทักษะที่ค่อนข้างใช้ระยะเวลายาวนานในการสั่งสมประสบการณ์ เนื่องจากเป็นเรื่องของอารมณ์ ความคิดที่ปฏิบัติมาตั้งแต่เด็กทำให้มีความยากลำบากที่จะเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วอาจทำให้เจเนวายไม่ยอมรับและไม่ให้ความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงตามกับผู้เกี่ยวข้องมุ่งหวัง ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเริ่มต้นจากสิ่งที่เจเนวายยอมรับโดยการปฏิบัติคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวเองอย่างง่าย ๆ และเห็นผลรวดเร็วจากการฝึกทักษะคุณลักษณะเบื้องต้น (Kurako, 2007)

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะผลของการวิจัยนี้ใช้ประโยชน์ทางตรง คือ นำผลจากการสร้างคุณลักษณะใหม่ดำเนินการทำองค์ประกอบเชิงยืนยันเครื่องมือทางสถิติ เพื่อใช้ในงานวิจัยในอนาคตและทำวิจัยเชิงลึกต่อไป ส่วนผลของการวิจัยนี้ที่คณะผู้วิจัยมิได้มุ่งเน้นเช่นเดียวกับ Schwab คือ ด้านความเป็นเจ้าของธุรกิจของเจเนวาย และคุณธรรมและจริยธรรมการทำธุรกิจยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่นักวิจัยควรพิจารณาไปทำวิจัยในอนาคตโดยศึกษาเปรียบเทียบกับยุคประเทศไทย 4.0 และประโยชน์ทางอ้อม โดยสามารถนำคุณลักษณะใหม่นี้ดำเนินการจัดทำหลักสูตรการอบรมและพัฒนาบุคลากรตามสถานการณ์เพื่อเตรียมความพร้อมนักศึกษาเจเนวายในสถาบันการศึกษาและองค์กรที่รับพนักงานเจเนวายเข้าทำงาน โดยขอเสนอเป็นแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ด้านแนวทางปฏิบัติสำหรับสถาบันการศึกษา เพื่อจัดทำหลักสูตรปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของเจเนวายสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 จากผลการวิจัยทำให้คณะผู้วิจัยตั้งชื่อองค์ประกอบใหม่ว่า P-E-R-S-O-N-A-L-I-N โดยสามารถนำไปพิจารณาจัดทำแนวทางการอบรมเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาเจเนวายสอดคล้องตามสถานการณ์ โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสำเร็จจำเป็นต้องเริ่มจากตนเองซึ่งเป็นสิ่งที่ง่ายจนถึงการเข้าร่วมสังคมกับผู้อื่นซึ่งเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยากลำบากในเจเนวายบางคน โดยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอย่างเป็นระบบ

