ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

ปริศรา ธานีใหญ่

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

ปริศรา ธานีใหญ่

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z"
ของ ปริศรา ธานีใหญ่
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศม์เดช วานิชชินชัย)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ดร.นลินี เหมาะประสิทธิ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา สิทธิอ่วม)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

ผู้วิจัย ปริศรา ธานีใหญ่

ประธานที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์

ประเภทสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2565

คำสำคัญ Generation Z, การตัดสินใจเลือกอาชีพ, ปัยจัยจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา ถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002 ในประเทศไทย จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และอัตราร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ทั้ง 9 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจ ทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ด้านระดับการศึกษา ด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านเพศ

และด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจ พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ไม่มีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

Title THE FACTORS AFFECTING GENERATION Z DECISION TO JOIN THE ORGANIZAION.

Author Paritsara Thaneeyai

Advisor Assistant Professor Warawude Rurkwararuk, Ph.D.

Academic Paper M.B.A. Thesis in Business Administration Program, Naresuan University, 2022

Keywords Generation Z, Career decision making, Motivation to join organization

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the factors that influence Generation Z's decision to join an organization in Thailand, using demographic and motivational factors as variables. A quantitative approach and questionnaires were used to collect data. The sample population of 400 respondents consisted of members of Generation Z in Thailand, the cohort born between 1995 and 2002.

The statistics used to analyze the data were descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics, analyzed by independent sample t-tests, one-way ANOVAs, and multiple regression analysis.

The results showed that the respondents had opinions on the factors of motivation that influenced the decision to join the organization of Generation Z people in Thailand in all 9 aspects, as follows: compensation and benefits, employment security, job characteristics, learning, and development, performance appraisal, career path, corporate reputation, relationship with colleagues, work values, and corporate social responsibility. Overall, it was at a high level with an average of 4.01. When considering each aspect, it was found that the respondents had a high level of opinion on the motivation factor in each aspect.

The results of the hypothesis testing reveal that different demographic factors yield different results. The demographic factors are as follows: education,

income, and work experience. There were different levels of decision making to join the organization, with a statistical significance of 0.05. Furthermore, sex and age have no significant effect on the decision making to join the organization. When analyzing the motivational factors, the results showed that compensation and benefits, employment security, relationship with colleagues, and work values influenced the decision to join the organization, with a statistical significance of 0.05. However, job characteristics, learning, and development, performance appraisal, career path, corporate reputation, and corporate social responsibility have not significantly influenced the decision to join the organization.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ ที่ได้สละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำแนวทาง ตลอดจนช่วยตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณด้วยความซาบซึ้งจากใจจริงและด้วยความเคารพอย่างสูง ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศม์เดช วานิชชินชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนา สิทธิอ่วม และดร. นลินี เหมาะประสิทธิ์ ที่ได้สละเวลามาเป็นประธานและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิการสอบวิทยานิพนธ์ และให้ความกรุณาช่วยตรวจสอบและแนะนำเพื่อปรับปรุงเนื้อหาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.เฟื่องฟ้า ปัญญา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณี บัวสุข และดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา ที่ได้สละเวลาตรวจและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อคำถามมีความถูกต้องในการใช้ภาษาและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และขอขอบพระคุณ คณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และแนะแนวทางต่างๆ แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆ

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่า ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ร่วมมือเพื่อช่วยเหลือผู้ศึกษาวิจัยในการตอบแบบสอบถาม และส่งต่อแบบสอบถามเพื่อการวิจัยรวมไปถึงเพื่อนร่วมรุ่นที่ 27 สำหรับมิตรภาพ คำปรึษา ความช่วยเหลือ และกำลังใจที่มีให้กันตลอด โดยเฉพาะ นางสาวจินตภา กมลปิตุพงศ์ นายทศพร ปานดอนไพร นางทิพย์ธัญญา ปานดอนไพร นางสาวปัทมวรรณ ดีแล้ว นางสาวสุวิรยา ดำรงค์ชาติ นางสาวคุณิตา มาเตียง นายนครินทร์ ศักดิ์สูง นางสาว นารถนรี จอมประเสริฐ นางสาวอภิญญา จีนน้ำใส นางสาวกมลวรรณ ปั้นวิชัย และนายชลิต คณานุกรณ์ สำหรับการเป็นแรงใจที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ศึกษาวิจัยเกิดความมุ่งมั่นในการศึกษาวิจัยตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัว ที่ให้ความรัก ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจตลอดเสมอมา จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาวิจัยรู้สึกทราบซึ้งความกรุณาของทุกท่าน ผู้มีพระคุณตามที่ได้กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ และถ้ามีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และผู้วิจัยต้องขอขอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ปริศรา ธานีใหญ่

มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

ประกาศคุณูปการ ..... ช

สารบัญ ..... ฌ

ตาราง ..... ฏ

ภาพ ..... ด

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์ 3

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย 4

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ 5

1.6 สมมติฐานงานวิจัย 7

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management - HCM) 8

2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านการจูงใจ (Motivation Theory) 13

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making Process) 27

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ (Career Selection).....28
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory).....31
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review).....34
2.7 กรอบแนวความคิดงานวิจัย.....53
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....55
3.1 วิธีดำเนินงานวิจัย.....55
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....55
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....56
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....57
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....62
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....62
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....65
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
.....66
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร.....68
ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....93
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....150
ส่วนที่ 1. สรุปผลการวิจัย.....150
ส่วนที่ 2. อภิปรายผลการวิจัย.....156
ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะ.....167
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....168

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ 168
บรรณานุกรม 169
ภาคผนวก 174
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 175
ภาคผนวก ข เอกสารผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ 182
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 184
ประวัติผู้วิจัย 205

ตาราง

หน้า

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลลักษณะทางประชากร ศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน.....66

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในภาพรวม.....69

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ 71

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน 73

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ 75

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน.....78

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน.....80

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร.....82

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน.....84

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน 86

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ.....88

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร.....90

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านเพศ.....94

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ.....96

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา 98

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา 100

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน..... 104

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 106

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน 114

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน 116

ตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ โดยภาพรวม 122

ตาราง 22 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม 123

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม..... 124

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม เมื่อพิจารณารายด้าน..... 125

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้อง กับความสนใจของบุคคล 128

ตาราง 26 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล..... 129

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล โดยภาพรวม..... 130

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานใน องค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน 131

ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล 135

ตาราง 30 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล 136

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล โดยภาพรวม..... 137

ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานใน องค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน 138

ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร 142

ตาราง 34 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า ทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร 143

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร โดยภาพรวม 144

ตาราง 36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานใน องค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร เมื่อพิจารณารายด้าน 145

ตาราง 37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 148

ภาพ

หน้า

No table of figures entries found.

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนึ่งในปัจจัยพื้นฐานสำคัญขององค์กรในการดำเนินกิจการและขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุจุดประสงค์และเป้าหมายได้ คือ ทรัพยากรบุคล ซึ่งในปัจจุบันองค์กรแต่ละแห่งได้เริ่มให้ความสำคัญต่อบุคลากรในองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรบุคคล เพื่อให้องค์กรสามารถสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพที่ตรงตามความต้องการ มีทักษะ ทัศนคติ ที่สามารถรับผิดชอบและส่งเสริมตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์, 2558) ประกอบกับที่องค์กรเองก็ต้องเสริมสร้างแรงจูงใจที่ดีให้แก่บุคลากร เพื่อให้บุคลากรในบริษัทสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถเช่นกัน

หลายๆ องค์กรในปัจจุบันจึงตระหนักและให้ความสำคัญการให้ได้มาซึ่งทรัพยากรบุคคลด้วยการจัดสรรงบประมาณสำหรับการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมต่อการเข้ามาร่วมงานในองค์กร การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้ามาในองค์กร เป็นกระบวนการเริ่มต้นกระบวนการแรกในการจัดการทรัพยากรบุคคลที่จะช่วยสร้างองค์กรคุณภาพที่ขับเคลื่อนด้วยบุคลากรที่มีศักยภาพที่ส่งผลต่อการพัฒนา ความเจริญก้าวหน้า การบรรลุจุดประสงค์เป้าหมายและความสำเร็จขององค์กรได้ในระยะยาวด้วยบุคลากรที่มีศักยภาพในองค์กร เพื่อเป็นการลดการเผชิญผลกระทบที่อาจเกิดจากปัญหาความไม่เหมาะสมของบุคลากรต่อตำแหน่งงานในองค์กร (พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์, 2558)

ในปัจจุบันทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานของคนในยุคปัจจุบันนั้นเปลี่ยนไป ส่งผลให้องค์กรต่างๆ ทั่วโลกต้องประสบกับปัญหาอัตราการลาออกและการเปลี่ยนงานที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่างกลุ่มคน Generation Z (กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2552 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2009) ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดแรงงาน ซึ่งกลุ่มคน Generation Z ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ การแสดงออกทางความคิดเห็น การเปิดกว้างทางวัฒนธรรม การยอมรับความหลากหลาย ความแตกต่างทางสังคม สิทธิมนุษย์ชน ความเท่าเทียมทางเพศ เชื้อชาติ ซึ่งทำให้กลุ่มคน Generation Z แตกต่างจากกลุ่มคนรุ่นก่อนๆ ที่ถือความสำคัญของสิทธิส่วนของตนเป็นหลัก ที่สามารถแสดงออกถึงค่านิยม ความเป็นตัวตนของตนเอง ซึ่งกลุ่มคน Generation Z จะคำนึงถึงตนเองก่อนเสมอ ต้องการความเป็นอิสระ มีความอดทนค่อนข้างต่ำ ไม่ชอบการรอคอยที่ใช้เวลานาน ต้องการที่จะท้าทายความสามารถของตนเองอยู่เสมอ จึงทำให้กลุ่มคน Generation Z มีแนวโน้มจะเปลี่ยนงานง่ายและบ่อยกว่ากลุ่มคนรุ่นก่อนๆ

รวมไปถึงสถานกรณ์ปัจจุบันที่กลุ่มแรงงานที่มีอายุมากถูกลดบทบาทลง โดยกลุ่มวัยแรงงานตอนปลาย (อายุประมาณ 40 - 59 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุประมาณ 60 ปีขึ้นไป) ซึ่งเคยเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนองค์กร มีแนวโน้มถูกลดชั่วโมงการทำงานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อันมาจากผลกระทบที่เกิดจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID–19 สงครามที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศรัสเซียและประเทศยูเครน ปัญหาราคาพลังงาน ปัญหาต้นทุนในการขนส่ง และวัตถุดิบที่มีแนวโน้มปรับตัวขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยกดดันภาวะเศรษฐกิจในระยะข้างหน้า แต่ละองค์กรจึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการ ต่างๆ ของการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น จึงเป็นโอกาส ของแรงงานในกลุ่มวัยแรงงานตอนต้น (อายุประมาณ 15 - 29 ปี) ที่สามารถปรับตัวทำงานร่วมกับเทคโนโลยีและสามารถรักษาการจ้างงานไว้ได้ ในขณะที่แรงงานที่มีอายุมากขึ้นประกอบกับการที่ไม่พร้อมจะปรับตัว ทำให้ถูกลดบทบาทในการทำงานลง โดยการลดชั่วโมงการทำงานและถูกเลิกจ้างในที่สุด ซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานโดยตรง นั่นคือทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานต่อเนื่องในปัจจุบัน (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2565) สถานการณ์ที่เกิดการเกษียญอายุ ลาออก การเลิกจ้าง รวมไปถึงการเปลี่ยนงานของแรงงาน ส่งผลให้องค์กรในภาคธุรกิจต่างๆ เกิดการสูญเสียต้นทุนทางโอกาส และผลผลิตทางธุรกิจโดยรวมที่อาจจะเกิดขึ้นได้ (Hausknecht, Trevor, & Howard, 2009)

ในขณะที่สถานการณ์เศรษฐกิจไทยปี พ.ศ.2564 อัตราการขยายตัวร้อยละ 1.6 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 6.2 ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดว่าเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยส่วนใหญ่มีอัตราเพิ่มขึ้น ทั้งด้านการใช้จ่ายและด้านการผลิต เป็นผลจากความต้องการสินค้าและบริการปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับการผ่อนคลายมาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งผลให้ การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2565) จากการคาดการณ์จำนวนประชากรวัยแรงงาน และความต้องการแรงงานใน ปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยจะมีจำนวนประชากรวัยแรงงานประมาณ 42.2 ล้านคน แต่จะมีความต้องการแรงงานจำนวน 48.9 ล้านคน ดังนั้นจะส่งผลให้ประเทศไทยเกิดภาวะขาดแคลนแรงงานถึง 6.4 ล้านคน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ทีดีอาร์ไอ, 2565)

จากสถานการณ์ความต้องการแรงงาน สภาวะการขาดแคลนด้านแรงงาน การผลัดเปลี่ยนและ การเข้าสู่ตลาดแรงงานของกลุ่มคน Generation Z ตามที่กล่าวมาข้างต้น การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ นโยบายและวิธีการเพื่อสร้างการจูงใจให้กลุ่มคน Generation Z มาเข้าร่วมทำงานกับองค์กร จึงเริ่มกลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้น ทำให้การศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มคน Generation Z จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและมีความจำเป็นมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มคน Generation Z ก็จะช่วยให้ขั้นตอนกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรมีประสิทธิภาพที่ดีมาก

ยิ่งขึ้น (Ng et al., 2010) และเมื่อองค์กรมีความเข้าใจความต้องการของกลุ่มคน Generation Z ที่จะเข้ามาเป็นทรัพยากรบุคคลที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์กร ประกอบกับการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลากรก็จะช่วยให้สามารถลดอัตราการลาออกและการเปลี่ยนงานให้ลดลง เพื่อรักษากลุ่มคน Generation Z ให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาวต่อไป

ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงความต้องการซึ่งสอดคล้องกับความสนใจ เป้าหมาย ของกลุ่มคน Generation Z ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจขององค์กร สร้างการดึงดูดผู้ที่จะเข้ามาสมัครงานซึ่งเป็นกลุ่มคน Generation Z ท่ามกลางยุคที่มีการแข่งขันทางธุรกิจที่ค่อนข้างรุนแรง อีกทั้งบุคคลมีทัศนคติ พฤติกรรม เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นได้

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของคน Generation Z ในประเทศไทย กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และเสริมสร้างความน่าดึงดูดในการวางกลยุทธ์กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร

1.3.2 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และเสริมสร้างความน่าดึงดูดในการวางกลยุทธ์กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าทำงานและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ที่มีความสนใจในการเข้าทำงานในองค์กรได้

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยนี้ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ของกลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ได้แก่

1.4.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านเพศ
2. ปัจจัยด้านอายุ
3. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา
4. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน
5. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

1.4.1.2 ปัยจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน
3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ
4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร
7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน
9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยนี้ กลุ่มประชากรตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยนี้ ดำเนินงานวิจัยลักษณะการวิจัยเชิงสารวจ (Survey Research) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย เท่านั้น

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนเมษายน 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2566

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 การบริหารจัดการทุนมนุษย์ หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรณ์บุคคล ตั้งแต่การกำหนด การสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถ การรักษาบุคลากร การพัฒนาและจูงใจบุคลากร เพื่อสร้างคุณภาพและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยมุ้งเน้นให้บุคลากรสามารถแสดงออกถึงศักยภาพสูงสุดของตนเองได้

1.5.2 Generation Z หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2552 (ค.ศ. 1995 ถึง 2009)

1.5.3 ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ หมายถึง การที่องค์กรที่ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการแก่บุคลากรอย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของตัวเงิน และไม่ใช่รูปแบบที่เป็นตัวเงินก็ตาม ไม่ว่าจะเป็น การให้เงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสารองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น

1.5.4 ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน หมายถึง การที่องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ ไม่มีการเลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง และสร้างความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัตบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัตบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด

1.5.5 ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านลักษณะงานการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ หมายถึง การที่องค์กรให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณ สำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอ ต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร อย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ ให้อิสระทางความคิดและการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

1.5.6 ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน หมายถึง การที่องค์กรมีการวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ เป็นระบบอย่างชัดเจน อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง มีการแจ้งผลการประเมิน และหารือเกี่ยวกับผลการประเมิน ให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส

1.5.7 ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน หมายถึง การที่องค์กรแสดงให้เห็นถึงโอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน มีเกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งที่ชัดเจน ตามความ

เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ และบุคลากรรับทราบ

1.5.8 ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป ทั้งภายในละภายนอกประเทศ เช่น มีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคล, มีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม โดยการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปกิบัติงาน เป็นต้น

1.5.9 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม หมายถึง การที่องค์กรมีเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ ปฏิบัติงานร่วมกัน ด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ให้การยอมรับความเป็นตัวตนของบุคคล

1.5.10 ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน หมายถึง การที่องค์กร ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากร ทำให้บุคลากรได้รับการยกย่อง มีเกียรติยศ และชื่อเสียง จากการปฏิบัติงาน

1.5.11 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การที่องค์กร มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร บริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก บริการงานด้วยความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง

1.5.12 การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร หมายถึง การพิจารณาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ อย่างมีเหตุผล โดยคำนึงถึงข้อจำกัด ปัจจัยจูงใจ ต่างๆ อย่างรอบคอบ เพื่อตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ดีที่สุด ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล เช่น การเลือกเข้าทำงานในองค์กรโดยคำนึงถึงความชอบในอาชีพเป็นหลักมากกว่าการคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน การเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายของชีวิตได้

2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล เช่น การเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีลักษณะงานตรงกับความสนใจ ความถนัด ทักษะเฉพาะ สาขาวิชาที่เรียน หรือจบมา มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก มีปัจจัยจูงในการเข้าทำงานกับองค์กรที่น่าสนใจ

3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร เช่น การเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีปัจจัยการจูงใจในการเข้าทำงานที่สนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อพิจารณาที่จะเข้าร่วมงานในองค์กรเมื่อได้รับการเสนองาน สามารถแนะนำองค์กรต่อผู้อื่นให้มาสมัครงานกับองค์กรร่วมกันกับตนเอง

1.6 สมมติฐานงานวิจัย

ทางผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษางานวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.6.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

1.6.2 ปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการตัดสินใจดังกล่าว เพื่อนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบงานวิจัย โดยรายละเอียดมีดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management-HCM)

2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านการจูงใจ (Motivation Theory)

2.2.1 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzberg' Two - Factor Theory)

2.2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจูงใจในการเลือกงาน

2.2.2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

2.2.2.2 แนวคิดทฤษฎีปัยจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making Process)

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ (Career Selection)

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review)

2.7 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management - HCM)

การบริหารจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management - HCM)

ศุภานัน พุฒตาล (2562) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการทรัพยากรณ์มนุษย์ หมายถึง การบริหารบุคคลากรในองค์กรอย่างเหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคลและองค์การ ซึ่งให้ความสำคัญต่อบุคคลเสมือนทรัพย์สินขององค์การ โดยบุคคลากรจะนำเอานโยบาย วิธีการปฏิบัติงาน และองค์ความรู้ต่างๆ มาใช้ในการพัฒนาองค์การ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์การโดยรวม โดยผ่านกระบวนการจัดการทรัพยากรณ์มนุษย์ การวิเคราะห์และออกแบบงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การพัฒนา การบริหารค่าจ้างและเงินเดือน การประเมินการปฏิบัติงาน การธำรงรักษาหลักคุณธรรม

พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการทุนมนุษย์ (Human Capital Management) คือ การบริหารจัดการเพื่อสร้างคุณภาพและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ตั้งแต่การกำหนด การสรรหาบุคลากร การพัฒนา การรักษาบุคลากร และการจูงใจ เพื่อให้บุคลากรแสดงศักยภาพสูงสุด โดยการสรรหาบุคลากรจะมุ่งเน้นที่จะคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพสูง หรือมีความสามารถที่ดีที่สุด ที่จะพัฒนาตนเองได้ตามทิศทางที่องค์การต้องการ ในส่วนของการพัฒนาศักยภาพจะมุ่งเน้นที่การพัฒนาเพื่อสร้างความชำนาญและทักษะเฉพาะด้านของพนักงาน สำหรับการรักษาบุคลากรจะมุ่งเน้นที่การออกแบบผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อใช้เป็นการจูงใจเฉพาะบุคคลที่มีความต้องการแตกต่างกัน รวมถึงการเชื่อมโยงการบริหารผลตอบแทนเข้ากับการบริหารผลการปฏิบัติ และส่วนสุดท้ายคือการจูงใจเป็นการมุ่งเน้นให้พนักงานมีสิ่งกระตุ้นที่จะกระตุ้นให้พนักงานแสดงศักยภาพในการทำงาน

เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์ (2565) ได้กล่าวไว้ว่า ทุนมนุษย์ (Human Capital) คือความรู้ทักษะความสามารถตลอดจนความชำนาญรวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่มีสั่งสมอยู่ในตัวเองและสามารถนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพขององค์กรหรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่าซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นมีความสามารถสร้างความเปรียบเหนือคู่แข่งดังนั้นแนวคิดทุนมนุษย์จึงมองว่าคนเป็นทรัพย์สินหรือสินทรัพย์(Assets) ที่สำคัญที่สุดขององค์กร

ความสำคัญของทุนมนุษย์ต่อองค์กร

ทุนมนุษย์ความสำคัญสำหรับองค์กร ดังนั้นแต่ละองค์กรจะต้องหาวิธีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้เหมาะสมกับองค์กรของตนเองปัจจัยสาคัญของทุนมนุษย์ในองค์กร มีดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยคนในองค์กรใช้ความรู้และความสามารถทำเป็นทุนของตนเองในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรับผิดชอบงานให้สำเร็จลุล่วงและทำงานประสานกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งต่างคนก็ใช้ทุนที่มีอยู่เพื่อทำให้บรรลุเป้าหมายได้

2. ปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทุนมนุษย์ที่มีอยู่มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญ สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

3. ปัจจัยต่อการพัฒนาองค์กร โดยสร้างความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนแนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรองค์กรต้องมีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือสอดคล้องกับการสร้างสมรรถนะความสามารถ (Competency) ของคนในองค์กร จะช่วยให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นที่รู้จักเชื่อถือได้ และได้รับการยอมรับในระดับสากล (นิสดารก์ เวชยานนท์, อ้างถึงใน เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์, 2565)

ศิริพงษ์ เศาภายน (2551 อ้างถึงใน เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์, 2565) ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กรนั้นประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ

1. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร (Resourcing Strategies) คือ การวางแผนและจับคู่ทุนมนุษย์ที่มี อยู่ให้ตรงตามความต้องการขององค์กร เพื่อให้การลงทุนไปกับบุคลากรเป็นไป อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ สูงสุด กลยุทธ์นี้จะช่วยองค์กรกำหนดนโยบายว่าทุนมนุษย์ที่องค์กรต้องการควรมีคุณสมบัติอย่างไร และควรนำทุนมนุษย์นั้นใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างไร กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์กับกระบวนการ วางแผนกำลังคน มุ่งสรรหาและคัดเลือกบุคลากรให้มีคุณภาพตรงและเพียงพอต่อความต้องการภายใน ระยะเวลาที่กำหนด การสรรหาและคัดเลือกจะมุ่งเน้นการคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพสูง หรือมีความสามารถ ที่จะพัฒนาตนเองได้ตามทิศทางที่องค์การต้องการ คุณสมบัติของบุคลากรจะถูกกำหนดพร้อมกับ แหล่งการสรรหาที่เฉพาะเจาะจง เช่น สถาบันการศึกษาที่มีสาขาวิชาที่ได้รับการยอมรับ นอกจากนี้คุณสมบัติ ที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจะได้รับความสนใจมากขึ้น

2. กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากร (HR Development Strategies) คือ การกำหนดความรู้ ทักษะ และ คุณสมบัติของสมรรถนะของบุคลากรในแต่ละตาแหน่ง รวมถึงการวางแนวทางในการพัฒนาความสามารถ ที่จำเป็นสำหรับแต่ละบุคคล (Individual) ตลอดจนการส่งเสริมให้บุคลากรพร้อมที่จะเรียนรู้อยู่เสมอ บุคลากร ของแต่ละองค์กรคือผู้ลงทุนในทุนมนุษย์ ยิ่งลงทุนในทุนมนุษย์ เช่น การใช้ความรู้ความสามารถที่มี ทุ่มเทตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่มากเท่าไหร่ สร้างผลงานได้ดีเยี่ยมมากเท่าไหร่ ย่อมได้รับผลตอบแทนมามากเท่านั้น เปรียบเสมือนการลงทุนใดๆ แล้วย่อมคาดหวังกำไรตอบแทน ดังนั้น เมื่อองค์กรส่งเสริมแนวคิดดังกล่าวภายใน องค์การ บุคลากรย่อมตระหนักและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองอย่างจริงจัง

3. กลยุทธ์การให้รางวัล (Rewarding Strategies) ทฤษฎีทุนมนุษย์เสนอแนะให้มีการพิจารณา จ่ายค่าตอบแทนบุคลากรตามความสามารถและตามผลงานที่ได้ บุคลากรขององค์กรแต่ละคนมีมูลค่าเฉพาะ ในตลาดแรงงาน ซึ่งมูลค่านี้สามารถเพิ่มขึ้นได้ตามความรู้ความสามารถที่เพิ่มขึ้น ซึ่งได้มาจากการฝึกอบรม พัฒนาและประสบการณ์ ดังนั้น องค์กรจึงควรพิจารณาจ่ายค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับความสามารถของ บุคลากรและมูลค่าตลาดแรงงานปัจจุบัน เพื่อเป็นการรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กร นอกจากนั้น การให้รางวัล ในรูปแบบอื่นๆที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non-Financial Reward) ก็เป็นสิ่งสาคัญที่องค์กรไม่ควรละเลย บุคลากรที่ลงทุนในความรู้ความสามารถของตน นอกจากต้องการโอกาสและเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่การงานแล้ว ยังต้องการ ให้องค์กรตระหนักถึงความสำคัญของตน องค์กรจึงควรมีกระบวนการบริหารผลงาน (Performance Management Processes) เพื่อให้ทราบถึงผลงานและประสิทธิภาพของบุคลากรแต่ละคน และนำผลที่ได้ ไปใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรทางด้านขวัญและกำลังใจ

แนวโน้มการบริหารทุนมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์นอกจากจะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) อย่างลึกซึ้งแล้ว ยังจำเป็นต้องมีความรู้ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ประหนึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์การเอง ในขณะเดียวกันต้องสามารถสื่อสารและถ่ายทอดสาระของงานบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ให้ผู้บริหารในสายงานหลักมีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อประโยชน์ในการดึง ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ในองค์การออกมาใช้ได้อย่างสูงสุดและตรงประเด็น นอกจากนี้ผู้บริหารทุนมนุษย์ ควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสมสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมขององค์การ รวมทั้งติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอกทั้งที่มีความเชื่อมโยงต่อองค์การโดยตรงและโดยอ้อม เพื่อให้สามารถปรับกระบวนการทางานให้ทันกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และนำมากำหนดกลยุทธ์ที่ผังอยู่ในกระบวนการของ การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) นับตั้งแต่การกำหนดโครงสร้างองค์การที่ตอบโจทย์ การวางแผนกำลังคน ซึ่งหมายถึงการกำหนดคุณสมบัติ จำนวน ตำแหน่ง ของคน ที่เข้ามาเป็นทรัพยากรขององค์การ การประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและโปร่งใส ตลอดไปจนถึง เรื่องการปรับสมดุลของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ซึ่งถ้าทุกอย่างสอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจได้จริงแล้ว ผลสำเร็จในการประกอบการย่อมไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป (เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์, 2565)

สำหรับประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์อย่างจริงจังในศตวรรษที่ 21 โดยรัฐบาลจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) คู่กับ ประชาคมโลกด้วยโมเดล "ไทยแลนด์ 4.0" กำหนดเป้าหมายครอบคลุมใน 4 มิติ เพื่อสร้างความเข้มแข็งจากภายในประกอบด้วย 1) ความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า 2) ความอยู่ดีมีสุขทางสังคม 3) การรักษาสิ่งแวดล้อมในสังคมที่น่าอยู่ และ 4) การยกระดับคุณค่าของมนุษย์ด้วยการพัฒนาคนไทย 4.0 เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”นอกจากนั้นแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ดังกล่าว ยังได้ถูกแปลงสู่การปฏิบัติโดยการจัดทำเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) เพื่อใช้กำหนดประเด็นการพัฒนา พร้อมทั้งแผนงานและโครงการสำคัญที่ต้องดาเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรม ในช่วง 5 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจ ของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกได้อย่างเหมาะสมนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของคนไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 อ้างถึงใน เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์, 2565)

การสรรหาบุคคล

พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การสรรหาบุคคค คือ การที่หน่วยงาน หรือองค์กร ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ได้มาซึ่งผู้สมัครงานที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ที่มีทัศนะคติที่ตรงตามความต้องการขององค์กร ที่จะเข้ามาช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่มีได้

Werther and Davis (1986 อ้างถึงใน พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์, 2559) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการสรรหาบุคคล มีขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ คือ การวางแผนกำลังคน กำหนดลักษณะของงาน การเตรียมการที่จะสรรหาบุคคลจากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่เหมาะสมกับงานและองค์กรมากที่สุด โดยการสรรหาบุคลากรสามารถดำเนินการจัดหาบุคคลได้จาก 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 การสรรหาบุคคลจากแหล่งภายในองค์กร เป็นการสรรหาที่จะได้บุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์โดยตรงจากการทำงานในองค์กร นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนความก้าวหน้าในอาชีพการงานของบุคลากร ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรได้อีกด้วย

1.2 การสรรหาบุคคลจากแหล่งภายนอกองค์กร เป็นการสรรหาที่จะได้บุคลากรจากการโฆษณา ประกาศสรรหาบุคลากร ตามแหล่งที่มาต่างๆ เช่น อินเทอร์เนต ป้ายประกาศ การประกาศผ่านหน่วยงานของรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่ค่อนข้างสูง แต่สามารถทำให้องค์กรประกาศสรรหาบุคคลได้อย่างกว้างขวาง และทั่วถึง ทำให้มีโอกาสที่องค์กรจะได้บุคคลากรที่ตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการมากขึ้น

2. การกำหนดลักษณะงาน ตำแหน่ง ลักษณะความสามารถ ที่องค์กรจะเปิดรับสมัคร เพื่อให้ได้บุคคลที่เหมาะสมกับงานและองค์กรมากที่สุด

3. การกำหนดคุณสมบัติ รายละเอียดคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่ต้องการ เช่น การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เป็นต้น

4. วิธีการสรรหา ประกาศรับสมัครบุคลลากร รวมไปถึงจำนวนบุคคลกรที่ต้องการรับสมัคร เพื่อดึงดูดให้บุคคลเข้ามาสมัครงานและเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกบุคคลต่อไป

ขั้นตอนการสรรหาบุคลากรถือเป็นขั้นตอนสำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสรรหาบุคคลที่จะเข้ามาเป็นบุคลากรซึ่งมีความสามารถ ทักษะตรงกับงานซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีบุคลกรที่สามารถปฏิบัติงาน และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานได้

การคัดเลือกบุคคล

พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การคัดเลือกบุคคล ประกอบด้วย การต้อนรับผู้สมัคร การสัมภาษณ์กลั่นกรองเบื้องต้น การกรอกใบสมัคร การทดสอบเพื่อการจ้างงาน การสัมภาษณ์เพื่อการจ้างงาน การตรวจสอบประวัติและจดหมายรับรอง การตรวจสุขภาพร่างกาย และการตัดสินใจจ้างงาน

นอกจากขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรแล้ว องค์กรจะต้องมีเกณฑ์ในการ พิจารณาคัดเลือกบุคลากร ซึ่งเกณฑ์ทั่วไปที่ใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือก ประกอบด้วย สมรรถภาพทางกาย การศึกษาและการเข้ารับการอบรม เชาว์ปัญญา ทักษะ ประสบการณ์จากการทางาน อายุ เพศ บุคลิกภาพ ความคิดริเริ่ม ความถนัด ทัศนคติที่มีต่อนายจ้าง ความคาดหวังของผู้สมัคร ความสามารถในการพัฒนาตนเอง และสภาพแวดล้อมอื่นๆ

ดังนั้นขั้นตอนการสรรหาบุคคลและคัดเลือกบุคคล ไม่ว่าจะดำเนินการผ่านองค์กรโดยตรงเองหรือผ่านช่องทางอื่นๆ ก็ตาม ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการบริหารจัดการทุนมนุษย์ เพื่อที่จะแสวงหาดึงดูดบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการและเหมาะสมกับตำแหน่งลักษณะงานขององค์กรให้มาสมัครเข้าทำงานกับองค์กร

2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านการจูงใจ (Motivation Theory)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจูงใจ เช่น ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs), ทฤษฎีแรงจูงใจ อี อาร์ จี (ERG Theory), และทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzberg' Two - Factor Theory) เป็นต้น เป็นแนวคิดทฤษฎีที่สนับสนุนแนวคิดการจัดการทัพยากรมนุษย์ ด้วยการให้ความสำคัญ คุณค่า แก่บุคลากรในองค์กร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงานตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาของผลประกอบการ การดำเนินงานของธุรกิจจากการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ ในสภาวะเศษฐกิจตกต่ำได้ (Aston Centre for Human Resources Management, 2008)

2.2.1 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzberg' Two - Factor Theory)

Herzberg (1959 อ้างถึงใน พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์, 2559 และ จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์, 2562) ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzberg' Two - Factor Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (motivating factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ ความตั้งใจในการทำงานซึ่งจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน (Intrinsic) เป็นเรื่องของความรู้สึกที่จะก่อให้เกิดแรงจูงใจ เพิ่มความพึงพอใจ ในการทำงาน เช่น เงิน ความก้าวหน้าในงาน ความสำเร็จในงาน เป็นต้น

2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factors) หรือ ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) เป็นปัจจัยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานโดยตรง ไม่สามารถใช้ในการจูงใจให้เกิดการทำงานได้ แต่จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก (Extrinsic) สภาพแวดล้อมงาน ที่จะช่วยให้เกิดความพอใจในการทำงาน เสริมศักยภาพให้การทำงานมีประสิทธิภาพ เพิ่มผลผลิตได้ เช่น สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์กับคนในที่ทำงาน เป็นต้น

กลไกการทำงานของทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Herzberg' Two – Factor Theory) หากองค์กรมีการวางกลยุทธ์ตอบสนองบุคลากรด้วย ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factors) หรือ ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกเป็นที่พอใจในงาน แล้วใช้ปัจจัยจูงใจ (motivating factors) ช่วยในการจูงใจจนเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้

2.2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจูงใจในการเลือกงาน

2.2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในงานวิจัยนี้จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านเพศ, ปัจจัยด้านอายุ, ปัจจัยด้านระดับการศึกษา, ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน, และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

ปัจจัยด้านเพศ

จากงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ไม่แตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรม ไม่แตกต่างกัน

และงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา ไม่แตกต่างกัน

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างกัน โดยเพศหญิง มีแนวโน้มที่จะเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง มากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์ (2562) พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความเห็น ที่มีผลต่อ ปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโปรแกรมเมอร์กับองค์กรธุรกิจ แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการให้ระดับความเห็นในปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานมากกว่าเพศชาย

และงานศึกษาวิจัยของ Lorena Ronda, Carmen Abril, และ Carmen Valor (2020) พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกงาน แตกต่างกัน โดยผู้สมัครงานเพศหญิง มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ การสมัครงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability-oriented applicants) มากกว่าเพศชาย เนื่องจาก ผู้สมัครงานเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อ จริยธรรมในการทำงาน (Ethical issues), กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility)
เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเพศ (Sex) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านอายุ

จากงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ไม่แตกต่างกัน
ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ Lorena Ronda, Carmen Abril, และ Carmen Valor (2020) พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกงาน แตกต่างกัน โดยผู้สมัครงานอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี (Generation Z) มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ การสมัครงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability-oriented applicants) มากกว่า ผู้สมัครงานที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี, 36 – 45 ปี, 46 – 55 ปี, และอายุมากกว่า 56 ปี เนื่องจาก ผู้สมัครงาน อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี (Generation Z) ให้ความสำคัญต่อ มาตรฐานจริยธรรมและความยั่งยืนในการทำงาน (Ethical and Sustainability standards) มากกว่า เงินเดือน และทรัพย์สินทางวัตถุ (Salaries and Material possessions)

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุ (Age) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

จากงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา ไม่แตกต่างกัน

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคล

ธัญบุรี แตกต่างกัน โดยผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี มากกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรม แตกต่างกัน โดยที่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานน้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3

และงานศึกษาวิจัยของ Guodong Ni, Huaikun Li, Tinghao Jin, Haibo Hu, และ Ziyao Zhang (2022) พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การพึงพอในใจการทำงานแตกต่างกัน เนื่องจาก คนงานก่อสร้างที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศจีน (NGCW) ให้ความสำคัญต่อการเลือกอาชีพ โดยกระบวนการคิด ลักษณะส่วนบุคคล, ทักษะความสามารถ, ลักษณะงาน, การพัฒนาอาชีพ, เงินเดือนและรางวัล, ด้านการคุ้มครองสิทธิ, สภาพแวดล้อมทางสังคม, ด้านความสมดุลระหว่างงานและครอบครัว ได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระดับการศึกษา (Education) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

จากงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีรายได้อยู่ในช่วงที่สูง คือ มากกว่า 150,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มี รายได้น้อยกว่า 150,000 บาท

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 26,000 – 30,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี มากกว่า ผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 20,000 – 20,500 บาท 15,000 – 19,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

จากงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า อายุงานหรือประสบการณ์ในการทำงาน (จากที่ทำงานเดิม) ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยา

เอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 3 -5 ปี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน (Work experience) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

2.2.2.2 แนวคิดทฤษฎีปัยจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

ปัจจัยปัยจัยด้านการจูงใจในงานวิจัยนี้จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, ปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคม และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

จากงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผล ต่อระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานคาดหวังจะได้รับผลตอบแทนทั้งในรูปแบบเงินเดือน โบนัส ค่าล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล วันลาพักร้อน และอัตราการปรับขึ้นของเงินเดือนในระดับที่เหมาะสมกับความทุ่มเท

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผลตอบแทนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เป็นสิ่งที่ผู้สาเร็จการศึกษาคาดหวังจากการปฏิบัติงาน หากองค์กรใดให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อความรู้ ความสามารถ และหน้าที่ความรับผิดชอบของตน ย่อมส่งผลให้ผู้สาเร็จการศึกษาตัดสินใจเลือกทางานกับองค์กรนั้น รวมทั้งค่าตอบแทนที่เหมาะสม ยังเป็นเครื่องมือดึงดูดบุคลากรให้เข้ามาร่วมงานกับองค์กรและช่วยรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้อยู่กับองค์กรต่อไปด้วย

และงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านการให้รางวัลและการยอมรับ ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การที่องค์การมีระบบค่าตอบแทนที่เหมาะสม ทั้งค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน เช่นเงินเดือน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส และค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การชื่นชมยอมรับในการทำงาน รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจด้วยคุณค่าและความรู้สึกเป็นสิ่งที่สาคัญของผู้สมัครงาน เพราะค่าตอบแทนถือเป็นสิ่งที่สาคัญในการตัดสินใจเลือกทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การได้รับการสนับสนุนการปฏิบัติงานที่ดี และการได้รับการดูแลเอาใจใส่รวมทั้ง

ความช่วยเหลือในการทำงานเป็นปัจจัยที่ผู้สมัครงานให้ความสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ผู้สมัครงานที่ต้องการทำงานในองค์การที่มีการสนับสนุนการปฏิบัติงานทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวในการทำงาน เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงาน อิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่บุคลากรมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้เงินเดือนในระดับที่ต้องการที่สูงกว่าที่อื่น มีรายได้รวมเป็นที่น่าดึงดูดใจ และรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กร

และงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และพนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ได้รับสวัสดิการที่ดี เช่น สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลให้สามี หรือลูกได้ หรือสามารถที่จะกู้เงินได้โดยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ เป็นต้น

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติหน่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การที่มีวิถีการทำงานที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ มาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบ E-Ordering หรือระบบติดตามสถานะการขนส่งโดยใช้ GPRS

และงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านเกื้อกูล มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน เช่นการจัดทริปไปต่างประเทศ จึงทำให้เกิดเป็นความคาดหวังของผู้แทนยาที่ตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนนั้นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรเอกชน ที่ได้รับความคุ้มครองในด้านความมั่นคงปลอดภัย เช่น การมีประกันชีวิตหรือค่ารักษาพยาบาลให้เมื่อเจ็บป่วย เงินบำเหน็จสำหรับผู้ที่เกษียณอายุ เป็นต้น

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน มีผล ต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งด้วยความยุติธรรม มีการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับปริมาณงาน

และงานศึกษาวิจัยของ Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, และLestari Adhi Widyowati (2022) พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน มีผลต่อ ความตั้งใจที่จะสมัครงาน เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับ การเลือกอาชีพ ที่มี ความมั่นคงในงาน (work security), มีการสนับสนุนการพัฒนาในการทำงาน (Coaching manager), มีสวัสดิการที่ดี โดยเฉพาะประกันสุขภาพ (Health Insurance)