และปรับคุณลักษณะจากตนเองก่อนเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ (Wood, Gardner and Harms, 2015) ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 พัฒนาด้าน P-O-Y: P-Positive Attitude (ทัศนคติเชิงบวก) O-Open To Social Network (เปิดโลกสู่เครือข่ายทางสังคม) ทั้งสามองค์ประกอบ P-O-Y นี้มีความสำคัญที่จะต้องเตรียมความพร้อมตั้งแต่เริ่มต้นก่อนเป็นบัณฑิตเพื่อลดความวิตกกังวล โดยให้ความรู้และความเข้าใจในคุณลักษณะเบื้องต้นแก่เจเนวายในการเปิดใจและปรับตัวให้เข้ากับบุคคลประเภทต่างๆ อย่างเหมาะสม ลำดับต่อมาจะต้องให้เจเนวายลงมือปฏิบัติจริงในโครงการฝึกงานของนักศึกษาตามองค์การต่างๆ โดยต้องมีการประเมินและติดตามผลอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความมั่นใจในการเข้าสังคมแก่นักศึกษาก่อนเข้าทำงานจริง ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาด้าน R-N-T: R-Respectful Communication (สื่อสารอย่างสุภาพ) N-Need for Social Interaction (ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม) และ N-Need for Affiliation (ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี) ภายหลังจากผ่านขั้นตอนที่ 1 จำเป็นต้องฝึกอบรมเจเนวายในขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควรที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านบุคลิกภาพการวางตัว ภาษากาย และการสื่อสาร จึงควรจัดอบรมและพัฒนาทักษะแก่นักศึกษาเจเนวายทั้งในห้องเรียนและนอกสถานที่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักศึกษาเจเนวายได้ฝึกทักษะทางด้านมารยาททางสังคมและมารยาทการใช้สื่อทางสังคมจนชำนาญ ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาด้าน S-L-I: S-Smart Harmonizer (นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม) L-Look for Appreciation (การยอมรับและเห็นคุณค่าผู้อื่น) I-Identity with Team (ความเป็นตัวตนกับทีม) การฝึกฝนทักษะเหล่านี้จะช่วยลดความขัดแย้งจากความใจร้อนของนักศึกษาเจเนวายและที่สำคัญการปรับเปลี่ยนแนวคิดให้คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว โดยมีจิตอาสาและมีน้ำใจกับเพื่อนที่ยากลำบากอย่างมีเหตุผล สถาบันการศึกษาควรจัดกิจกรรมให้เจเนวายอยู่ร่วมกับกลุ่มต่างๆ และทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างตระหนักรู้ในคุณค่ามนุษย์ สร้างความปรองดองและสมานฉันท์และเสียสละช่วยเหลือผู้เดือดร้อนอย่างมีเหตุผลและจริงใจ จะเป็นเสน่ห์ติดตัวแก่นักศึกษาเจเนวาย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างเห็นผล

ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาด้าน E-A: E-Enthusiasm (มีความกระตือรือร้น) A-Accept New Idea (ยอมรับความคิดใหม่) สามารถใช้กับการทำงานยุคประเทศไทย 4.0 ที่

จะต้องคิดสิ่งใหม่และทำงานอย่างสร้างสรรค์โดยใช้เวลาน้อยแต่ได้ผลงานที่มีคุณค่ามาก จำเป็นต้องให้เจเนวายลงมือปฏิบัติคู่ขนานกับทางด้านทฤษฎี ควรมีการจูงใจด้วยการจัดประกวดและมอบเกียรติบัตรและรางวัลแก่นักศึกษาเจเนวายที่มีความกระตือรือร้นเปิดรับสิ่งใหม่อย่างท้าทายโดยเฉพาะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ประดิษฐ์ผลงานใช้ประโยชน์ได้จริง ภายใต้งกติกาจะต้องประพฤติและมีคุณลักษณะที่ดี ทำงานเสร็จตามเวลากำหนด จะเป็นการกระตุ้นให้เจเนวายที่มีโลกส่วนตัวสูงได้ปรับเปลี่ยนคุณลักษณะตามสถานการณ์จริง

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ ในการนำประเด็นจากผลการวิจัยด้านคุณลักษณะของเจเนวายเป็นแนวทางจัดทำหลักสูตรการอบรมและพัฒนาเจเนวาย และจัดกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของธุรกิจและรองรับประเทศไทย 4.0 คณะผู้วิจัยขอเสนอแนวทางจัดทำแผนการฝึกอบรมรูปแบบที่เรียกว่า P-E-R-S-O-N-A-L-I-N Training Roadmap ดังนี้ แผนการอบรมด้าน P-Positive Attitude (ทัศนคติเชิงบวก) ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้พนักงานเจเนวายใช้ทัศนคติเชิงบวกต่องาน สังคม และองค์กร โดยมีกิจกรรมร่วมกันกับฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอเป็นการเปิดใจรับฟังความเห็นกันและกันและเปิดโอกาสให้เจเนวายปรับตัวทำงานในสิ่งท้าทายเชิงบวกก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีในการทำงานของพนักงานเจเนวาย แผนกิจกรรมสร้างแรงจูงใจด้าน E-Enthusiasm (ความกระตือรือร้น) พนักงานเจเนวายต้องการความก้าวหน้าอย่างก้าวกระโดด ดังนั้นฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องใช้แรงจูงใจผลักดันให้พนักงานเจเนวายเกิดพลังกระตือรือร้นเชิงรุกพัฒนาตนเอง และสร้างประโยชน์แก่องค์กรในยุคประเทศไทย 4.0 เพื่อรองรับการพัฒนาอาชีพแบบก้าวกระโดดในอนาคต (Career Development) อย่างเหมาะสม แผนการอบรมด้าน R-Respectful Communication (สื่อสารอย่างสุภาพ) จำเป็นต้องพัฒนาและอบรมให้ความรู้และทักษะจนชำนาญในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการประเมินและติดตามผลสัมฤทธิ์ เพื่อสื่อสารให้ได้รับความร่วมมือที่ดีต่อกัน แผนการอบรมและจัดกิจกรรมองค์การด้าน S-Smart Harmonizer (นักสร้างความปรองดองที่เฉียบคม) เป็นทักษะหนึ่งของการสร้างความประนีประนอมเพื่อทำให้เกิดความสงบสุขในองค์การจากความรักใคร่