รวมไปถึงงานศึกษาวิจัยของ จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์ (2562) พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก พนักงานโปรแกรมเมอร์ ให้ความสำคัญต่อ การเลือกทำงานในองค์กรที่มีนโยบายส่งพนักงานไปทำงานยังสาขาต่างประเทศ

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านการให้รางวัลและการยอมรับ ไม่มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจากไม่ได้เป็นปัจจัย ที่พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก นำมาใช้ในการพิจารณาในการเลือกสมัครงาน

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

จากงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน ส่งผล ต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานคิดว่า องค์กรมีความมั่นคง และถ้าตนได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐาน ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไป ปัจจัยดังกล่าวจะดึงดูดให้ผู้สมัครต้องการทำงานกับองค์กรนั้นๆ

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก องค์กรที่มีความมั่นคง มีโอกาสเติบโตในอนาคต และผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสที่จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไปหากได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงาน

และงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และพนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีความมั่นคง

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, และLestari Adhi Widyowati (2022) พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน มีผลต่อ ความตั้งใจที่จะสมัครงาน เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับ การเลือกอาชีพ ที่มี

ความมั่นคงในงาน (work security), มีการสนับสนุนการพัฒนาในการทำงาน (Coaching manager), มีสวัสดิการที่ดี โดยเฉพาะประกันสุขภาพ (Health Insurance)

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ Wendy Colleen Farrell และ Tipnuch Phungsoonthorn (2020) พบว่า โดยปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรมและค่านิยมที่มีความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน ให้ค่านิยมในการทำงานที่มีการกำหนดเป็นขั้นตอน ชัดเจน มีกฎและระเบียบในการดำเนินงาน นิยมการทำงานลักษณะ แบบกลุ่ม หรือทีม ที่ช่วยและร่วมกันตัดสินใจ ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทางปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน หรือ UA - Uncertainty Avoidance มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น

ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

จากงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและการเรียนรู้ ส่งผลต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การที่งานมีความน่าสนใจ ท้าทายความสามารถ พนักงานมีอานาจ ความรับผิดชอบในงาน และมีอิสระในการเลือกวิธีปฏิบัติงาน รวมทั้งพนักงานมีโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของรวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) พบว่า ปัจัยโอกาสในการเรียนรู้พัฒนาและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ โอกาสในการเรียนรู้ อบรม พัฒนา อย่างต่อเนื่อง และเท่าเทียม

และงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ด้านการสรรหาและการพัฒนาบุคลากร มีผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าทำงาน เนื่องจาก เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อการพัฒนาระบบการคัดเลือกผู้สมัครเข้าทำงาน สนับสนุนการพัฒนาความรู้ความรู้ความสามารถ อบรม และศึกษาดูงานและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021) พบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนา มีผลต่อ ความตั้งใจในการสมัครงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงาน นั้น ให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง รู้สึกมีคุณค่าและมั่นใจในการเป็นตัวเอง เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และสามารถนำประสบการณ์การทำงานต่างๆ มาปรับใช้ในการทำงานในอนาคตอย่างเต็มความสามารถ

และงานศึกษาวิจัยของ Nazifah HUSAINAH, Siti HAFNIDAR, และ Nandan LIMAKRISNA (2022) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อ ความพึงพอใจใน

งาน Generation Z ให้ความสำคัญกับ ความเชื่อมั่นในตนเองและสามารถกระตุ้น จูงใจ ให้ตัวเองสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานน่าสนใจ มีผล ต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และ พนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ ลักษณะงานและขอบเขตของงานดูมีความน่าสนใจ และท้าทายความสามารถของตนเอง

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ไม่ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจากองค์การไม่มีความโดดเด่นในเรื่องการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาของพนักงานที่ชัดเจน ทำให้ไม่ได้เกิดความคาดหวังกับองค์การในส่วนนี้

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า ความเป็นอิสระและความคิดสร้างสรรค์ ไม่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก สัมพันธภาพในที่ทำงาน ไม่ได้เป็นปัจจัย ที่นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ นำมาใช้ในการพิจารณาในการเลือกสมัครงาน

และงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ไม่มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจากไม่ได้เป็นปัจจัย ที่พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก นำมาใช้ในการพิจารณาในการเลือกสมัครงาน

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Description, Learning and Development) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

จากงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ดี มีความเป็นธรรมขององค์การ มีส่วนสาคัญที่ทาให้ผู้สมัครงานเลือกสมัครงานและเข้าทำงานกับองค์การ

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ไม่มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจากไม่ได้เป็นปัจจัย ที่พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก นำมาใช้ในการพิจารณาในการเลือกสมัครงาน

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

จากงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและการเรียนรู้ ส่งผลเชิงลบต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานอาจเกิดความรู้สึกกดดันและก่อให้เกิดความเครียดแก่พนักงาน ในกรณีที่บริษัทมีการกำหนดเงื่อนไขในการเลื่อนตำแหน่ง หรือการที่องค์กรมีแผนการส่งพนักงานไปทำงานยังสาขาต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อาจจะก่อให้เกิดความเครียดในแง่ที่พนักงานอาจจะยังไม่พร้อมที่จะเติบโตไปกับตำแหน่งงานที่องค์กรหยิบยื่นให้

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงาน มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่บุคลากรมีโอกาสพัฒนาศักยภาพก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้เงินเดือนในระดับที่ต้องการที่สูงกว่าที่อื่น มีรายได้รวมเป็นที่น่าดึงดูดใจและรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กร

และงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) พบว่า ปัจจัยด้านโอกาสในการก้าวหน้า มีผล ต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และ พนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ โอกาสในการก้าวหน้า มีโครงสร้างตำแหน่งงานที่ชัดเจน ให้พนักงานสามารถที่จะวางแผนอนาคตในหน้าที่การงานได้ มีตำแหน่งให้พนักงานได้ขึ้นไปเรื่อยๆ มีการปรับขึ้นตาแหน่งทุกปี

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ การเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างเท่าเทียม มีโอกาสการเจริญ เติมโตในหน้าที่การงานที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

จากงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียง มีผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าทำงาน เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขององค์กร ที่บุคลกรและลูกค้าขององค์กรสามารถรับรู้ดีทั้งทางตรงและทางอ้อม

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงองค์กรและการสนับสนุนบุคลากร มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้

ความสำคัญต่อ ชื่อเสียงขององค์กรไม่ว่าจะในด้านเป็นที่รู้จักทั้งภายในและภายนอกประเทศ ให้ความสำคัญแก่บุคลากร

และงานศึกษาวิจัยของ นายขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงองค์การส่งผล ต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์การที่ดี ทั้งในเรื่องความมั่นคงและมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงสินค้าและการบริการขององค์การ มีผลต่อการสมัครงานและเลือกเข้าทางานของผู้สมัครงาน

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) พบว่า ชื่อเสียงองค์กร มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และพนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลานาน

และงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติชื่อเสียงภายนอก มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การมีชื่อเสียง และได้รับรางวัลระดับประเทศมากมาย เช่น ด้านการจัดการ บรรษัทภิบาล นโยบายการจ่ายปันผลที่ยอดเยี่ยม

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงองค์การและค่านิยม มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ชื่อเสียงขององค์กรด้านที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ให้ความสำคัญกับการเน้นความสัมฤทธิ์ผล ให้ความสำคัญกับบุคลากรการได้มีเกียรติยศ ได้รับการยกย่องในการทำงานกับองค์กร โดยหากทำงานอย่างเต็มความสามารถผลงานมาตรฐานจะสามารถปฏิบัติงานไปได้ตลอด

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงองค์กร ไม่ส่งผลต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรไม่ได้เป็นปัจจัยที่ผู้สมัครงานนำมาใช้ในการพิจารณาเลือกเข้าทำงานในองค์กร หากหลายๆ องค์กรที่ผู้สมัครงานมีความสนใจมีขนาด และชื่อเสียงอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การทำงานแบบเป็นพี่เป็นน้อง มีความร่วมมือและช่วยเหลือกัน จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้พนักงานต้องการเลือกทำงานกับองค์กรนั้นๆ

ซึ่งสอดคล้องกับของ ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) พบว่า ปัจจัยด้านปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกอาชีพ เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ การทำงานร่วมกันให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผู้บังคับบัญชาให้คำแนะนำและการช่วยเหลือเป็นอย่างดี

และงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติการจัดการทีมงาน มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การทำงานเป็นทีม เน้นหลักการบริหารบนลงล่าง และล่างขึ้นบน การเปิดโอกาสให้พนักงานทำโปรเจคร่วมกัน โดยเน้น Cross functional team ร่วมกันปรับปรุงระดมสมอง โดยสามารถรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อจากเพื่อนพนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ด้านมิติการสื่อสารภายในองค์การ มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การจัดการสื่อสารในทุกระดับ พนักงานสามารถเข้าใจสถานการณ์ และกลยุทธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) พบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่หัวหน้างานเข้าใจและยอมรับฟังความคิดเห็นและให้ความเป็นธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชาเท่าเทียมกัน และการทำงานในองค์กรที่เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

และงานศึกษาวิจัยของ Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021) พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมสังคม มีผลต่อ ความตั้งใจในการสมัครงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงาน นั้น ให้ความสำคัญกับ การที่นายจ้างมอบสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี สนุก และมีความสุขให้กับลูกจ้าง นอกจากนี้ผู้สมัครงานยังต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาที่สนับสนุนกันและกันในการทำงาน

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ Wendy Colleen Farrell และ Tipnuch Phungsoonthorn (2020) พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับจากสังคม ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม ให้ความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกัน พึ่งพาระหว่างกัน ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทางปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม หรือ COL - Collectivism มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ ความเท่าเทียมในสังคม โดย Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่ ปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม

ในเรื่องของอำนาจ หรือ PD - Power Distance มีค่าต่ำ ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น

และงานศึกษาวิจัยของ Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, และ Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) พบว่า ปัจจัยด้านความหลากหลาย มีผลต่อ การดึงดูดการเข้าทำงาน เนื่องจาก เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับความหลากหลายในที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ตำแหน่งงาน ความสามารถ เชื้อชาติและวัฒนธรรม รวมไปถึงงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ เต็มความสามารถ ให้การยอมรับ ความช่วยเหลือ รับฟังความเห็น มีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมากนัก
ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า สัมพันธภาพในที่ทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก สัมพันธภาพในที่ทำงาน ไม่ได้เป็นปัจจัย ที่นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ นำมาใช้ในการพิจารณาในการเลือกสมัครงาน
เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยม ส่งผล ต่อระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล มีศักดิ์ศรีได้รับเกียรติจากการทำงาน

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) พบว่า ปัจจจัยด้านด้านทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกอาชีพ เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ ความภาคภูมิใจของครอบครัวที่มีต่ออาชีพที่เลือกทำงาน เป็นอาชีพที่มีเกียรติ และตรงกับความชอบส่วนบุคคล

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านบรรยากาศและการบริหารองค์กร มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ปรับตัวทันกระแสสังคมและกระแสโลก เปิดกว้างทางความคิดโดยพนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ให้อิสระในการทำงาน ไม่ตีกรอบ ให้คุณค่ากับพนักงานมากกว่าผลกำไร ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความทุ่มเทของพนักงาน ให้ความเท่าเทียม ไม่มีอคติ และเป็นองคกรที่ทำให้พนักงานได้รับการยอมรับในสังคม

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณภาพการบริหาร มีผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าทำงาน เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อจริยธรรมในการบริหาร มีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ความสำคัญต่อบุคลากรในองค์กร และสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากร มีการให้ผลตอบแทนสวัสดิการที่เหมาะสม เหมาะสม มีมาตรการการป้องกันความปลอดภัยด้านร่างกายและสุขภาพจิต

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติคุณค่าและความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคม มีผล ต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การทำ CSR ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เช่น การสร้างฝาย การสร้างบ้านปลา การรณรงค์ประหยัดพลังงาน และได้รับรางวัล EIA Monitoring Award ทุกปี ในฐานะอุตสาหกรรมที่ดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างดีเยี่ยม

และงานศึกษาวิจัยของ Thang Nguyen Ngoc, Mai Viet Dung, Chris Rowley, และ Mirjana Peji´c Bach (2022) พบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมเพื่อสังคม มีผลต่อ ความคาดหวังและความตั้งใจในการหางาน เนื่องจาก ผู้หางาน Generation Z นั้น ให้ความสำคัญกับ การรับผิดชอบต่อสังคมและสภาพแวดล้อมที่มีขององค์กร เช่น การทำองค์สีเขียว โดยการลดการใช้หลอดพาสติกมาเป็นหลอดกระดาษ การนำถุงพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำ เป็นต้น โดยการทำ CSR ขององค์กรจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดให้ Generation Z เข้าไปสมัครงาน

อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, และ Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) พบว่า ปัจจัยด้านจริยธรรม และกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ Ethics and CSR มีผลต่อ การดึงดูดการเข้าทำงาน เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ จริยธรรม ความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าและความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคม ไม่ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก องค์การไม่มีภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) อย่างจริงจังและไม่ได้มีการสื่อสารไปสู่ภายนอกผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อโฆษณา หนังสือรายงานประจำปีขององค์การ เป็นต้น

เนื่องจากการศึกษาวิจัยข้างต้นแสดงผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกันทั้งหมดจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making Process)

โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการพิจารณาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆทางเลือก เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ตัดสินใจว่าหมายถึง การตกลงใจ โดยประเด็นหลักๆ ของการตัดสินใจจะมีประเด็นดังต่อไปนี้

1. การตัดสินใจเป็นกระบวนการ ที่ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ แล้วจึงตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งจะต้องมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ออกแบบ และเลือก เพื่อให้สามารถเลือกทางเลือกที่ที่ดีสุดได้

2. การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับทางเลือก เป็นการสร้างทางเลือกให้มากที่สุด เพื่อเป็นการเปิดโอกาสที่จะพบทางเลือกที่ดีกว่า ผู้บริหารที่ดีจึงจำเป็นที่จะต้องฝึกฝนการสร้างทางเลือกที่มากขึ้นด้วยวิธีการคิดแบบริเริ่ม และสร้างสรรค์

3. การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร จะเกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร ซึ่งในระดับองค์กรนั้น การตัดสินใจในผู้บริหารแต่ละระดับจะมีอำนาจและหน้าที่แตกต่างกัน ผู้บริหารระดับสูงจะตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ผู้บริหารระดับกลางจะตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการ เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารระดับต้นจะตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่ทำให้การดำเนินงานเสร็จตามระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้

กระบวนการตัดสินใจ

Simon (1960 อ้างถึงใน โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี, 2560) กล่าวว่ากระบวนการในการตัดสินใจนั้น ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาข่าวสาร (Intelligent Activity) เป็นการค้นหาข้อมูล ข่าวสารต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ

2. กิจกรรมออกแบบ (Design Activity) เป็นการดำเนินการค้นหา และวิเคราะห์ทางเลือกต่างๆ ที่จะเป็นทางออกของปัญหาที่ต้องทำการตัดสินใจ

3. กิจกรรมเลือก (Choice Activity) เป็นการดำเนินการตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง ที่มีความเป็นไปได้จากหลายๆ ทางเลือกที่มีอยู่

4. ขั้นประเมินและทบทวน (Review Activity) เป็นการประเมินถึงผลลัพธ์จากทางเลือกที่ได้เลือกไว้แล้ว ว่าจะส่งผลอย่างไรตามมา

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546 อ้างถึงใน ธีรยุทธ แก้วเกร็ด, 2561) กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ระบุปัญหา (Identify a Problem) ปัญหาคือความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่เราต้องการจะให้เป็น

ขั้นที่ 2 ระบุเกณฑ์ที่จะใช้ตัดสินใจ (Identifying Decision Criteria) คือปัจจัยที่เป็นเหตุสัมพันธ์กับการตัดสินใจ (Relevant in Making a Decision)

ขั้นที่ 3 กำหนดน้าหนักให้กับเกณฑ์เหล่านั้น (Allocation Weights to the Criteria) เป็นเรื่องของการกำหนดน้ำหนักให้กับเกณฑ์ที่กาหนดขึ้นมากน้อยแตกต่างกันไปตามความสาคัญ โดยให้น้ำหนักมากกับเกณฑ์ที่สาคัญต่อการตัดสินใจ

ขั้นที่ 4 กำหนดทางเลือก (Developing Alternatives) ซึ่งอาจมีหลายๆ ทางเลือกในการแก้ไขปัญหานั้น

ขั้นที่ 5 วิเคราะห์ทางเลือก (Analyzing Alternatives) นาทางเลือกเหล่านั้นมา วิเคราะห์ถึงข้อดีข้อเสียโดยละเอียดแต่ละทางเลือก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือก ทางเลือกในขั้นที่ 6 ต่อไป

ขั้นที่ 6 เลือกทางเลือก (Selecting an Alternative) ที่ดีที่สุดจากทางเลือกทั้งหลาย

ขั้นที่ 7 ดำเนินการตามทางเลือก (Implementing the Alternative) การตัดสินใจจะไม่สมบูรณ์หากไม่ได้มีการดำเนินการติดตามมา

ขั้นที่ 8 ประเมินผลการตัดสินใจ (Evaluation Decision Effectiveness) เพื่อประเมินว่าทางเลือกที่เลือกมาได้สามารถแก้ปัญหา หรือปัญหาที่มีอยู่ได้รับการแก้ไขเรียบร้อยเพียงใด

จากแนวคิด แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการพิจารณาในการตัดสินใจของบุคคล หากองค์มีความเข้าในการกระบวนการพิจารณาในการตัดสินใจของบุคคลก็จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์กระบวนการสรรหาและคัดเลือก ที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคคลพิจารณาตัดสินใจที่จะเข้าทำงานในองค์กรต่อไปได้

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ (Career Selection)

Nazifah HUSAINAH, Siti HAFNIDAR, and Nandan LIMAKRISNA (2022) กล่าวว่าในการเลือกอาชีพ (Career Selection) ทุกคนมีทางเลือกอาชีพของตนเองตามความสนใจความสามารถของตนเองในการเลือกอาชีพ ประกอบกับการเลือกอาชีพจากความสามารถส่วนบุคคลและความสามารถสามารถสร้างความพึงพอใจในงานสูงสุด เมื่อเทียบกับทางเลือกของผู้ปกครองและการพิจารณาอื่นๆ เช่น สิ่งแวดล้อม และค่านิยมส่วนบุคคล ซึ่งสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกอาชีพ แต่ไม่ได้สร้างความพึงพอใจให้มากขึ้นตามลักษณะและค่านิยมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะเป็นต้น คำแนะนำของผู้ปกครองในการเลือกอาชีพมีอิทธิพลแต่ไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในงาน

Holland (1973, pp. 2-10 อ้างถึงใน โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี, 2561) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยจอห์นฮอพคิน ได้สร้างทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ โดยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้ คือ

1. การเลือกอาชีพ เป็นการแสดงออกถึงบุคลิกภาพของบุคคล ซึงสะท้อนออกมาใน ความสนใจในอาชีพ บุคลิกภาพในการทำงาน การใช้เวลาว่าง และงานอดิเรก

2. การสำรวจความสนใจในอาชีพ เป็นการวัดบุคลิกภาพของบุคคล

3. การเลือกประกอบอาชีพ ถ้าบุคคลเลือกประกอบอาชีพจากประวัติและบุคลิกภาพของตน อาชีพอย่างเดียวกันนั้น จะดึงดูดความสนใจของบุคคลที่มีบุคลิกภาพหรือลักษณะที่ตรงหรือคล้ายคลึงกัน

ทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพของฮอลแลนด์ สร้างขึ้นจากความคิดพื้นฐาน 4 ประการ

1. บุคลิกภาพของบุคคล แบ่งตามความสนใจในอาชีพ เป็น 6 ลักษณะคือ

1.1 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบจริง (Realistic) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานช่างฝีมือและกลางแจ้ง

1.2 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบที่ต้องใช้เชาว์ปัญญาและความคิดนักวิชาการ (Investigative) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานวิทยาศาสตร์และเทคนิค

1.3 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบศิลปิน (Artistic) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานศิลปะ ดนตรีและวรรณกรรม

1.4 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบบริการสังคมและชอบสมาคม (Social) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานบริการการศึกษาและสังคม

1.5 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบกล้าคิดกล้าทำ เป็นผู้นำ ชอบกิจกรรมี่เกี่ยวข้องกับการวางแผน หรือ ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ (Enterprising) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานจัดการและค้าขาย

1.6 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบมีระเบียบแบบแผน (Conventional) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานสำนักงานและเสมียน

ซึ่งลักษณะบุคลิกภาพ เป็นผลมากจากการผสมผสานระหว่าง วัฒนธรรมและแรงผลักดันส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย ตระกูล บิดามารดา ระดับชั้นทางสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประสบการณ์เหล่านี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ที่จะเปลี่ยนเป็นความสนใจ ซึ่งนำไปสู่ความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งความสนใจและความสามารถเฉพาะด้านนี้จะเป็นตัวกำหนดให้เกิดบุคลิกภาพ ลักษณะการคิด การรับรู้ และการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของบุคคล

2. สิ่งแวดล้อมของบุคคล แบ่งตามความสนใจในอาชีพ เป็น 6 ลักษณะ เช่นเดียวกับกับบุคลิกภาพของบุคคล คือ

2.1 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบจริง (Realistic) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานช่างฝีมือและกลางแจ้ง

2.2 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบที่ต้องใช้เชาว์ปัญญาและความคิดนักวิชาการ (Investigative) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานวิทยาศาสตร์และเทคนิค

2.3 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบศิลปิน (Artistic) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานศิลปะ ดนตรีและวรรณกรรม

2.4 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบบริการสังคมและชอบสมาคม (Social) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานบริการการศึกษาและสังคม

2.5 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบกล้าคิดกล้าทำ เป็นผู้นำ ชอบกิจกรรมี่เกี่ยวข้องกับการวางแผน หรือ ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ (Enterprising) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานจัดการและค้าขาย

2.6 กลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบมีระเบียบแบบแผน (Conventional) เป็นลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภท งานสำนักงานและเสมียน

โดยสิ่งแวดล้อมของบุคคล จะถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพ ที่แสดงออกมาให้เห็นถึง ปัญหา ความกดดันบางประการ ความสนใจ ความถนัด ซึ่งหากบุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน ก็จะมีความสนใจ และความถนัดที่แตกต่างกัน บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะเข้าหาบุคคล สภาพแวดล้อม สิ่งต่างๆ ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน ซึ่งบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีอะไรที่คล้ายคลึงกัน

3. สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออานวยของบุคคล บุคคลจะค้นหาสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการฝึกฝนทักษะและการใช้ความสามารถของบุคคล ที่เปิดโอกาสให้บุคคลได้แสดงทัศนคติ ค่านิยม และบทบาทของบุคคลออกมา

4. พฤติกรรมของบุคคล จะถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคล ซึ่งเมื่อทราบถึงบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคล จะทำให้ทราบถึง การเลือกอาชีพ การเปลี่ยนงาน ความสำเร็จในอาชี ความสามารถเฉพาะด้าน พฤติกรรมทางการศึกษาและสังคม

นอกจากความคิดพื้นฐาน 4 ประการข้างต้น ฮอลแลนด์ยังมีแนวคิดปลีกย่อยเพิ่มเติมอีก 4 ประการ คือ

1. ความสอดคล้อง (Consistency) บุคลิกภาพบางลักษณะมีความสอดคล้องกัน เช่น บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานช่างฝีมือและกลางแจ้ง จะสอดคล้องกับ บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพงานวิทยาศาสตร์และเทคนิค หรือ บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานสำนักงานและเสมียน จะสอดคล้องกับ บุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทงานศิลปะ ดนตรีและวรรณกรรม เป็นต้น

2. ความแตกต่าง (Differentiation) โดยปกติแต่ละบุคคลจะมีบุคลิกภาพที่เด่นชัดอยู่ลักษณะหนึ่ง แม้จะมีบุคคลิกภาพลักษณะอื่นๆ รวมอยู่ด้วยก็ตาม แต่ในบางบุคคลอาจจะมีบุคลิกภาพลักษณะต่างๆ ที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกันมาก จึงทำให้ยากต่อการระบุถึงลักษณะของบุคลิกภาพที่เด่นชัดของบุคคลนั้น

3. ความเหมาะสม (Congruence) ลักษณะบุคลิกภาพและสิ่งแวดล้อมบุคคลต้องมีความเหมาะสมกัน เช่น สิ่งแวดล้อมของผู้มีความสนใจประเภทงานศิลปะดนตรีและวรรณกรรม ย่อมเหมาะสมกับลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจอาชีพประเภทนี้ มากกว่าลักษณะบุคลิกภาพของผู้มีความสนใจประเภทอื่นๆ

4. การคาดคะเน (Calculus) การที่บุคคลมีลักษณะบุคคลิกภาพลักษณะหนึ่ง จะทำให้สามารถคาดคะเนถึงลักษณะบุคคลิกภาพอื่นได้อีกด้วย เนื่องจากลักษณะบุคลิกภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวสดล้อมบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กันในแบบที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด

จากแนวคิด ทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะบุคลิกภาพ แรงจูงใจ ความรู้ และความสามารถที่สอดคล้องกับความสนใจในการเลือกอาชีพ ความสามารถ ทักษะในการทำงานที่แต่ละบุคคลมีจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์ในกระบวนการสรรหาและคัดเลือก เพื่อกำหนดลักษณะของบุคลากรที่มีลักษณะตามองค์กรต้องการซึ่งมีความสนใจในการเข้าทำงานกับองค์กรต่อไปได้

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory)

การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและประชากรโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ภายในหนึ่งองค์กรจะต้องมีการจ้างบุคลากรที่มีความหลากหลายทางเจเนอเรชันมาทำงานร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งในความหลากหลายทางเจเนอเรชันนี้ แสดงออกมาให้เห็นผ่านทาง คุณลักษณะ นิสัย ความคิด ค่านิยม การให้คุณค่าที่แตกต่างกัน ความเชี่ยวชาญ ความยืดหยุ่น ไปจนถึงแนวทางการปฏิบัติงาน หากผู้บริหารไม่สามารถเข้าใจถึงลักษณะธรรมชาติเหล่านี้ของบุคลากรแต่ละเจเนอเรชัน อาจจะก่อให้เกิดอุปสรรคและปัญหาในการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้น การเข้าใจถึงทฤษฎีเจเนอเรชันจะเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยในการสร้าง ปรับปรุง กลยุทธ์เฉพาะที่ประกอบด้วยอัตลักษณ์และค่านิยมขององค์กรมาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคลากรในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้กลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันทางเจเนอเรชันในองค์กรสามารถทำงานร่วมกันเพื่อองค์กรได้ อีกทั้งยังรวมไปถึงการดึงดูด จูงใจ บุคคลภายนอกที่มีศักยภาพเหมาะสมให้ตัดสินใจเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรได้ ในปัจจุบันเจเนอเรชั่นที่ยังคงอยู่ในตลาดแรงงานและทำงานให้กับองค์กรนั้น คือ Baby boomers (เบบี้บูมเมอร์), Generation X (เจเนอเรชัน เอ็กซ์), Generation Y (เจเนอเร

ชัน วาย) และ Generation Z (เจเนอเรชัน ซี) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดของแต่ละเจเนอเรชันได้ดังนี้

ฮูเบอร์ และ ชูเบิร์ต Huber P. และ Schubert H.J., (2019) ได้กล่าวไว้ว่า Baby boomers (เบบี้บูมเมอร์) คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1940 ถึง 1959 (พ.ศ. 2483 ถึง 2502) เติบโตมาในช่วงการฟื้นฟูหลังสงครามซึ่งส่งผลต่อการแสดงออก อุดมการณ์ และความเป็นตัวตน ของกลุ่มคนรุ่นนี้ กลุ่มคนเบบี้บูมเมอร์ เป็นกลุ่มคนที่ชอบปฏิบัติตามขั้นตอน ลำดับ โครงสร้าง พิธีการ ที่ได้มีการกำหนดเอาไว้แล้ว ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของตนเอง สนับสนุนการเลื่อนขั้นตามลำดับอาวุโส ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ยากต่อการเปิดรับเหตุการณ์หรือวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างไปจากที่เคยทราบหรือปฏิบัติ ที่ซึ่งอาจนำมาซึ่งความไม่เต็มใจ ต่อต้านในการที่จะปฏิบัติตามของกลุ่มคนรุ่นนี้ อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้เป็นกลุ่มคนที่มีความอดทนค่อนข้างสูง มีความรับผิดชอบ มีทักษะในการสื่อสารและจัดการกับสถานการณ์ที่ยากลำบากได้อย่างดี

อิลฮาน Ilhan U.D. (2020) ได้กล่าวไว้ว่า Generation X (เจเนอเรชั่น เอ็กซ์) คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1960 ถึง 1979 (พ.ศ. 2503 ถึง 2522) เติบโตมาในช่วงสิ้นสุดสงครามเย็นและเป็นยุคเริ่มต้นของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ รวมไปถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ แม้ว่ากลุ่มคนรุ่นนี้จะสามารถใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสารได้ แต่กลุ่มคนรุ่นนี้จะให้ความสำคัญกับการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-face) และเอกสารฉบับพิมพ์ (Hard-copy) โดยที่ไม่ให้ความเชื่อถือกับแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้ให้ความสำคัญอย่างมากกับสถานภาพความมั่นคง มีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น ชอบการทำงานที่ท้าทาย หลากหลาย และได้พิสูจน์ความสามารถ มีความจงรักภักดีต่อนายจ้างและองค์กร ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้มักเข้าทำงานในองค์กรเดียวเป็นระยะเวลานานๆ หากองค์กรที่อยู่เป็นองค์กรที่อยู่ในระดับที่พวกเขาคิดว่าดีเพียงพอ แม้ว่าจะมีเงื่อนไขใดๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อความต้องการก็ตาม

ซิอูบา และคณะ (2019) ได้กล่าวไว้ว่า Generation Y (เจเนอเรชั่น วาย) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1980 ถึง 1994 (พ.ศ. 2523 ถึง 2537) เติบโตมาในช่วงยุคการเติบโตและความเจริญที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดทางด้านอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงเครือข่ายทางสังคมต่างๆ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้คุ้นเคยกับผลลัพธ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในระยะสั้นๆ ส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นนี้มองเห็นถึงคุณค่าและให้ความสำคัญต่อนวัตกรรม เทคโนโลยี โอกาสในการพัฒนาส่วนบุคคล อิสระในการใช้ชีวิตและการปฏิบัติงาน กลุ่มคนรุ่นนี้ชอบปฏิบัติตามโปรแกรมงานที่มีความยืดหยุ่น ไม่มีกฎเกณฑ์ที่เฉพาะเจาะจงหรือตายตัว โดยเฉพาะงานที่ก่อให้เกิดทักษะใหม่ที่สามารถพัฒนาวิชาชีพได้กลุ่มคนรุ่นนี้จะให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้มักไม่ต้องการที่จะใช้เวลาในการพัฒนา หรือรอเพื่อการเลื่อนขั้นในระยะเวลานานๆ และไม่ลังเลที่จะเปลี่ยนงานหากเกิด

ความไม่พึงพอใจนเงื่อนไขของงาน โดยมองข้ามหรือให้ลำดับความสำคัญในการจงรักภักดีต่อนายจ้างและองค์กรเป็นส่วนน้อย

Rzemieniak M. and Wawer M. (2021) ได้กล่าวไว้ว่า Generation Z (เจเนอเรชั่น ซี) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1995 ถึง 2009 (พ.ศ. 2538 ถึง 2552) กลุ่มคนรุ่นนี้มักถูกเรียกว่า ชาวดิจิทัลโดยกำเนิด (Digital natives) และยังมีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น “Sharing Generation”, “All Technology All Time” generation และ “Born Digital” เติบโตในยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วผ่านเครื่องมือทางเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันไม่เว้นแม้วันหยุด กลุ่มคนรุ่นนี้จึงมีความสามารถในการรวบรวม เปรียบเทียบ และนำข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ ข้อมูลจากแหล่งออนไลน์หรืออฟไลน์ มารวมกันได้อย่างดี ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้ยังถูกเรียกว่า "iGeneration" หรือ "iGen" คำว่า iGen นิยามขึ้นโดย Jean Twenge หมายถึง กลุ่มคนที่ไม่เคยรู้จักช่วงเวลาที่ไม่มีสมาร์ทโฟน

Thang Nguyen Ngoc, Mai Viet Dung, Chris Rowley, and Mirjana Peji´c Bach (2022) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่กลุ่มคน Generation Z ต้องการจากองค์กรและนายจ้างคือ ทัศนคติเชิงบวก เป้าหมายและ คำแนะนำการทำงานที่ชัดเจน มีการอบรมสำหรับการปฏิบัติงาน งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีความหมาย มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในที่ทำงาน สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน การเรียนรู้และการพัฒนาความสามารถ นอกจากนี้ สิ่งที่กลุ่มคน Generation Z ให้ความสำคัญ คือ การที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทั้งนี้กลุ่มคน Generation Z จะมองหาองค์กรและนายจ้างที่มีค่านิยมในการทำงานเช่นเดียวกับตนเอง

Sefa Bulut and Dilara Maraba., (2021) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบัน Generation Z ส่วนหนึ่งยังคงอยู่ในระบบการศึกษาในฐานะนักเรียน นักศึกษาและอีกส่วนหนึ่งได้เข้าสู่ตลาดแรงงานด้วยการเริ่มต้นอาชีพการงานแล้ว โดยกลุ่มคนรุ่นนี้มีนิสัยและลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นเอกลักษณ์ ให้ความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยี มีความเป็นปัจเจกนิยม ต้องการการยอมรับ มีตัวตนในสังคม มีความเป็นผู้ประกอบการ ให้ความใส่ใจเรื่องเงิน การทำงานที่หลากหลายและหรือหลายๆ อย่างไปพร้อมๆ กัน ในขณะที่ต้องการความเป็นอิสระในการทำงานซึ่งสามารถยืดหยุดได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้ก็ยังคงเปิดกว้างทางความคิด รับฟังข้อเสนอแนะ คำแนะนำ ยอมรับในความแตกต่าง ในขณะเดียวกันก็ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work Life Balance) ควบคู่กับจริยธรรมในการทำงานอีกด้วย อันเนื่องมากจาก กลุ่มคนรุ่นนี้เติบโตมากับช่วงเวลาที่สถานการณ์ทางสังคมเศรษฐกิจหรือประวัติศาสตร์ที่หลากหลายแตกต่างกัน ส่งผลให้การรับรู้เกี่ยวกับงานและ

พฤติกรรมการทำงานจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งเหล่านี้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น นิสัยในการทำงาน แรงจูงใจ ความคาดหวังที่พึงประสงค์ ความต้องการการยอมรับ และจรรยาบรรณในการทำงาน เป็นต้น

บวรรัตน์ ธนาฤทธิวราภัค (2561) ได้กล่าวไว้ว่า เจเนอเรชั่น แซด (Generation Z) ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีลักษณะนิสัยคล้ายกับกลุ่มคนเจเนอเรชั่น วาย (Generation Y) คือ ซื่อสัตย์ ช่างคิด มีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่น แต่จะมีความแตกต่างกันตรงที่กลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด (Generation Z) จะมีความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างรวดเร็ว และนิยมหาข้อมูล ความรู้ผ่านเทคโนโลยีที่มีอยู่เสมอ และให้ความสำคัญถึงการแสดงออกความเป็นตัวตน เปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรม ยอมรับความแตกต่างของบุคคล และให้ความสนใจเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ ทั้งในเรื่องเชื้อชาติและเพศ โดยกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด (Generation Z) มักเรียกร้องสิทธิให้แก่ตัวเองและทำเพื่อตัวเองก่อนเสมอ ชอบอิสระเสรี มีความอดทนค่อนข้างต่ำ ทำให้คนกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบการรอคอย

จาก ทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory) แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเจนอเรชั่นในกลุ่มคนวัยทำงานเกิดขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ค่านิยม ความคิด การรับรู้ และความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ดังนั้น หากองค์กรสามารถเข้าใจถึงความต้องการของ กลุ่มคน Generation Z ก็จะสามารถเสริมสร้าง พัฒนา กลยุทธ์ เพื่อให้กลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันทางเจเนอเรชันในองค์กร สามารถทำงานร่วมกันเพื่อองค์กรได้ อีกทั้งยังรวมไปถึงการดึงดูด จูงใจ กลุ่มคน Generation Z ที่เป็นบุคคลภายนอกที่มีศักยภาพเหมาะสมให้ตัดสินใจเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรได้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review)

1. Guodong Ni, Huaikun Li, Tinghao Jin, Haibo Hu, and Ziyao Zhang (2022) ทำการ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของคนงานก่อสร้างที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศจีน (Analysis of Factors Influencing the Job Satisfaction of New Generation of Construction Workers in China (NGCW): A Study Based on DEMATEL and ISM) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการวิศวกรรม (experts in engineering management) จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบการสนทนากลุ่ม (Questionnaire by a focus group discussion), และ Decision-Making Trial and Evaluation Laboratory (DEMATEL Analysis) - Interpretive Structural Modeling (ISM Analysis) Hybrid Modelling (DEMATEL-ISM Hybrid Modelling)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการวิศวกรรม ดำรงค์ตำแหน่งรองศาสตราจารย์ ประจำมหาวิทยาลัย มีประสบการณ์ด้านการจัดการวิศวกรรมระหว่าง 11 – 15 ปี

การใช้แบบสอบถามแบบการสนทนากลุ่ม (Questionnaire by a focus group discussion) กับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการวิศวกรรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความพอใจในงานของ NGCW มีทั้งหมด 12 ตัวแปร แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ลักษณะส่วนบุคคล (Personal traits), ลักษณะงาน (job characteristics), และสภาพแวดล้อมทางสังคม (Social environment) ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มสาเหตุ (Cause group) และกลุ่มผลกระทบ (Effect group) ด้วยโครงสร้างจำลองลำดับชั้นหลายระดับ 4 ระดับชั้น ได้แก่ ระดับชั้นราก (Root layer), ระดับชั้นควบคุม (Controllable layer), ระดับชั้นหลัก (Key layer), และ ระดับชั้นตรง (Direct layer) จากการวิเคราะห์โดย DEMATEL-ISM Hybrid Modelling พบว่าลักษณะส่วนบุคคล (Personal traits) ด้านปัจจัยด้านระดับการศึกษา (Education Level) ส่งผลมากที่สุดต่อความพอใจในงานของ NGCW เนื่องจาก อยู่ในระดับชั้นรากจุดเริ่มต้นของแบบจำลองลำดับชั้น (Root layer) และถือเป็นสาเหตุปัจจัยหลักของปัจจัยอื่นๆ เนื่องจาก ระดับการศึกษา (Education Level) ส่งผลโดยตรงต่อ ลักษณะส่วนบุคคล (Personal traits) ด้านทักษะความสามารถ (Competency) ในระดับชั้นควบคุม (Controllable layer) และ ลักษณะงาน (job characteristics) ด้านการพัฒนาอาชีพ (Career development) และเงินเดือนและรางวัล (Salaries and Rewards) ในระดับชั้นหลัก (Key layer) ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยในระดับชั้นตรง (Direct layer) ได้แก่ลักษณะงาน (job characteristics) ด้านการคุ้มครองสิทธิ (Rights protection) และสภาพแวดล้อมทางสังคม (Social environment) ด้านความสมดุลระหว่างงานและครอบครัว (Work–family balance)

2. Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, and Lestari Adhi Widyowati (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังในการทำงานและความตั้งใจที่จะสมัครงานของ Generation Z ชาวอินโดนีเซีย: บาทบาทของโซเชียลมีเดีย (Indonesian Generation Z Work Expectation and Intention to Apply for Job: Role of Social Media) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยชาวอินโดนีเซียที่ใกล้จบการศึกษา อายุต่ำกว่า 26 ปี จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM - Structural equation modeling)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19 – 21 ปี เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยชาวอินโดนีเซียที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคการศึกษาที่ 6 (6th semester)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจที่จะสมัครงานของ Generation Z ชาวอินโดนีเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 2 ตัวแปร โดยปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน หรือ Work Expectation ส่งผลมากที่สุด (Path Coefficient = 0.388,

t-Value = 8.231, p-value = 0.000) เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับการเลือกอาชีพ ที่มี ความมั่นคงในงาน (work security), มีการสนับสนุนการพัฒนาในการทำงาน (Coaching manager), มีสวัสดิการที่ดี โดยเฉพาะประกันสุขภาพ (Health Insurance) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการใช้โซเชียลมีเดีย หรือ Social Media Usage (Path Coefficient = 0.226, t-Value = 8.231) เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับ ความก้าวหน้า และการเข้าถึงทางเทคโนโลยี ซึ่ง ภาษาทางเทคโนโลยี (tech-language) มีอิทธิผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการสมัครงาน ของ Generation Z ชาวอินโดนีเซีย