ปรองดองและช่วยเหลือกัน ผู้บริหารควรสร้างบรรยากาศการเปิดใจรับฟังกัน จะทำให้การทำงานเกิดความเข้าใจ และมีความสามัคคีกันในการทำงาน แผนการอบรมและจัดทำกิจกรรมด้าน O-Open to Social Network (เปิดสู่เครือข่ายทางสังคม) จัดฝึกอบรมทักษะการสร้างเครือข่ายทั้งในและนอกองค์กรด้านการแบ่งปันความรู้แก่กัน และช่วยเหลือกัน เช่น แลกเปลี่ยนความรู้ทางด้านคุณลักษณะและคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่ทำให้พนักงานทุกคนมีความรู้และความเข้าใจสามารถร่วมกิจกรรมนี้ได้ อย่างสนุกสนาน และนำข้อมูลบอกต่อแก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง และมั่นใจ และสามารถกระตุ้นใจให้ลูกค้าบอกต่อกันแบบปากต่อปากเป็นเครือข่ายโดยมิต้องเสียงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านโฆษณาราคาแพง แผนการจัดกิจกรรมด้าน N-Need for Social Interaction (จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม) ฝ่ายพัฒนาบุคลากรควรจัดกิจกรรมสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแผนกต่างๆ ในองค์กรและลูกค้า เช่น งานประจำปีของพนักงาน และงานขอบคุณลูกค้า เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีในการทำงานและทำธุรกิจกับลูกค้าอย่างเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกัน แผนการสร้างทีมด้าน A-L-I-N: A-Accept New Idea (ยอมรับความคิดใหม่) และ L-Look for Appreciation (ยอมรับและเห็นคุณค่าผู้อื่น) I-Identity with Team (ความเป็นตัวตนกับทีม) N-Need for Affiliation (ปฏิบัติอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี) ซึ่งคุณลักษณะทั้ง 4 ด้าน จะทำให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข จำเป็นจะต้องจัดกิจกรรมให้พนักงานทุกระดับมีกิจกรรมร่วมกัน เช่น งานสังสรรค์ กิจกรรมโครงการ (Project) เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้ทุกคนทำงานร่วมกับแผนกต่างๆ ทำให้เกิดความเข้าใจกัน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์คุณลักษณะที่ค้นพบในงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์อย่างมาก หากฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาและสร้างกิจกรรมโดยนำเสนอต่อผู้บริหารระดับสูงให้สนับสนุนอย่างเป็นทางการโดยมีแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยอ้างอิงนำเชื่อถือจะทำให้ผู้บริหารเข้าใจแนวทางการพัฒนาบุคลากรตามคุณลักษณะข้างต้นคู่ขนานกับการสร้างผลกำไรแก่องค์กรจะช่วยนำพาให้เจเนวายทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขพร้อมใช้พลังกระตือรือร้นทำงานตามท้องถื่นอย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะงานวิจัยที่ควรจัดทำต่อไป