3. Nazifah HUSAINAH, Siti HAFNIDAR, and Nandan LIMAKRISNA (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดการรับรู้ความสามารถของตนเอง สู่ความพึงพอใจในงานของ Generation Z (Determinants of Self-Efficacy to Generation Z Job) ที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sample) จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM - Structural equation modeling)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตปกครองเมืองหลวงพิเศษจาการ์ตา ประเทศอินโตนีเซรเซีย (DKI - Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจในงานของ Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง หรือ Self-efficacy ส่งผลมากที่สุด (Path Coefficient = 0.380, P-Value = <0.01) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ ความเชื่อมั่นในตนเองและสามารถกระตุ้น จูงใจ ให้ตัวเองสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จ รองลงมา คือ ด้านความสนใจในอาชีพ หรือ Career Interest (Path Coefficient = 0.275, P-Value = <0.01) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ การตระหนักถึงความสนใจในอาชีพของตน จึงทำให้ Generation Z มีความพึงพอใจในการทำงานของตนมากขึ้นตามมาด้วย และด้านการเลือกอาชีพ หรือ Career selection (Path Coefficient = 0.212, P-Value = <0.01) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ การเลือกอาชีพตามความสนใจ ซึ่งจะทำให้ Generation Z รู้สึกพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น

4. Thang Nguyen Ngoc, Mai Viet Dung, Chris Rowley, and Mirjana Peji´c Bach (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความตั้งใจในการหางานของผู้หางาน Generation Z: หลักฐานเชิงประจักษ์จากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and

emerging economy) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นักศึกษาชั้นปีสุดท้าย จาก 6 มหาวิทยาลัย กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ที่ลงทะเบียนเพื่อหางานทำในกิจกรรมจัดหางานให้นักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 48 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบการสนทนากลุ่ม (Multiple combining questionnaire by a focus group discussion)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 – 22 ปี ไม่มีประสบการณ์การทำงาน

การใช้แบบสอบถามแบบการสนทนากลุ่ม (Multiple combining questionnaire by a focus group discussion) นักศึกษาชั้นปีสุดท้าย จาก 6 มหาวิทยาลัย กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ที่ลงทะเบียนเพื่อหางานทำในกิจกรรมจัดหางานให้นักศึกษามหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังและความตั้งใจในการหางานของผู้หางาน Generation Z ได้แก่ 1. สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working environment) 2. สมดุลชีวิตการทำงาน (Work-life balance) 3. กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) และ 4. ความคาดหวังที่ไม่สมจริง (Unrealistic expectations) โดยปัจจัยด้านกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) ส่งผลมากที่สุดต่อ ความคาดหวังและความตั้งใจในการหางานของผู้หางาน Generation Z

5. Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, and Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) ทำการศึกษาเรื่อง แบรนด์นายจ้างที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักศึกษา Generation Z เข้าทำงานใน Start-up Unicorn (The Influence of Employer Branding Towards Generation Z Students Attractiveness on Start-up Unicorn) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย อายุระหว่าง 17 – 22 ปี (Generation Z) จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares–Structural Equation Modeling Analysis, PLS-SEM Analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 17 – 22 ปี เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย Negeri Malang (Negeri Malang university)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อ การดึงดูดนักศึกษา Generation Z เข้าทำงานในบริษัท Start-up Unicorn อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยด้านความหลากหลาย หรือ Diversity ส่งผลมากที่สุด (t-Value = 3.392, p-value = 0.001) เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับความหลากหลายในที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ตำแหน่งงาน ความสามารถ เชื้อชาติและวัฒนธรรม และอื่นๆ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านจริยธรรม และกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ Ethics and CSR (t-Value = 2.554, p-value = 0.011)

เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ จริยธรรม ความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม และด้านปัจจัยด้านการใช้โซเชียลมีเดีย หรือ Social Media (t-Value = 2.797, p-value = 0.005) เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ แบรนด์นายจ้าง (Employer branding) ที่ใช้โซเชียลมีเดียในการสรรหาบุคลากรและนำเสนอคุณลักษณะขององค์กร

6. Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021) ทำการศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างความคาดหวัง ความตั้งใจในการสมัครงานของผู้สมัครงาน ผ่านการสร้างแบรนด์นายจ้างและการใช้โซเชียลมีเดีย กรณีศึกษา บริษัท PT XYZ (Enhancing Prospective. Candidates' Intention to Submit A Job Application. Through Employer Branding and Social Media Use (A. Case Study of PT XYZ: Indonesian startup technology company) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีสุดท้าย หรือ นักศึกษาจบการศึกษาใหม่ จากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง 6 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และเป็นผู้สมัครเข้าทำงานในบริษัท PT XYZ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares–Structural Equation Modeling Analysis, PLS-SEM Analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการสมัครงานของผู้สมัครงาน นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีสุดท้าย หรือ นักศึกษาจบการศึกษาใหม่ จากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง 6 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 2 ตัวแปร โดยปัจจัยด้านค่านิยมสังคม หรือ Social value ส่งผลมากที่สุด (Path Coefficient = 0.410, T-Value = 4.763) เนื่องจาก ผู้สมัครงาน ให้ความสำคัญกับ การที่นายจ้างมอบสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี สนุก และมีความสุขให้กับลูกจ้าง นอกจากนี้ผู้สมัครงานยังต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาที่สนับสนุนกันและกันในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านการพัฒนา หรือ Development value (Path Coefficient = 0.270, T-Value = 2.702) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง รู้สึกมีคุณค่าและมั่นใจในการเป็นตัวเอง เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และสามารถนำประสบการณ์การทำงานต่างๆ มาปรับใช้ในการทำงานในอนาคตอย่างเต็มความสามารถ และในด้านการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการสมัครงานของผู้สมัครงาน แต่ส่งผลต่อ การสร้างแบรนด์นายจ้าง หรือ Employer Branding (Path Coefficient = 0.480, T-Value = 8.008) เนื่องจาก เป็นการสร้างภาพลักษณ์และส่งมอบคุณค่าขององค์กรให้กับพนักงานและคนภายนอกได้รับรู้

7. Lorena Ronda, Carmen Abril, and Carmen Valor (2020) ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกงาน: การเข้าใจบทบาทของคุณลักษณะที่ไม่สามารถต่อรองได้และการแลกเปลี่ยนในการแบ่งส่วนที่มีประสิทธิภาพ (Job choice decisions: understanding the role of nonnegotiable attributes and trade-offs in effective segmentation) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sample) จำนวน 571 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 35 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ และอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกงานแตกต่างกัน โดยผู้สมัครงานเพศหญิง มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ การสมัครงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability-oriented applicants) มากกว่าเพศชาย เนื่องจาก ผู้สมัครงานเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อ จริยธรรมในการทำงาน (Ethical issues), กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR: Corporate Social Responsibility) และผู้สมัครงาน ที่มี อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี (Generation Z) มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ การสมัครงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability-oriented applicants) มากกว่า ผู้สมัครงานที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี, 36 – 45 ปี, 46 – 55 ปี, และอายุมากกว่า 56 ปี เนื่องจาก ผู้สมัครงาน อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี (Generation Z) ให้ความสำคัญต่อ มาตรฐานจริยธรรมและความยั่งยืนในการทำงาน (Ethical and Sustainability standards) มากกว่า เงินเดือน และทรัพย์สินทางวัตถุ (Salaries and Material possessions)

8. Wendy Colleen Farrell and Tipnuch Phungsoonthorn (2020) ทำการศึกษาเรื่อง Generation Z ในประเทศไทย (Generation Z in Thailand) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาคนไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนานาชาติ ในประเทศไทย จำนวน 557 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares–Structural Equation Modeling Analysis, PLS-SEM Analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 17 – 25 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยค่านิยมทางวัฒนธรรมของชาติ (Espoused national cultural values) ที่มีอิทธิพลต่อ ค่านิยมของงาน หรือ work values ของ Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน หรือ UA - Uncertainty Avoidance ส่งผลมากที่สุด ต่อ

ค่านิยมของงาน หรือ work values เรียงจากมากไปน้อยตามลำดับ ได้แก่ Intrinsic rewards (Path Coefficient = 0.421, T-Value ≥ 2.570), Extrinsic rewards (Path Coefficient = 0.362, T-Value ≥ 2.570), Altruistic rewards (Path Coefficient = 0.330, T-Value ≥ 2.570), Leisure rewards (Path Coefficient = 0.309, T-Value ≥ 2.570), Autonomy (Path Coefficient = 0.297, T-Value ≥ 2.570), และ Social reward (Path Coefficient = 0.255, T-Value ≥ 2.570) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรมและค่านิยมที่มีความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน ให้ค่านิยมในการทำงานที่มีการกำหนดเป็นขั้นตอน ชัดเจน มีกฎและระเบียบในการดำเนินงาน นิยมการทำงานลักษณะ แบบกลุ่ม หรือทีม ที่ช่วยและร่วมกันตัดสินใจ ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทาง ปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน หรือ UA - Uncertainty Avoidance มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม หรือ COL - Collectivism ส่งผลต่อ ค่านิยมของงาน หรือ work values เรียงจากมากไปน้อยตามลำดับ ได้แก่ Altruistic rewards (Path Coefficient = 0.266, T-Value ≥ 2.570), Social reward (Path Coefficient = 0.226, T-Value ≥ 2.570), Autonomy (Path Coefficient = 0.195, T-Value ≥ 2.570), Extrinsic rewards (Path Coefficient = 0.157, T-Value ≥ 2.570), และIntrinsic rewards (Path Coefficient = 0.143, T-Value ≥ 2.570) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับจากสังคม ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม ให้ความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกัน พึ่งพาระหว่างกัน ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทาง ปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม หรือ COL - Collectivism มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น และปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ หรือ PD - Power Distance ส่งผลต่อ ค่านิยมของงาน หรือ work values เรียงจากมากไปน้อยตามลำดับ ได้แก่ Leisure rewards (Path Coefficient = –0.088, T-Value 1.96 <=> 2.56), Altruistic rewards (Path Coefficient = –0.136, T-Value ≥ 2.570), และIntrinsic rewards (Path Coefficient = –0.212, T-Value ≥ 2.570) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ ความเท่าเทียมในสังคม โดย Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่ ปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ หรือ PD - Power Distance มีค่าต่ำ ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น และในด้านการใช้เทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยค่านิยมทางวัฒนธรรมของชาติ (Espoused national cultural values) ที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ของ Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียง 1 ตัวแปร คือด้านปัจจัยด้านการ

ยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ หรือ PD - Power Distance ส่งผลต่อ การใช้โซเชียลมีเดีย (Social media usage) เรียงจากมากไปน้อยตามลำดับ ได้แก่ TV (f^2 = 0.084), Social media: create (f^2 = 0.068), Media sharing (f^2 = 0.062), และ E-mail (f^2 = 0.036) เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ ค่านิยมการเข้าถึงเทคโนโลยีและการศึกษาของ Generation Z ซึ่งแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางวัฒนธรรมของชาติ และค่านิยมระหว่างรุ่นที่แตกต่างกัน

9. จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์ (2562) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโปรแกรมเมอร์กับองค์กรธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานตำแหน่งโปรแกรมเมอร์ที่ทำงานกับองค์กรธุรกิจ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว Independent Sample T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 – 30 ปี ประสบการณ์ในการทำงาน 3 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้มีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,000 – 30,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความเห็น ที่มีผลต่อ ปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโปรแกรมเมอร์กับองค์กรธุรกิจ ที่แตกต่างกัน จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เนื่องจาก พนักงานโปรแกรมเมอร์ ให้ความสำคัญต่อ การเลือกทำงานในองค์กรที่มีนโยบายส่งพนักงานไปทำงานยังสาขาต่างประเทศ, ปัจจัยจูงใจด้านสภาพแวดล้อม ที่ตั้ง สถานที่ทำงาน เนื่องจาก พนักงานโปรแกรมเมอร์ให้ความสำคัญต่อ สถานที่ทำงานที่เลือกต้องมีสำนักงานตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสหรือใกล้กับรถไฟฟ้าใต้ดิน, และปัจจัยจูงใจด้านค่านิยม เนื่องจาก พนักงานโปรแกรมเมอร์ ให้ความสำคัญต่อ การทำงานในองค์กรที่ทำให้ได้รับเกียรติยศจากการทำงาน โดยเพศหญิงมีการให้ระดับความเห็นในปัจจัยจูงใจเหล่านี้มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

10. ศุภานัน พุฒตาล (2562) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้สมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน จำนวน 199 ตัวอย่าง (คำนวณขนาดประชากรตัวอย่างจากผู้สมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรีทั้งสิ้น จำนวน 327 คน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ช่วงรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 19,000 บาท มีอายุงานหรือประสบการณ์ในการทำงาน (จากที่ทำงานเดิม) อยู่ระหว่าง 1 ปี 6 เดือน – 2 ปี ทำงานอยู่ในองค์กรภาครัฐ ภูมิลำเนาอยู่ในเขตปริมาณฑล (นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร) เป็นผู้ที่สมัครเข้าทำงานตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรีสายสนับสนุน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงาน มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ของผู้สมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 4 ตัวแปร โดยปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงาน ด้านชื่อเสียงองค์การและค่านิยม ส่งผลมากที่สุด (β = 0.465) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ชื่อเสียงขององค์กรด้านที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ให้ความสำคัญกับการเน้นความสัมฤทธิ์ผล ให้ความสำคัญกับบุคลากร การได้มีเกียรติยศได้รับการยกย่องในการทำงานกับองค์กร โดยหากทำงานอย่างเต็มความสามารถผลงานมาตรฐานจะสามารถปฏิบัติงานไปได้ตลอด รองลงมา คือ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน (β = 0.303) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งด้วยความยุติธรรม มีการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับปริมาณงาน ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง (β = 0.291) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ การเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างเท่าเทียม มีโอกาสการเจริญ เติมโตในหน้าที่การงานที่ชัดเจน และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (β = 0.215) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ เต็มความสามารถ ให้การยอมรับ ความช่วยเหลือ รับฟังความเห็น มีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมากนัก และในด้านประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงาน ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน โดยผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรีมากกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 26,000 – 30,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี มากกว่า ผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 20,000 – 20,500 บาท 15,000 – 19,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

11. ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ใน

การทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 – 34 ปี สภานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับ ปวช. หรือ ปวส. มีรายได้ช่วง 15,001 – 25,000 บาท ประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี ขึ้นไป เคยทำงานมาแล้ว 2 – 3 แห่ง เป็นผู้มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน สาเหตุที่ทำงานในองค์กรปัจจุบันเพราะสวัสดิการดี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ ด้านทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ ส่งผลมากที่สุด (β = 0.689) เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ ความภาคภูมิใจของครอบครัวที่มีต่ออาชีพที่เลือกทำงาน เป็นอาชีพที่มีเกียรติ และตรงกับความชอบส่วนบุคคล รองลงมา คือ ด้านทัศนคติในการประกอบอาชีพ (β = 0.171) เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ อาชีพที่ทำให้ครอบครัวรู้สึกภาคภูมิใจ และตรงกับวิชาสาขที่เรียนจบมา และด้านปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ (β = 0.078) เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ การทำงานร่วมกันให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผู้บังคับบัญชาให้คำแนะนำและการช่วยเหลือเป็นอย่างดี

12. ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 101 คน และผู้สมัครงานจากภายนอก จำนวน 248 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 349 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 6 – 10 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก มีการรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ต่อการการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีการรับรู้ มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง จำนวนทั้งสิ้น 6 ตัวแปร แปร โดยการรับรู้ มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง เชิงบวก มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ตัวแปร โดยการรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติการจัดการทีมงาน ส่งผลมากที่สุด (β = 0.463) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การทำงานเป็นทีม เน้นหลักการบริหารบนลงล่าง และล่างขึ้นบน การเปิดโอกาสให้

พนักงานทำโปรเจคร่วมกัน โดยเน้น Cross functional team ร่วมกันปรับปรุงระดมสมอง โดยสามารถรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อจากเพื่อนพนักงาน รองลงมา คือ ด้านมิติชื่อเสียงภายนอก (β = 0.252) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การมีชื่อเสียง และได้รับรางวัลระดับประเทศมากมาย เช่น ด้านการจัดการ บรรษัทภิบาล นโยบายการจ่ายปันผลที่ยอดเยี่ยม ด้านมิติสภาพแวดล้อมในการทำงาน (β = 0.244) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การส่งเสริมวิถีการทำงาน บรรยากาศการทำงาน ช่วยเหลือกัน แบบพี่น้อง สภาพแวดล้อมที่เหมาะแก่การทำงาน และนอกเหนือการทำงาน เช่น มี Health Center ที่พนักงานสามารถเข้าไปออกกำลังกาย หรือหากป่วยก็สามารถไปรักษากับคุณหมอจาก รพ.รามาธิบดีได้ และด้านมิติหน่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน (β = 0.162) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การที่มีวิถีการทำงานที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ มาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบ E-Ordering หรือระบบติดตามสถานะการขนส่งโดยใช้ GPRS โดยการรับรู้ มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง เชิงลบ มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านมิติการสื่อสารภายในองค์การ (β = - 0.189) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การจัดการสื่อสารในทุกระดับ พนักงานสามารถเข้าใจสถานการณ์ และกลยุทธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ และด้านมิติคุณค่าและความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคม (β = - 0.190) เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การทำ CSR ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เช่น การสร้างฝาย การสร้างบ้านปลา การรณรงค์ประหยัดพลังงาน และได้รับรางวัล EIA Monitoring Award ทุกปี ในฐานะอุตสาหกรรมที่ดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างดีเยี่ยม โดยกลุ่มพนักงานมีการรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้างต่ำกว่ากลุ่มผู้สมัครงานภายนอกทุกมิติ ยกเว้น มิติชื่อเสียงภายนอก

13. บวรรัตน์ ธนาฤทธิวราภัค (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ที่กาลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 - 4 ของมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 414 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาอยู่ในกลุ่มคณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ คณะวนศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะจิตวิทยา คณะเทคโนโลยี/เทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01 – 3.50

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้าง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำนวนทั้งสิ้น 6ตัวแปร โดยปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้าง ด้านความเป็นตัวตนในที่ทำงาน ส่งผลมากที่สุด (β = 0.233) เนื่องจาก กลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด นั้น ให้ความสำคัญกับค่านิยมและความเชื่อของตนเอง รองลงมา คือ ด้านคุณค่าด้านการใช้ทักษะและความเชี่ยวชาญ (β = 0.135) เนื่องจาก กลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซดให้ความสำคัญกับการใช้ทักษะความรู้ของตนเองในการทำงาน ด้านปัจจัยความสวยงามของเว็บไซต์รับสมัครงานขององค์การ (β = 0.114) เนื่องจาก ความสวยงามของเว็บไซต์รับสมัครงานขององค์การสามารถดึงดูดกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ที่กำลังหางานได้ ด้านคุณค่าด้านจิตวิทยา (β = 0.113) เนื่องจาก กลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางจิตใจในการเลือกสมัครงานกับองค์การ ด้านคุณค่าด้านนวัตกรรม (β = 0.109) เนื่องจาก กลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ให้ความสนใจในองค์การที่มีการนำนวัตกรรมมาใช้ในการทำงาน และ ด้านปัจจัยด้านข้อมูลเนื้อหาการจ้างงานบนเว็บไซต์รับสมัครงานขององค์การ (β = 0.101) เนื่องจากกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจ

14. อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้แทนยาที่ทำงานเต็มเวลาในบริษัทผู้ผลิตยาเอกชน ทั้งบริษัทผู้ผลิตยาในไทย และบริษัทผู้ผลิตยาข้ามชาติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเฉพาะผู้แทนยาที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของโรงพยาบาลทั้งโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 404 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท เป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานผู้แทนยาระหว่าง 5 - 10 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 4 ตัวแปร โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานเชิงบวก จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยส่วนค้ำจุนด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านเกื้อกูล ส่งผลมากที่สุด (β = 0.628) เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน เช่นการจัดทริปไปต่างประเทศ จึงทำให้เกิดเป็นความคาดหวังของผู้แทนยาที่ตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

ในบริษัทยาเอกชนนั้นๆ รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (β = 0.194) เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่มีเขตโรงพยาบาลที่รับผิดชอบดูแลในปริมาณที่เหมาะสม และทำงานในองค์กรที่มีลักษณะวัฒนธรรมที่มีความเป็นกันเอง และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน (β = 0.112) เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่หัวหน้างานเข้าใจและยอมรับฟังความคิดเห็น และให้ความเป็นธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชาเท่าเทียมกัน และการทำงานในองค์กรที่เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานเชิงลบ จำนวนทั้งสิ้น 1 ตัวแปร คือ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านความมั่นคง (β = - 0.381) เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรเอกชน ที่ได้รับความคุ้มครองในด้านความมั่นคงปลอดภัย เช่น การมีประกันชีวิตหรือค่ารักษาพยาบาลให้เมื่อเจ็บป่วย เงินบำเหน็จสำหรับผู้ที่เกษียณอายุ เป็นต้น และในด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีแนวโน้ม ที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ด้านระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีรายได้อยู่ในช่วงที่สูง คือ มากกว่า 150,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีรายได้น้อยกว่า 150,000 บาท และ ด้านประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 3 - 5 ปี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี

15. ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงานของคนรุ่นใหม่ กรณีศึกษาองค์การที่เป็นธุรกิจครอบครัวขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้สมัครงานขององค์การที่เป็นธุรกิจครอบครัวขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง จำนวน 349 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และ การสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 23 - 25 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 7 - 9 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพในสายอาชีพด้านทรัพยากรมนุษย์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงาน มีอิทธิพลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงานของคนรุ่นใหม่กับองค์การที่เป็นธุรกิจครอบครัว

ขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 5 ตัวแปร โดยปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงาน ด้านการให้รางวัลและการยอมรับ ส่งผลมากที่สุด (β = 0.250) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ระบบค่าตอบแทนที่เหมาะสม ทั้งค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจด้วยคุณค่าและความรู้สึก เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับงานที่ทำ รองลงมา คือ ด้านการสนับสนุนการปฏิบัติงาน (β = 0.219) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ การได้รับการสนับสนุนการปฏิบัติงานที่ดี ได้รับการดูแลเอาใจใส่ ความช่วยเหลือในการทำงาน ด้านชื่อเสียงองค์การ (β = 0.175) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์การที่ดี ทั้งในเรื่องความมั่นคงและมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงสินค้าและการบริการขององค์การ ด้านชื่อเสียงของครอบครัว (β = 0.173) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อชื่อเสียงที่ดีของครอบครัวและเจ้าองค์การ ที่ทำให้องค์การเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (β = 0.128) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ดี มีความเป็นธรรมขององค์การ

16. นุจรี สุพัฒน์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 ของแห่งหนึ่ง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.01 – 3.99 มีความต้องการทำงานหลังจากจบการศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้าง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกสมัครงานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 2 ตัวแปร โดยปัจจัยความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้าง ด้านองค์ประกอบด้านบรรยากาศและการบริหารองค์กร ส่งผลมากที่สุด (β = 0.515) เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ ทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ปรับตัวทันกระแสสังคมและกระแสโลก เปิดกว้างทางความคิดโดยพนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ให้อิสระในการทำงาน ไม่ตีกรอบ ให้คุณค่ากับพนักงานมากกว่าผลกำไร ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความทุ่มเทของพนักงาน ให้ความเท่าเทียม ไม่มีอคติ และเป็นองค์กรที่ทำให้พนักงานได้รับการยอมรับในสังคม และรองลงมา คือ ด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงาน (β = 0.183) เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่บุคลากรมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้เงินเดือนในระดับที่ต้องการที่สูงกว่าที่อื่น มีรายได้รวมเป็นที่น่าดึงดูดใจ และรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กร

17. โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บมจ. ธนาคารกรุงไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานธนาคารกรุงไทยในสังกัดฝ่ายพัฒนาบริหารบัตรและร้านค้าสมาชิก ฝ่ายวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และฝ่ายปฏิบัติการผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview)
ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 22 – 30 ปี ตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่อาวุโส มีอายุงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

จากการการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานที่ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ของพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และ พนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ที่เหมือนกัน มี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสวัสดิการ 2. ปัจจัยด้านความมั่นคง 3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและปัจจัยด้านครอบครัวและคนรู้จัก 4. ปัจจัยด้านชื่อเสียงองค์กร และ 5. ปัจจัยด้านโอกาสในการก้าวหน้า โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานที่ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ของพนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ที่แตกต่างจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น เพิ่มเติมจากปัจจัยหลักทั้ง 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสังคมในการทำงาน

18. พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาจบใหม่ในระดับ ปริญญาตรี สาขาการบัญชี และเข้าทำงานในสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งในประเทศไทย ตั้งแต่ระดับตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีที่มีอายุงานระหว่าง 6 เดือนไปจนถึง 2 ปี จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว Independent Sample T-Test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)
ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุงานระหว่าง 6 เดือน ถึง 1 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยมากกว่า 3.50 ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำนวนทั้งสิ้น 6 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานเชิงบวก จำนวนทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลมากที่สุด (β = 0.296) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อ ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน และผลตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน ที่เหมาะสมกับความ

เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่ต้องทำงานภายใต้ความกดดัน รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (β = 0.184) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อ วัฒนธรรมขององค์กรของสำนักงานสอบบัญชีที่ส่วนใหญ่เป็นแบบครอบครัว ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน ด้านค่านิยม (β = 0.144) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อ อาชีพผู้ตรวจสอบบัญชีในสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งมากกว่านักบัญชีทั่วไป ด้านลักษณะงานและการเรียนรู้ (β = 0.177) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อ ลักษณะงานมีความน่าสนใจ ท้าทายความสามารถ มีอำนาจความรับผิดชอบในงาน และมีอิสระในการเลือกวิธีปฏิบัติงาน มีโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านความมั่นคงในงาน (β = 0.113) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อ ความมั่นคงขององค์กร โดยเชื่อว่าหากปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐานก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไป โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานเชิงลบจำนวนทั้งสิ้น 1 ปัจจัย คือ ด้านโอกาสเจริญก้าวหน้า (β = -0.118) เนื่องจาก นักศึกษาที่จบใหม่ให้ความสำคัญต่อการกำหนดเงื่อนไขในการเลื่อนตำแหน่ง และในด้านประชากรศาสตร์ ระดับผลการเรียนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งแตกต่างกัน โดยนักศึกษาจบใหม่ที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยระหว่าง 2.25 – 3.00 มีแนวโน้ม ตัดสินใจเลือกทางานกับบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 มากกว่า นักศึกษาจบใหม่ที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยมากกว่า 3.50 และ 3.26 – 3.50 และ 3.01 – 3.25

19. รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชากรที่เข้าทำงานในตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง โดยมีอายุงานไม่เกิน 5 ปี จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 23 ปี สำเร็จการศึกษาจากหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.01 – 3.50 เป็นผู้ที่มีตำแหน่งงานในระดับ junior มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 4 ตัวแปร โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงาน ด้านปัจจัยด้านค่าตอบแทน ส่งผลมากที่สุด (β = 0.381)

เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ความเหมาะสมของเงินเดือนที่ได้รับกับระดับผลการศึกษาและความรู้ความสามารถ สวัสดิการ รองลงมา คือ ด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (β = 0.317) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ความมั่นคงขององค์กร โดยเชื่อว่าหากปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐาน ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไป ด้านชื่อเสียงองค์กรและการสนับสนุนบุคลากร (β = 0.234) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ชื่อเสียงขององค์กรไม่ว่าจะในด้านเป็นที่รู้จักทั้งภายในและภายนอกประเทศ ให้ความสำคัญแก่บุคลากร ด้านปัจจัยด้านโอกาสในการเรียนรู้พัฒนาและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (β = 0.224) เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ โอกาสในการเรียนรู้ อบรม พัฒนา อย่างต่อเนื่อง และเท่าเทียม และในด้านประชากรศาสตร์ เพศ และระดับผลการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างกัน โดยเพศหญิง มีแนวโน้มที่จะเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง มากกว่าเพศชาย ผู้สำเร็จการศึกษาด้วยระดับผลการศึกษามากกว่า 3.50 มีแนวโน้มที่จะเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง มากกว่า ผู้สำเร็จการศึกษาด้วยระดับผลการศึกษา 3.26 - 3.50 และ 3.01 – 3.25 และ 2.25 - 3.00

20. สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรมของนักศึกษา สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคามชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว Independent Sample T-Test, การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมชั้นปีที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรมของนักศึกษา สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งสิ้น 4 ตัวแปร โดยปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร จำนวนทั้งสิ้น 3 ตัวแปร โดยปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณภาพการบริหาร ส่งผลมากที่สุด (β = 0.313) เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อจริยธรรมในการบริหาร มีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ความสำคัญต่อบุคลากรในองค์กร และสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากร มีการให้ผลตอบแทนสวัสดิการที่เหมาะสม มีมาตรการการป้องกันความปลอดภัยด้านร่างกายและสุขภาพจิต รองลงมา

คือ ด้านการสรรหาและการพัฒนาบุคลากร (β = 0.304) เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อการพัฒนาระบบการคัดเลือกผู้สมัครเข้าทำงาน สนับสนุนการพัฒนาความรู้ความรู้ความสามารถ อบรม และศึกษาดูงาน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านชื่อเสียง (β = 0.113) เนื่องจาก นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ให้ความสำคัญ ต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขององค์กร ที่บุคลกรและลูกค้าขององค์กรสามารถรับรู้ดีทั้งทางตรงและทางอ้อม และในด้านประชากรศาสตร์ นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคามที่มีชั้นปี แตกต่างกันส่งผลต่อต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานน้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3

จากการทบทวนงานศึกษาวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน จากผลการศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) นุจรี สุพัฒน์ (2560) โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ธีรินทร นวลฤทัย (2561) อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ศุภานัน พุฒตาล Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, และLestari Adhi Widyowati (2022) และจิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์ (2562) มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน นอกจากนี้ งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) ธีรินทร นวลฤทัย (2561) อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021) Wendy Colleen Farrell and Tipnuch Phungsoonthorn (2020) Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, and Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) และศุภานัน พุฒตาล (2562) มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน อีกทั้ง งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021)Nazifah HUSAINAH, Siti HAFNIDAR, and Nandan LIMAKRISNA (2022) และโรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Characteristics, Learning, and Development) มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

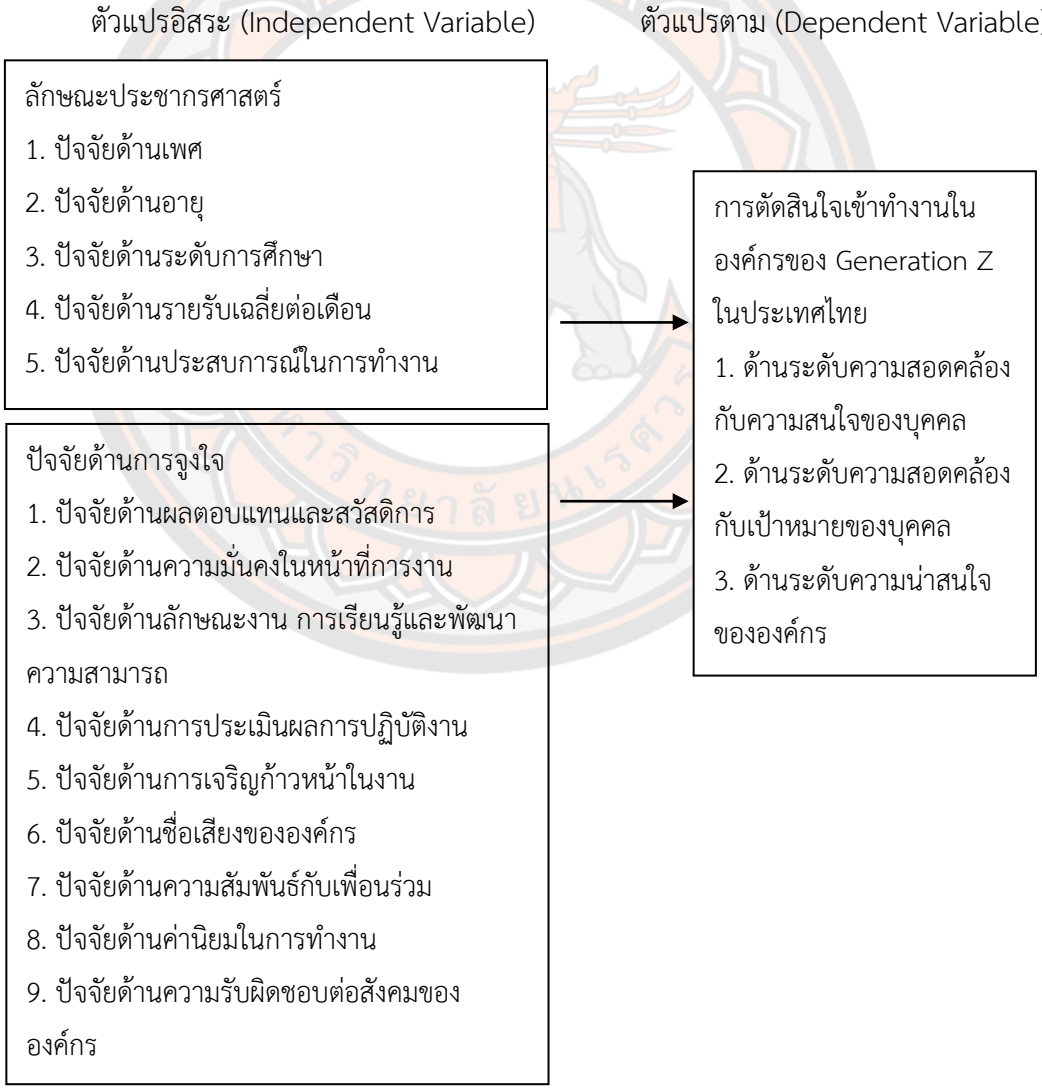
เข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) นุจรี สุพัฒน์ (2560) และธีรินทร นวลฤทัย (2561) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Characteristics, Learning, and Development) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน และในส่วนของงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) นายขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ศุภานัน พุฒตาล (2562) มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ นุพัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน นอกจากนี้ งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559 รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, and Lestari Adhi Widyowati (2022) Wendy Colleen Farrell and Tipnuch Phungsoonthorn (2020) มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน อีกทั้ง งานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน และในส่วนของงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) นุจรี สุพัฒน์ (2560) โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ศุภานัน พุฒตาล (2562) พบว่า ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน นอกจากนี้ งานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) นุจรี สุพัฒน์ (2560) พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน อีกทั้ง งานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) ธีรินทร นวลฤทัย (2561) Thang Nguyen Ngoc, Mai Viet Dung, Chris Rowley, and Mirjana Peji´c Bach (2022) และAdelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, and Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน โดยผลงานศึกษาวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรอิสระที่จะนำมาศึกษา คือ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนา

ความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และตัวแปรตามคือ การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของ Generation Z ในประเทศไทย

2.7 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบความคิดงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ดังนี้



สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z” ประกอบด้วยรูปแบบวิธีดำเนินการวิจัย การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย สมมติฐานในการศึกษาวิจัย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการดำเนินงานวิจัยจะเป็นลักษณะการวิจัยเชิงสารวจ (Survey Research) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screen Question) ก่อนเริ่มแบบสอบถาม เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตามต้องการ โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านช่องทาง Social media network ต่างๆ ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนเมษายน 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2566

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย จะอ้างอิงถึงกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002 ในประเทศไทย

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัย ได้แก่ กลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002 ซึ่งมีจำนวนที่ไม่ทราบแน่นอน ทางผู้วิจัยจึงได้ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณกรณีที่ไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรของคอแครน Cochran, W.G. (1963) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และค่า

ความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้อยู่ที่ไม่เกิน 5 % ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยนี้ กำหนดสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรตัวอย่างเท่ากับ 0.5

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้

ในการศึกษาวิจัยนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และค่าความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้อยู่ที่ไม่เกิน 5 % (จึงกำหนด e = 0.05)

Z = ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ในการศึกษาวิจัยนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ดังนั้น มีค่า Z = 1.96

สามารถแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

$$n = \frac{0.5\ (1-0.5)\ 1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณโดยการแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลวิเคราะห์การศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมชัดเจน

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านเพศ
2. ปัจจัยด้านอายุ
3. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา
4. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน
5. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

ปัจจัยด้านการจูงใจ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน
3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ
4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร
7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม
8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน
9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ

การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของ Generation Z ในประเทศไทย ประกอบด้วย

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล
2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล
3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เครื่องมือที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ตามรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น คือ ช่วงปีเกิด โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choice) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามจะมีระดับในการวัดข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลต่างๆ โดยประกอบด้วย 5ด้าน ได้แก่

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)
3. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

5. ประสบการณ์ในการทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร โดยประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน
3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ
4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร
7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน
9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

โดยคำถามในส่วนที่ 3 นี้เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ในการวัดระดับข้อมูลตามแบบ Likert Scale ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินคำตอบ โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Five-Point Likert Scale) โดยลักษณะข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่เป็นสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	ระดับการมีอิทธิพล
ระดับ 5	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมาก
ระดับ 3	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อย
ระดับ 1	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อยที่สุด

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มากำหนดระดับจากค่าเฉลี่ยคะแนนในการประเมินและแปลผลแบบสอบถามความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553, หน้า 69) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรน้อยที่สุด

แบบสอบถามส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร โดยประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล
2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล
3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

โดยคำถามในส่วนที่ 4 นี้ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เช่นเดียวกับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ในการวัดระดับข้อมูลตามแบบ Likert Scale ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินคำตอบ โดยแบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก (Five-Point Likert Scale) โดยลักษณะข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่เป็นสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน	ระดับความเห็น
ระดับ 5	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มากำหนดระดับจากค่าเฉลี่ยคะแนนในการประเมินและแปลผล

แบบสอบถามความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553, หน้า 69) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z” ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการศึกษาวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน หนังสือ ตำรา งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัย แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในเป็นแนวทางในการออกแบบ และสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยที่ครอบลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ช่วยพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา การใช้ภาษา ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุง เนื้อหาแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มีการแก้ไข ปรับปรุง และผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิให้ช่วยพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา การใช้ภาษา ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ให้สอดคล้องครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเพื่อให้แบบทดสอบมีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูล โดยการใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC)

ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ร่วมตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด 3 คน ได้แก่

1. ดร.เฟื่องฟ้า ปัญญา
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณี บัวสุข
3. ดร.นันทวัน เหลี่ยมปรีชา

โดยการให้คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิจะมี 3 ค่า

ค่า +1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้

ค่า 0 คือ ผู้ตรวจสอบไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้

ค่า -1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้

สูตร IOC = $\frac{\Sigma R}{n}$

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

ΣR = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item-objective Congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.0 ถือว่ามีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้ แต่สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ากว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออกและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังตารางที่แสดงใน ภาคผนวก ค หน้า 165

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูล ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาแก้ไข ปรับปรุง เนื้อหาแบบสอบถามสอดคล้อง ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างผู้สมัครงานที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 6 นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้จากกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการคำนวนค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า ของคอนบาร์ช (Lee J Cronbach, 1951) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคาถามสอดคล้องกันหรือไม่ โดยค่า Cronbach's alpha ที่ยอมรับได้ต้องอยู่ในระดับที่มากกว่า 0.7 ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของข้อคำถามทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 ดังตารางที่แสดงในภาคผนวก ค

ขั้นตอนที่ 7 ผู้ศึกษาวิจัยยื่นโครงการวิจัยเพื่อขอรับพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และผ่านการรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีหมายเลขโครงการ คือ P2-0365/2565

ขั้นตอนที่ 8 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนที่ 9 นำแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้จากกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการคำนวนค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า ของคอนบาร์ช (Lee J Cronbach, 1951) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคาถามสอดคล้องกันหรือไม่ โดยค่า Cronbach's alpha ที่ยอมรับได้ต้องอยู่ในระดับที่มากกว่า 0.7 ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของข้อคำถามทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 ดังตาราง หน้า 177

ขั้นตอนที่ 10 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้ทำการวิจัยผู้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายด้วยแหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ให้กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทาง Social media network ต่างๆ ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม 2565 ถึง เดือนธันวาคม 2565

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมติฐานของการศึกษาวิจัยนี้ ผู้ทำวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และประเมินผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ตามรายละเอียดดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนตามแบบสอบถาม ได้แก่

แบบสอบถามส่วนที่ 2 อธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ด้าน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และอัตราร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 อธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และประเมินผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T-Test)

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เพื่อทดสอบว่าปัจจัยด้านเพศ และด้านอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันหรือไม่

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA)

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 เพื่อทดสอบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา, ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน, และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันหรือไม่

3.6.2.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ในการศึกษาวิจัยนี้คือ ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร และตัวแปรตาม ในการศึกษาวิจัยนี้คือ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ได้แก่ ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล และด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร พร้อมตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ โดยวิเคราะห์ตรวจสอบค่าสถิติ 2 ตัว คือ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) โดยเกณฑ์ในการวัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุหรือไม่ ด้วยการพิจารณาค่า Tolerance โดยค่า Tolerance จะต้องมีค่ามากกว่า 0.1 ค่า และ VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10 (J. F. Hair, Jr., Black, Babin & Anderson, 2014) เพื่อหาความสัมพันธ์หรือสร้างสมการทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) หนึ่งตัวจากกลุ่มตัวแปรอิสระ (X) หลาย จะต้อง

ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ซึ่งเป็นภาวะที่ตัวแปรในการวิจัยที่เป็นตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันสูงมาก ซึ่งส่งผลเสียต่อการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ซึ่งมีผลดังตาราง 24 หน้า 108, ตาราง 28 หน้า 114, และตาราง 32 หน้า 120