1. ควรนำคุณลักษณะใหม่จากผลของการวิจัยทำการวิเคราะห์เชิงยืนยันในการทำวิจัยครั้งต่อไป
2. ควรนำคุณลักษณะด้านการสร้างทัศนคติเชิงบวกและความกระตือรือร้นต่อยอดการทำวิจัยในด้านการสร้างนวัตกรรมหรือความคิดใหม่ๆ แก่เจเนวายจะทำให้เกิดประโยชน์รองรับประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นแนวคิดนวัตกรรมในสินค้าหรือบริการขององค์กร
3. คุณลักษณะที่ 5 คือ เปิดโลกสู่เครือข่ายทางสังคมตัวแปรย่อย คือ ความรับผิดชอบต่อเครือข่ายสังคม หากข้อมูลมีความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากตนเอง ในงานวิจัยนี้พบว่า คุณลักษณะนี้มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด (0.323) จึงควรนำมาศึกษาเชิงลึกเพื่อค้นหาเหตุผลที่จะทำให้เจเนวายกลับมาสนใจเพิ่มมากขึ้น
4. ควรนำปัจจัยย่อยของแต่ละคุณลักษณะเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงลึกในอุตสาหกรรมต่างๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป
5. ควรนำคุณลักษณะที่งานวิจัยนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเช่นเดียวกับทฤษฎีของ Schwab ไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อประยุกต์ใช้กับเจเนวายที่เป็นผู้ประกอบการ คุณธรรม และจริยธรรมในยุคประเทศไทย 4.0 และปรับคุณลักษณะให้เป็นระดับอุตสาหกรรม 4.0 แข่งขันกับระดับสากล/โลก
6. ควรต่อยอดผลการวิจัยนี้สู่การพัฒนาบุคลิกภาพของเจเนวายยุคประเทศไทย 4.0 ต่อไป

References

- Allport, G. W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York: Henry Holt Later Printing.
- Amornpipat, I., & Sorod, B. (2017). Development of Thai Authentic Leadership Measure: An Application in a Military Context. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(2), 11-24.
- Ariani, D. W. (2015). Relationship Model of Personality, Communication, Student Engagement, and Learning Satisfaction. *Business Management and Education*, 13(2), 175-202.



- Bekker, S. (2015). European Socioeconomic Governance in Action: Coordinating Social Policies in the Third European Semester. *OSE Research Paper*, 2015(19), 1–23.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice–Hall.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer–Mediated Communication*, 13(2008), 210–230.
- Cohen, Y., Ornoy, H., & Karen, B. (2013). MBTI Personality Types of Project Managers and Their Success: A Field Survey. *Project Management Journal*, 44(3), 78–87.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Douglas, W. P. (2007). Welfare Achievement and Self–Sacrifice. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, 2(2), 1–27.
- Fielding, M. (2014). *Effective Business Communication in Organisation Preparing Message that Communicate* (4th ed.). South Africa: Juta & Company.
- Franziska, L., Gorkan, A., Reece, A., & Tomas, C. (2014). The Relationship Between the Entrepreneurial Personality and the Big Five Personality Traits. *ELSEVIER Journal*, 2014(63), 58–63.
- Greene, J. O., & Burlison, B. R. (2008). *Handbook of Communication and Social Interaction Skills*. London: Lawrence Erlbaum Associate Publishers.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Harman, H. H. (1976). *Modern Factor Analysis* (3rd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Holland, J. L. (1973). *Making Vocational Choices: A Theory of Careers*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice–Hall.
- Jones, E. (1953). *The Life and Work of Sigmund Freud*. New York: Basic Books.
- Jung, C. G. (1971). *Psychological Types*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Kelley, H. H., & Stahelski, A. J. (1970). Social Interaction Basis of Cooperators and Competitors' Beliefs about Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(1), 66–91.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial Leadership in the 21st Century. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 1–11.
- Lash, R. (2012). *The Collaboration Imperative*. Retrieved from <https://iveybusinessjournal.com/publication/the-collaboration-imperative/>
- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generations, Essays on the Sociology of Knowledge*. Retrieved from <http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>
- Marewski, J. N., Pohl, R. F., & Vitouch, O. (2010). Recognition–Based Judgments and Decisions: Introduction to the Special Issue (Vol. 1). *Judgment and Decision Making*, 5(4), 207–215.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2004). A Contemplated Revision of the NEO Five–Factor Inventory. *Personality and Individual Differences*, 36, 587–596.



- Michael, W., & Shoda, Y. (1995). A Cognitive–Affective System Theory of Personality: Reconceptualizing Situations, Dispositions, Dynamics, and Invariance in Personality Structure. *Psychological Review*, 102(2), 246–268.
- Murphy, C. (2010). *A Moral Theory of Political Reconciliation*. UK: Cambridge University Press.
- Na-Nan, K. (2011). Influence of Personality Characteristics, and Job Satisfaction on Work Adjustment of New Graduates. *Journal of Management Sciences*, 31(1), 39–67.
- Ofori, D. A., Gyau, A., Dawson, I. K., Asaah, E., Tchoundjeu, Z., & Jamnadass, R. (2014). Developing more Productive African Agroforestry Systems and Improving Food and Nutritional Security through Tree Domestication. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 6, 123–127.
- Paitoonpong, S. (2017). Turn Thailand into a 4.0 Thailand. *Journal of Investment Promotion*, 28(3), 1–76.
- Peabody, D., & Goldberg, L. R. (1989). Some Determinants of Factor Structures from Personality–Trait Descriptors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(3), 552–567.
- Pongwichai, S. (2009). *Statistical Analysis by Computer Focused on Research* (20th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Prakash, S., Singh, A., & Yadav, S. K. (2016). Personality (Introvert, and Extrovert) and Professional Commitment Effect among B.Ed Teacher Educator Students. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(2), 43–49.
- Rattanakad, W., & Lincharoen, A. (2017). A Development of an Evaluation Model for Teacher Civil Service and Educational Personnel’s Evaluators Under the Office of Basic Education Commission. *Journal of community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(2), 128–138.
- Rikulsurakan, S. (2011). *Comparative Study of Employee Knowledge Management in Each Generation*. (Master’s Independent study). Human Resource Development, National Institute of Development Administration, Bangkok.
- Samutachak, B. (2015, January 4). “Befriend” the Driving Force of the World “Gen Y”. *Matichonline*. Retrieved from <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1420337305>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution: What it Means, How to Respond*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
- Shinn, G. (1986). *Leadership Development* (2nd ed.). USA: McGraw–Hill/Glencoe.
- Songsoonthornwong, C., & Pasunon, P. (2016). Factor Affecting Needs and Satisfaction of Tourists Using The Boat Tour Service Around KohKred, Nonthaburi Province. *Dusit Thani College Journal*, 10(1), 239–259.
- Soto, C. J., John, O. P., Gosling, S. D., & Potter, J. (2011). Age Differences in Personality Traits from 10 to 65: Big Five Domains and Facets in a Large Cross–Sectional Sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(2), 330–348.
- Sririganont, R. (2012). *Factor Analysis Lecture Notes*. Songkhla: Songkhla Rajabhat University.



Tassanaanachai, P. (2014). The Management Characteristics of Generation Y Professional Nurses. *Kuakarun Journal of Nursing*, 21(2), 126-138.

Thakur, R., & Walsh, J. (2013). Characteristics of Thai Women Entrepreneurs: A Case Study of SMEs Operating in Lampang Municipality Area. *Journal of Social and Development Sciences*, 4(4), 174-181.

Van Ness, R. K., & Seifert, C. F. (2016). A Theoretical Analysis of the Role of Characteristics in Entrepreneurial Propensity. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(1), 89-96.

Wood, D., Gardner, M. H., & Harms, P. D. (2015). How Functionalist and Process Approaches to Behavior Can Explain Trait Covariation. *Psychological Review*, 122(1), 84-111.