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z โดยมีจุดประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์ของคน Generation Z ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ และประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทั้งนี้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทางผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ไว้ที่ระดับ 0.05 โดยมีสัญลักษณ์ และตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

X	แทน ตัวแปรอิสระ
Y	แทน ตัวแปรตาม
Z	แทน ตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
n	แทน จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
S.E.	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาด (Standard Error/Std. Error)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน สถิติทดสอบที่ใช้เปรียบเทียบใน F-distribution
SS	แทน ผลบวกของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
Df	แทน ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
Sig.	แทน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
R Square	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
B	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
Beta	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

df	แทน ระดับชั้นของความเป็นอิสระ
Tolerance	แทน ค่าความทนทาน (Tolerance)
VIF	แทน ค่าการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ
*	แทน ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H0	แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H1	แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทางผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ส่วนที่ 3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

ปัจจัยด้านต่างๆ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ปัจจัยด้านเพศ		
ชาย	130	32.50
หญิง	270	67.50
รวม	400	100.00
ปัจจัยด้านอายุ		

ปัจจัยด้านต่างๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 23 ปี	86	21.50
24 - 27 ปี	314	78.50
รวม	400	100.00
ปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.20
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	296	74.00
สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.80
รวม	400	100.00
ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	58	14.50
10,001 - 20,000 บาท	174	43.50
20,001 - 30,000 บาท	116	29.00
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	52	13.00
รวม	400	100.00
ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน		
ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน / ต่ำกว่า 1 ปี	85	21.20
1 – 3 ปี	180	45.00
มากกว่า 3 ปี	135	33.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยนี้จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ดังสรุปโดยจำแนกตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเพศ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

2. ปัจจัยด้านอายุ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 24 - 27 ปี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 และอายุ 20 - 23 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50

3. ปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และน้อยที่สุด คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30

4. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมา คือ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รายรับเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และน้อยที่สุด คือ รายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

5. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 – 3 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 3 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และน้อยที่สุด คือ ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z โดยการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในภาพรวม

ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	3.95	0.924	มาก
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน	4.15	0.751	มาก
3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ	3.88	0.804	มาก
4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน	3.94	0.765	มาก
5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน	4.01	0.869	มาก
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร	3.65	0.680	มาก
7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.26	0.697	มาก
8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน	4.06	0.723	มาก
9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ	4.23	0.717	มาก
รวม	**4.01**	**0.576**	**มาก**

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z โดยรวมทั้ง 9 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01, S.D. = 0.576) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
   มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.697
2. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ
   มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.717
3. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน
   มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.15 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.751
4. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน
   มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.723

5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.869

6. ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.924

7. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.765

8. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.88 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.804

9. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.65 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.680

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน	154 (38.50)	136 (34.00)	97 (24.30)	8 (2.00)	5 (1.30)	4.06	0.904	มาก
อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม	145 (36.30)	120 (30.00)	74 (18.50)	47 (11.80)	14 (3.50)	3.84	1.144	มาก
มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสารองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น	153 (38.30)	146 (36.50)	63 (15.80)	35 (8.80)	3 (8.00)	4.03	0.979	มาก
มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม	144 (36.00)	129 (32.30)	76 (19.00)	3 (7.50)	21 (5.30)	3.86	1.143	มาก
รวม						3.95	0.924	มาก

จากตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 3.95, S.D. = 0.924) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.904

2. มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.979

3. มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.143

4. อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.84 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.144

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ	168 (42.0)	153 (38.30)	60 (15.00)	17 (4.30)	2 (0.50)	4.17	0.871	มาก
องค์กรมีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจน ไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย	213 (53.3)	125 (31.30)	43 (10.80)	12 (3.00)	7 (1.80)	4.31	0.907	มาก
องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง	127 (31.80)	192 (48.00)	68 (17.00)	13 (3.30)	0 (0.00)	4.08	0.782	มาก
องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด	128 (32.00)	182 (45.50)	71 (17.80)	19 (4.80)	0 (0.00)	4.05	0.829	มาก
รวม						4.15	0.751	มาก

จากตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน eneration Z ในส่วนของปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.751) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. องค์กรมีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจน ไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.907
2. องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.871
3. องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.08 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.782
4. องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.829

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

ปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Characteristics, Learning, and Development)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณสำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอต่อเนื่องทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น	84 (21.00)	18 (45.50)	114 (28.50)	19 (4.80)	1 (0.30)	3.82	0.823	มาก
ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	134 (33.50)	143 (35.80)	100 (25.00)	19 (4.80)	4 (1.00)	3.96	0.930	มาก
มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ	97 (24.30)	180 (45.00)	98 (24.50)	22 (5.50)	3 (0.80)	3.86	0.871	มาก

ปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Characteristics, Learning, and Development)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์	113 (28.20)	163 (40.80)	98 (24.50)	19 (4.80)	7 (1.80)	3.89	0.930	มาก
รวม						3.88	0.804	มาก

จากตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 3.88, S.D. = 0.804) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.930

2. เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.930

3. มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.86 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.871

4. ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณสำหรับ ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น

มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.823

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ	149 (37.30)	122 (30.50)	100 (25.00)	24 (6.00)	5 (1.30)	3.97	0.988	มาก
การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง	83 (20.80)	181 (45.30)	115 (28.70)	20 (5.00)	1 (0.30)	3.81	0.827	มาก
การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส	153 (38.30)	153 (38.30)	80 (20.00)	8 (2.00)	6 (1.50)	4.10	0.889	มาก
มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน	98 (24.50)	183 (45.80)	100 (25.00)	18 (4.50)	1 (0.30)	3.90	0.830	มาก
รวม						3.94	0.765	มาก

จากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.765) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงานมากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.889

2. การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.988

3. มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.830

4. การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.827

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน	118 (29.50)	204 (51.00)	55 (13.80)	21 (5.30)	2 (0.50)	4.04	0.829	มาก
โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน	131 (32.80)	158 (39.50)	79 (19.80)	27 (6.80)	(1.30)	3.96	0.953	มาก
เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ	138 (34.50)	162 (40.50)	69 (17.30)	18 (4.50)	13 (3.30)	3.99	0.996	มาก
นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ	165 (41.30)	141 (35.30)	58 (14.50)	27 (6.80)	9 (2.30)	4.06	1.014	มาก
รวม						4.01	0.869	มาก

จากตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงานโดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.869) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.014

2. มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.04 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.829

3. เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.996

4. โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.953

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป	55 (13.80)	195 (48.80)	134 (33.50)	12 (3.00)	4 (1.00)	3.71	0.775	มาก
องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ	52 (13.00)	130 (32.50)	159 (39.80)	47 (11.80)	12 (3.00)	3.41	0.959	ปานกลาง
องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร	63 (15.80)	178 (44.50)	132 (33.00)	26 (6.50)	1 (0.30)	3.69	0.822	มาก
องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น	88 (22.00)	150 (37.50)	145 (36.30)	17 (4.30)	0 (0.00)	3.77	0.838	มาก
รวม						4.26	0.697	มาก

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.697) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.838

2. องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.775

3. องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.822

4. องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.959

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
เพื่อนร่วมงานให้ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ	141 (35.30)	195 (48.80)	52 (13.00)	6 (1.50)	6 (1.50)	4.15	0.811	มาก
เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ	189 (47.30)	154 (38.50)	39 (9.80)	16 (4.00)	2 (0.50)	4.28	0.836	มาก
เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน	184 (46.00)	160 (40.00)	49 (12.30)	2 (0.50)	5 (1.30)	4.29	0.795	มาก
เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน	188 (47.00)	156 (39.00)	49 (12.30)	4 (1.00)	3 (0.80)	4.31	0.780	มาก
รวม						4.26	0.697	มาก

จากตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.697) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.780
2. เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.29 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.795
3. เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.836
4. เพื่อนร่วมงานให้ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.15 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.811

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส	185 (46.30)	137 (34.30)	59 (14.80)	13 (3.30)	6 (1.50)	4.20	0.914	มาก
มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร	134 (33.50)	177 (44.30)	70 (17.50)	16 (4.00)	3 (0.80)	4.06	0.858	มาก
องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	117 (29.30)	181 (45.30)	80 (20.00)	21 (5.30)	1 (0.30)	3.98	0.852	มาก
ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม	113 (28.20)	186 (46.50)	81 (20.30)	19 (4.80)	1 (0.30)	3.98	0.836	มาก
รวม						4.06	0.723	มาก

จากตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.723) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.914
2. มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.858
3. องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.98 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.852
4. ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม
   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 3.98 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.836

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (Corporate Social Responsibility)	ระดับการมีอิทธิพล (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร	160 (40.00)	179 (44.80)	55 (13.80)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.23	0.738	มาก
ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร	149 (37.30)	172 (43.00)	65 (16.30)	12 (3.00)	2 (0.50)	4.13	0.827	มาก
การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก	177 (44.30)	165 (41.30)	35 (8.80)	16 (4.00)	7 (1.80)	4.22	0.894	มาก
บริหารงานด้วยหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น	214 (23.50)	130 (32.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	4 (1.00)	4.35	0.842	มาก
รวม						4.23	0.717	มาก

จากตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในส่วนของของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยรวม อยู่ในระดับการมีอิทธิพลมาก ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.717) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. บริหารงานด้วยหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.842

2. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.738

3. การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.894

4. ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.13 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.827

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร	ระดับความเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล						4.00	0.636	เห็นด้วย
1.1 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลักมากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน	73 (18.30)	187 (46.80)	110 (27.50)	24 (6.00)	6 (1.50)	3.74	0.876	เห็นด้วย
1.2 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ทำให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้	161 (40.30)	197 (49.3)	27 (6.80)	13 (3.30)	2 (0.50)	4.25	0.763	เห็นด้วย
2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล						4.06	0.587	เห็นด้วย
2.1 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา	124 (31.00)	180 (45.00)	73 (13.80)	23 (5.80)	0 (0.00)	4.01	0.851	เห็นด้วย

การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร	ระดับความเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
2.2 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะและความสนใจของท่าน	154 (38.50)	193 (48.30)	45 (11.30)	6 (15.00)	2 (0.50)	4.23	0.743	เห็นด้วย
2.3 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก	126 (31.50)	207 (51.70)	53 (13.30)	14 (3.50)	0 (0.00)	4.11	0.759	เห็นด้วย
2.4 ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เท่านั้น	97 (24.30)	204 (51.00)	56 (14.00)	42 (10.50)	1 (0.30)	3.88	0.902	เห็นด้วย
3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร						4.10	0.705	เห็นด้วย
3.1 ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน	144 (36.00)	195 (48.80)	45 (11.30)	14 (3.50)	2 (0.50)	4.16	0.795	เห็นด้วย

การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร	ระดับความเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
3.2 ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ ต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันกับท่าน	111 (27.80)	213 (53.30)	59 (14.80)	14 (3.50)	3 (0.80)	4.04	0.795	เห็นด้วย
	รวม					4.05	0.557	เห็นด้วย

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ผลการศึกษาวิจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ทั้ง 3 ด้าน โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\overline{X}$ = 4.05, S.D. = 0.557) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จัดลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.705

2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.06 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.587

3. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

   มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.636

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านเพศ และด้านอายุ

   สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Independent Sample t-test

2. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

   สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA

3. ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ เมื่อพบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

   สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Least Significant Difference (LSD)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

H0 = ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H1 = ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Independent Sample t-test

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านเพศ

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านเพศ	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ชาย	3.95	0.637	0.033	0.857
	หญิง	4.02	0.635		
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ชาย	4.06	0.625	0.024	0.876
	หญิง	4.06	0.569		
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ชาย	4.07	0.824	7.586	0.006*
	หญิง	4.11	0.642		
Total	ชาย	4.03	0.600	0.213	0.645
	หญิง	4.06	0.536		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.645 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.857 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.876 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ เพศหญิง (4.11) มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า เพศชาย (4.07)

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน

H0 = ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H1 = ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Independent Sample t-test

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ	อายุ (ปี)	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	20 - 23	3.91	0.545	0.915	0.339
	24 - 27	4.02	0.657		
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	20 - 23	4.15	0.621	3.893	0.049 *
	24 - 27	4.03	0.576		
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	20 - 23	4.20	0.570	2.196	0.139
	24 - 27	4.07	0.737		
Total	20 - 23	4.10	0.533	0.132	0.716
	24 - 27	4.04	0.564		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.716 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.339 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ ผู้ที่มีอายุช่วง 20 – 23 ปี (4.15) มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีอายุช่วง 24 – 27 ปี (4.03)

3. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.139 ซึ่งค่า Sig. มีค่า มากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H0 และปฏิเสธสมมติฐาน H1

สรุปว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน

H0 = ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H1 = ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.06	0.464	8.290	0.000*
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	3.93	0.653		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.25	0.554		
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.19	0.527	1.572	0.209
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.03	0.619		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.13	0.461		
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.10	0.540	1.996	0.137
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.06	0.736		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.24	0.619		
Total	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.14	0.485	3.378	0.035*
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.01	0.584		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.19	0.447		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา	**ระดับการศึกษา**		**Mean Difference (I-J)**	**Std. Error**	**Sig.**
	I	**J**			
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.133	0.130	0.308
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.187	0.143	0.193
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.133	0.130	0.308
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.319*	0.079	0.000*
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.187	0.143	0.193
		ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.319*	0.079	0.000*
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.160	0.122	0.190
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.060	0.135	0.654
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.160	0.122	0.190
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.100	0.074	0.178
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.060	0.135	0.654
		ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.100	0.074	0.178
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.037	0.147	0.798

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.141	0.161	0.385
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.037	0.147	0.798
	สูงกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.178*	0.089	0.046*
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.141	0.161	0.385
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.178*	0.089	0.046*
Total		ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.123	0.115	0.288
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.052	0.127	0.684
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.123	0.115	0.288
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.174*	0.070	0.013*
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.052	0.127	0.684
		ปริญญาตรีเทียบเท่า	0.174*	0.070	0.013*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

101

จากตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ คือ ระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า กับ ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า (0.174)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียง 2 ด้าน คือ ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล และด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ดังนี้

1. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า กับ ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า (0.319)

2. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า กับ ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า (0.178)

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน

H0 = ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H1 = ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.76	0.651	9.040	0.000*
	10,001 - 20,000 บาท	3.93	0.545		
	20,001 - 30,000 บาท	4.23	0.683		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	3.99	0.653		
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.87	0.676	2.377	0.070
	10,001 - 20,000 บาท	4.09	0.503		
	20,001 - 30,000 บาท	4.10	0.577		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	4.09	0.727		
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.91	0.764	3.432	0.017
	10,001 - 20,000 บาท	4.05	0.605		
	20,001 - 30,000 บาท	4.24	0.724		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	4.15	0.849		

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
Total	ไม่เกิน 10,000 บาท	3.85	0.622	4.370	0.005*
	10,001 - 20,000 บาท	4.04	0.451		
	20,001 - 30,000 บาท	4.17	0.584		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	4.08	0.675		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	-0.170	0.094	0.071
		20,001 - 30,000 บาท	-0.470	0.099	0.000*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.232	0.118	0.050
	10,001 - 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.170	0.094	0.071
		20,001 - 30,000 บาท	-0.300	0.074	0.000*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.062	0.098	0.524
	20,001 - 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.470	0.099	0.000*
		10,001 - 20,000 บาท	0.300	0.074	0.000*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.238	0.103	0.021
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.232	0.118	0.050
		10,001 - 20,000 บาท	0.062	0.098	0.524
		20,001 - 30,000 บาท	-0.238	0.103	0.021

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	-0.216	0.089	0.015*
		20,001 - 30,000 บาท	-0.231	0.094	0.015*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.216	0.112	0.054
	10,001 - 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.216	0.089	0.015*
		20,001 - 30,000 บาท	-0.015	0.070	0.830
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.000	0.092	0.997
	20,001 - 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.231	0.094	0.015*
		10,001 - 20,000 บาท	0.015	0.070	0.830
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.015	0.097	0.880
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.216	0.112	0.054
		10,001 - 20,000 บาท	0.000	0.092	0.997
		20,001 - 30,000 บาท	-0.015	0.097	0.880
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	-0.149	0.106	0.159
		20,001 - 30,000 บาท	-0.336	0.112	0.003*

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.249	0.133	0.063
	10,001 - 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.149	0.106	0.159
		20,001 - 30,000 บาท	-0.187	0.084	0.026*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.099	0.110	0.370
	20,001 - 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.336	0.112	0.003*
		10,001 - 20,000 บาท	0.187	0.084	0.026*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.088	0.117	0.453
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.249	0.133	0.063
		10,001 - 20,000 บาท	0.099	0.110	0.370
		20,001 - 30,000 บาท	-0.088	0.117	0.453
Total	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	-0.187	0.083	0.025*
		20,001 - 30,000 บาท	-0.317	0.088	0.000*
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.228	0.105	0.031*
	10,001 - 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.187	0.083	0.025*

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
		20,001 - 30,000 บาท	-0.129	0.066	0.051
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	-0.041	0.087	0.641
	20,001 - 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.317	0.088	0.000*
		10,001 - 20,000 บาท	0.129	0.066	0.051
		มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.089	0.092	0.334
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	ไม่เกิน 10,000 บาท	0.228	0.105	0.031*
		10,001 - 20,000 บาท	0.041	0.087	0.641
		20,001 - 30,000 บาท	-0.089	0.092	0.334

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้

1. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 10,001 - 20,000 บาท

   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

   สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ตรี มีแนวโน้มให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.187)

2. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท

   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

   สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.317)

3. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป

   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.031 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

   สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีแนวโน้มให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.228)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้

1. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

   สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.470)

2. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

   สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท (0.300)

ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้

1. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 10,001 - 20,000 บาท
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.216)

2. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.231)

ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร พบว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้

1. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท (0.336)

2. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท กับ 20,001 - 30,000 บาท

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี รายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท (0.187)

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน

H0 = ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H1 = ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One-way Analysis of Variance: One-Way ANOVA

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน	ประสบการณ์ในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	3.84	0.604	4.183	0.016*
	1 – 3 ปี	4.08	0.601		
	มากกว่า 3 ปี	3.99	0.684		
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	3.96	0.584	3.385	0.035
	1 – 3 ปี	4.14	0.554		
	มากกว่า 3 ปี	4.01	0.621		
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	3.89	0.764	5.916	0.003
	1 – 3 ปี	4.21	0.600		
	มากกว่า 3 ปี	4.09	0.769		
Total	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	3.91	0.550	5.261	0.006*
	1 – 3 ปี	4.14	0.507		
	มากกว่า 3 ปี	4.03	0.606		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

114

จากตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยโดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน	**ประสบการณ์ในการทำงาน**		**Mean Difference (I-J)**	**Std. Error**	**Sig.**
	I	**J**			
ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	-0.239*	0.083	0.004*
		มากกว่า 3 ปี	-0.148	0.087	0.092
	1 - 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.239*	0.083	0.004*
		มากกว่า 3 ปี	0.092	0.072	0.203
	มากกว่า 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.148	0.087	0.092
		1 – 3 ปี	-0.092	0.072	0.203
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	-0.181*	0.077	0.019*
		มากกว่า 3 ปี	-0.056	0.081	0.489
	1 - 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.181*	0.077	0.019*

116

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยโดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน	ประสบการณ์ในการทำงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
		มากกว่า 3 ปี	0.125	0.066	0.060
	มากกว่า 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.056	0.081	0.489
		1 – 3 ปี	-0.125	0.066	0.060
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	-0.314*	0.092	0.001*
		มากกว่า 3 ปี	-0.191*	0.096	0.048*
	1 - 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.314*	0.092	0.001*
		มากกว่า 3 ปี	0.123	0.079	0.121
	มากกว่า 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.191*	0.096	0.048*
		1 – 3 ปี	-0.123	0.079	0.121

117

การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยโดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน	ประสบการณ์ในการทำงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
	I	J			
Total	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 3 ปี	-0.229*	0.073	0.002*
		มากกว่า 3 ปี	-0.113	0.076	0.141
	1 - 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.229*	0.073	0.002*
		มากกว่า 3 ปี	0.116	0.063	0.064
	มากกว่า 3 ปี	ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี	0.113	0.076	0.141
		1 – 3 ปี	-0.116	0.063	0.064

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

118

จากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ด้วย Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามปัจจัยด้านปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

1. ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี กับ ประสบการณ์ในการทำงาน 1-3 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีแนวโน้มให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี (0.229)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

1. ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี กับ ประสบการณ์ในการทำงาน 1-3 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี (0.239)

ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้

1. ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี กับ ประสบการณ์ในการทำงาน 1-3 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี (0.181)

ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้

1. ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี กับ ประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี (0.314)

2. ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี กับ ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 3 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งค่า Sig. มีค่า น้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ระดับความน่าสนใจขององค์กร ในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน / ต่ำกว่า 1 ปี (0.191)

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

H0 = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

H1 = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยการใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เป็นการบอกถึงขนาดความสัมพันธ์ โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับสูง แต่หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ หรือไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย 5 ระดับ (Cooper, D.R., Schindler, P.S., & Sun, J, 2006) ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.20 – 0.40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 – 0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

โดยมีสัญลักษณ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

X1 แทน ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

X2 แทน ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

X3 แทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

X4 แทน ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

X5 แทน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

X6 แทน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

X7 แทน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

X8 แทน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

X9 แทน ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

ตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ โดยภาพรวม

ตัวแปรอิสระ	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
X1	1.000								
X2	0.265*	1.000							
X3	0.450*	0.632*	1.000						
X4	0.370*	0.602*	0.523*	1.000					
X5	0.448*	0.459*	0.0626*	0.610*	1.000				
X6	0.444*	0.673*	0.555*	0.654*	0.602*	1.000			
X7	0.215*	0.213*	0.399*	0.261*	0.438*	0.272*	1.000		
X8	0.531*	0.426*	0.464*	0.550*	0.492*	0.582*	0.128*	1.000	
X9	0.515*	0.539*	0.577*	0.520*	0.590*	0.702*	0.323*	0.627*	1.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.128 – 0.702 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไปได้

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้วยวิธี All Enter และเปรียบเทียบค่า Significant ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 22 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.622a	0.387	0.372	0.441

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.372 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ร้อยละ 37.20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 61.30 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยโดยภาพรวม

Model		SS	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.856	9	5.317	27.311	.000b
	Residual	75.930	390	0.195		
	Total	123.786	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

b. Predictors: (Constant) ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 23 สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

H1 = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

ซึ่งจากตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า มีอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ได้จากผลการวิเคราะห์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงผลดังตาราง 24

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม เมื่อพิจารณารายด้าน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	Beta			Toler	VIF
(Constant)	1.719	0.177		9.710	0.000**		
ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)	-0.133	0.037	-0.221	-3.568	0.000**	0.411	2.435
ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)	0.167	0.045	0.225	3.690	0.000**	0.421	2.373
ปัจจัยด้านลักษณะงานการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (X3)	-0.001	0.042	-0.001	-0.021	0.984	0.434	2.302
ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X4)	0.059	0.045	0.081	1.326	0.186	0.417	2.398
ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)	0.068	0.044	0.106	1.530	0.127	0.327	3.058
ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (X6)	-0.002	0.039	-0.002	-0.047	0.962	0.707	1.415
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X7)	0.228	0.045	0.286	5.023	0.000**	0.485	2.060
ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)	0.134	0.051	0.174	2.607	0.009**	0.354	2.826
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (X9)	0.037	0.043	0.047	0.862	0.389	0.524	1.908

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Tolerance และ VIF ซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่เกิด Multicollinearity (Tolerance > 0.1, VIF < 10) (J. F. Hair, Jr., Black, Babin & Anderson, 2014)

โดยจากตาราง 24 ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยสามารถเรียงลำดับจากปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จากมากไปน้อยตามลำดับได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X7)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.286
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.485 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.060 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.225
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.421 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.373 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
3. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.174
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.354 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.826 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)
   มีค่า Beta เท่ากับ -0.221
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.411 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.435 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10

จากผลการวิเคราะห์ตามตาราง 24 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตัวแปรตาม = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

Y = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

X1 = ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

X2 = ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

X3 = ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

X4 = ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

X5 = ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

X6 = ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

X7 = ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

X8 = ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

X9 = ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z = -0.221\ (X1) + 0.225\ (X2) + 0.286\ (X7) + 0.225\ (X8)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = 1.719 + -0.221\ (X1) + 0.225\ (X2) + 0.286\ (X7) + 0.225\ (X8)$

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

ตัวแปรอิสระ	ระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
ระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล	1.000									
X1	0.161*	1.000								
X2	0.324*	0.632*	1.000							
X3	0.303*	0.602*	0.523*	1.000						
X4	0.368*	0.459*	0.626*	0.610*	1.000					
X5	0.412*	0.673*	0.555*	0.654*	0.602*	1.000				
X6	0.206*	0.213*	0.399*	0.261*	0.438*	0.272*	1.000			
X7	0.451*	0.426*	0.464*	0.550*	0.492*	0.582*	0.128*	1.000		
X8	0.425*	0.539*	0.577*	0.520*	0.590*	0.702*	0.323*	0.627*	1.000	
X9	0.350*	0.424*	0.472*	0.425*	0.456*	0.538*	0.371*	0.528*	0.635*	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

128

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.128 – 0.702 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไปได้

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้วยวิธี All Enter และเปรียบเทียบค่า Significant ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.549a	0.301	0.285	0.538

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) เท่ากับ 0.301 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ร้อยละ 30.10 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 69.90 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล โดยภาพรวม

	Model	SS	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.567	9	5.396	18.677	.000b
	Residual	112.683	390	0.289		
	Total	161.249	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

b. Predictors: (Constant) ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า มีอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ได้จากผลการวิเคราะห์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงผลดังตาราง 28

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	Beta			Toler	VIF
(Constant)	1.795	0.216		8.323	0.000**		
ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)	-0.215	0.045	-0.312	-4.726	0.000**	0.411	2.435
ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)	0.109	0.055	0.129	1.978	0.049**	0.421	2.373
ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (X3)	-0.004	0.051	-0.006	-0.087	0.930	0.434	2.302
ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X4)	0.037	0.054	0.044	0.671	0.503	0.417	2.398
ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)	0.199	0.054	0.272	3.680	0.000**	0.327	3.058
ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (X6)	0.046	0.047	0.049	0.967	0.334	0.707	1.415
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ กับเพื่อนร่วมงาน (X7)	0.233	0.055	0.255	4.200	0.000**	0.485	2.060
ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)	0.091	0.063	0.104	1.459	0.145	0.354	2.826
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (X9)	0.035	0.052	0.039	0.667	0.505	0.524	1.908

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

131

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Tolerance และ VIF ซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่เกิด Multicollinearity (Tolerance > 0.1, VIF < 10) (J. F. Hair, Jr., Black, Babin & Anderson, 2014)

โดยจากตาราง 28 ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.272
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.327 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 3.058 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X7)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.255
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.485 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.060 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
3. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.129
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.421 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.373 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)
   มีค่า Beta เท่ากับ -0.312
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.411 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.435 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10

จากผลการวิเคราะห์ตามตาราง 28 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตัวแปรตาม = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

Y = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

X1 = ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

X2 = ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

X3 = ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

X4 = ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

X5 = ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

X6 = ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

X7 = ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

X8 = ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

X9 = ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z = -0.215\ (X1) + 0.109\ (X2) + 0.199\ (X5) + 0.233\ (X7)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = 1.719 + -0.215\ (X1) + 0.109\ (X2) + 0.199\ (X5) + 0.233\ (X7)$

จากสมการปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล ในปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน และปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร -0.312 + 0.129 + 3.680 + 4.200 หน่วย ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ มีค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ในด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

ตัวแปรอิสระ	ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล	1.000									
X1	0.228*	1.000								
X2	0.421*	0.632*	1.000							
X3	0.340*	0.602*	0.523*	1.000						
X4	0.386*	0.459*	0.626*	0.610*	1.000					
X5	0.377*	0.673*	0.555*	0.654*	0.602*	1.000				
X6	0.218*	0.213*	0.399*	0.261*	0.438*	0.272*	1.000			
X7	0.476*	0.426*	0.464*	0.550*	0.492*	0.582*	0.128*	1.000		
X8	0.458*	0.539*	0.577*	0.520*	0.590*	0.702*	0.323*	0.627*	1.000	
X9	0.376*	0.424*	0.472*	0.425*	0.456*	0.538*	0.371*	0.528*	0.635*	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

135

จากตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.128 – 0.702 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไปได้

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้วยวิธี All Enter และเปรียบเทียบค่า Significant ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.565a	0.319	0.303	0.490

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) เท่ากับ 0.319 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ร้อยละ 31.90 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 68.10 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล โดยภาพรวม

	Model	SS	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	43.830	9	4.870	20.271	0.000b
1	Residual	93.697	390	0.240		
	Total	137.527	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

b. Predictors: (Constant) ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า มีอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ได้จากผลการวิเคราะห์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงผลดังตาราง 32

ตาราง 32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	Beta			Toler	VIF
(Constant)	1.762	0.197		8.961	0.000		
ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)	-0.143	0.041	-0.224	-3.441	0.001**	0.411	2.435
ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)	0.197	0.050	0.252	3.920	0.000**	0.421	2.373
ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (X3)	0.032	0.046	0.044	0.693	0.489	0.434	2.302
ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X4)	0.011	0.050	0.015	0.231	0.818	0.417	2.398
ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)	0.033	0.049	0.048	0.663	0.508	0.327	3.058
ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (X6)	0.026	0.043	0.030	0.610	0.542	0.707	1.415
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ กับเพื่อนร่วมงาน (X7)	0.223	0.051	0.265	4.416	0.000**	0.485	2.060
ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)	0.132	0.057	0.163	2.316	0.021**	0.354	2.826
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (X9)	0.038	0.047	0.046	0.798	0.425	0.524	1.908

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

138

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Tolerance และ VIF ซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่เกิด Multicollinearity (Tolerance > 0.1, VIF < 10) (J. F. Hair, Jr., Black, Babin & Anderson, 2014)

โดยจากตาราง 32 ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X7)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.265
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.485 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.060 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.252
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.421 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.373 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
3. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.163
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.354 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.826 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)
   มีค่า Beta เท่ากับ -0.224
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.411 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.435 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10

จากผลการวิเคราะห์จากตาราง 32 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตัวแปรตาม = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

Y = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

X1 = ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

X2 = ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

X3 = ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

X4 = ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

X5 = ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

X6 = ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

X7 = ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

X8 = ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

X9 = ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z = -0.143 (X1) + 0.197 (X2) + 0.223 (X7) + 0.132 (X8)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = 1.762 + -0.143 (X1) + 0.197 (X2) + 0.223 (X7) + 0.132 (X8)$

จากสมการปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล ในปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร -0.224 + 0.252 + 0.265 + 0.163 หน่วย ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าใน

งาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ มีค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ในด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

ตัวแปรอิสระ	ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร	1.000									
X1	0.161*	1.000								
X2	0.324*	0.632*	1.000							
X3	0.303*	0.602*	0.523*	1.000						
X4	0.368*	0.459*	0.626*	0.610*	1.000					
X5	0.412*	0.673*	0.555*	0.654*	0.602*	1.000				
X6	0.206*	0.213*	0.399*	0.261*	0.438*	0.272*	1.000			
X7	0.451*	0.426*	0.464*	0.550*	0.492*	0.582*	0.128*	1.000		
X8	0.425*	0.539*	0.577*	0.520*	0.590*	0.702*	0.323*	0.627*	1.000	
X9	0.350*	0.424*	0.472*	0.425*	0.456*	0.538*	0.371*	0.528*	0.635*	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

142

จากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จำแนกตามการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.128 – 0.702 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.80 ดังนั้นตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไปได้

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้วยวิธี All Enter และเปรียบเทียบค่า Significant ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 34 Model Summary ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า ทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.549a	0.301	0.285	0.538

a. Predictors: (Constant), ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร , ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) เท่ากับ 0.319 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ร้อยละ 30.10 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 69.90 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร โดยภาพรวม

	Model	SS	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	48.567	9	5.396	18.677	0.000b
1	Residual	112.683	390	0.289		
	Total	161.249	399			

a. Dependent Variable: การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

b. Predictors: (Constant) ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ, ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ, ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน, ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน, ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม, ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

จากตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน H1 และปฏิเสธสมมติฐาน H0

สรุปว่า มีอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ได้จากผลการวิเคราะห์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงผลดังตาราง 36

ตาราง 36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย จำแนกตามการเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร เมื่อพิจารณารายด้าน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	Beta			Toler	VIF
(Constant)	1.795	0.216		8.323	0.000		
ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)	-0.215	0.045	-0.312	-4.726	0.000**	0.411	2.435
ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)	0.109	0.055	0.129	1.978	0.049**	0.421	2.373
ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (X3)	-0.004	0.051	-0.006	-0.087	0.930	0.434	2.302
ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (X4)	0.037	0.054	0.044	0.671	0.503	0.417	2.398
ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)	0.199	0.054	0.272	3.680	0.000**	0.327	3.058
ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (X6)	0.046	0.047	0.049	0.967	0.334	0.707	1.415
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ กับเพื่อนร่วมงาน (X7)	0	0.055	0.255	4.200	0.000**	0.485	2.060
ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (X8)	0.091	0.063	0.104	1.459	0.145	0.354	2.826
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (X9)	0.035	0.052	0.039	0.667	0.505	0.524	1.908

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

145

จากตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Tolerance และ VIF ซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่เกิด Multicollinearity (Tolerance > 0.1, VIF < 10) (J. F. Hair, Jr., Black, Babin & Anderson, 2014)

โดยจากตาราง 36 ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (X5)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.272
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.327 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 3.058 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X7)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.255
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.485 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.060 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
3. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (X2)
   มีค่า Beta เท่ากับ 0.129
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.421 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.373 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10
4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ (X1)
   มีค่า Beta เท่ากับ -0.312
   มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
   มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.411 ซึ่งค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1
   มีค่า VIF เท่ากับ 2.435 ซึ่งค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10

จากผลการวิเคราะห์จากตาราง 36 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรต้น = ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตัวแปรตาม = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

Y = การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

X1 = ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

X2 = ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน

X3 = ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ

X4 = ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

X5 = ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน

X6 = ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร

X7 = ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

X8 = ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน

X9 = ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$Z = -0.143\ (X1) + 0.197\ (X2) + 0.223\ (X7) + 0.132\ (X8)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = 1.762 + -0.143\ (X1) + 0.197\ (X2) + 0.223\ (X7) + 0.132\ (X8)$

จากสมการปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร ในปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และปัจจัยด้านค่านิยม ในการทำงาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร -0.224 + 0.252 + 0.265 + 0.163 หน่วย ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ

องค์การ มีค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ในด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร

ตาราง 37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย	
1. ปัจจัยด้านเพศ	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
2. ปัจจัยด้านอายุ	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
3. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
4. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
5. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย	
1. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร	ยอมรับสมมติฐาน (H0)
7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน	ยอมรับสมมติฐาน (H1)
9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (H0)

จากตาราง 37 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านระดับ

การศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในส่วนของปัจจัยด้านเพศ และปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ไม่มีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษาวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์ของคน Generation Z ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

การดำเนินการศึกษาวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการดำเนินงานวิจัยจะเป็นลักษณะการวิจัยเชิงสารวจ (Survey Research) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) จาก กลุ่มคน Generation Z ในประเทศไทย ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย จะอ้างอิงถึงกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002 ในประเทศไทย จำนวน 400 คน ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และอัตราร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและมีข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ เป็นทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 2. อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1. สรุปผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 โดยมีอายุในช่วง 24 - 27 ปี มากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 มี

การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนใหญ่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และมีประสบการณ์ในการทำงาน 1 – 3 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรผลการศึกษาวิจัย ปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ทั้ง 9 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ และปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านจะมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน

รองลงมาคือ มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสารองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม เป็นต้น และ อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปีเป็นไปอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ องค์กรมีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจน ไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย รองลงมา คือ องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่าง

ต่อเนื่อง และองค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ รองลงมาคือ เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ ลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และ การตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถและ ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณสำหรับ ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้นตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงานมากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส รองลงมาคือ การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน และ การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ รองลงมาคือ มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ และ โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน ตามลำดับ

6. ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร และ องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ตามลำดับ

7. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน รองลงมาคือ เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ และ เพื่อนร่วมงานให้ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจตามลำดับ

8. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส รองลงมาคือ มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน และ ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม ตามลำดับ

9. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริหารงานด้วยหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ รองลงมาคือ มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก และ ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร ตามลำดับ

ผลการศึกษาวิจัย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร พบว่า ผู้ตอบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กรรองลงมา คือ ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล และปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านจะมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความน่าสนใจขององค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน รองลงมาคือ ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ ต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันกับท่าน ตามลำดับ

2. ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับเป้าหมายของบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะ และความสนใจของท่าน รองลงมาคือ ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา และ ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เท่านั้น ตามลำดับ

3. ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร ด้านระดับความสอดคล้องกับความสนใจของบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ทำให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้ รองลงมาคือ ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลักมากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน ตามลำดับ

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลสมมติฐานเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในส่วนของปัจจัยด้านเพศ และปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.645

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.716

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.035 โดยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า และผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 โดยพบว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร น้อย

กว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน สรุปผลวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน มีค่า Sig เท่ากับ 0.006 โดยพบว่า ที่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปีมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 3 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย อยู่ร้อยละ 30.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ไม่มีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

ส่วนที่ 2. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ผู้ศึกษาวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกันหรือไม่ โดย Independent-Samples T-Test และ One-Way ANOVA กำหนดระดับ นัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านเพศ และปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ย

ต่อเดือน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า และผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ามารถอธิบายได้ว่า ระดับการศึกษาทำให้บุคคลมีโอกาสในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่น่าสนใจ มีปัจจัยจูงใจสอดคล้องกับความต้องการ เป้าหมายส่วนบุคคล เนื่องด้วยระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้บุคคลมีความรู้ กระบวนการคิด ทักษะความสามารถ ที่เหมาะสมกับลักษณะงานที่มีความเฉพาะด้านมากขึ้น จึงทำให้มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรมของนักศึกษา สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรม แตกต่างกัน โดยที่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีแนวโน้ม ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานน้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 และงานศึกษาวิจัยของ Guodong Ni, Huaikun Li, Tinghao Jin, Haibo Hu, และ Ziyao Zhang (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของคนงานก่อสร้างที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศจีน (Analysis of Factors Influencing the Job Satisfaction of New Generation of Construction Workers in China (NGCW): A Study Based on DEMATEL and ISM) พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การพึงพอในใจการทำงาน แตกต่างกัน เนื่องจาก คนงานก่อสร้างที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศจีน (NGCW) ให้ความสำคัญต่อ การเลือกอาชีพ โดยกระบวนการคิด ลักษณะส่วนบุคคล, ทักษะความสามารถ, ลักษณะงาน, การพัฒนาอาชีพ, เงินเดือนและรางวัล, ด้านการคุ้มครองสิทธิ, สภาพแวดล้อมทางสังคม, ด้านความสมดุลระหว่างงานและครอบครัว ได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

2. ปัจจัยด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร น้อยกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท

สามารถอธิบายได้ว่า ยิ่งมีระดับรายรับเฉลี่ยต่อเดือนสูง จะยิ่งมีการวิเคราะห์ พิจารณา ถึงความน่าสนใจขององค์กร ความเหมาะสมที่สอดคล้องกับความสนใจ เป้าหมาย ส่วนบุคคล สูงขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของอารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีรายได้อยู่ในช่วงที่สูง คือ มากกว่า 150,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีรายได้น้อยกว่า 150,000 บาท และสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 26,000 – 30,000 บาท มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี มากกว่า ผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนในกลุ่ม 20,000 – 20,500 บาท 15,000 – 19,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ที่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 - 3 ปีมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 3 ปี

สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากเป็นช่วงที่ได้มีการเรียนรู้ สะสมประสบการณ์ด้านการทำงานในระดับหนึ่งพอสมควรแล้ว จึงเป็นช่วงของการทำงานที่ทำให้จะต้องตัดสินใจในการพิจาณาที่จะพัฒนาตนเองในการทำงานต่อไปในทิศทางใด จึงทำให้มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือก

เข้าทำงานในองค์กร มากกว่า ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน/ต่ำกว่า 1 ปี และผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 3 ปี

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของอารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยา แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 3 -5 ปี มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนของผู้แทนยามากกว่ากลุ่มผู้แทนยาที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการจูงใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจูงใจ ทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วม ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดย การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับ นัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีปัจจัยทั้งสิ้น 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สามารถอธิบายได้ว่า Generation Z ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ในการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กร เนื่องจาก Generation Z ต้องการการยอมรับ มีตัวตนในสังคม หากองค์กรมีสภาพแวดล้อม บรรยากาศในการทำงานที่ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานมีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมาก ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากเพื่อนร่วมงาน รับฟังความคิดเห็น ให้ความร่วมมือ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ มีแนวโน้มเพิ่มระดับการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยได้ เพราะ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยทำให้การทำงานลุลวง สำเร็จตามเป้าหมายโดยง่าย ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กรโดยตรง ตามหลักทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factors) หรือ ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก

(Extrinsic) สภาพแวดล้อมงาน ที่จะช่วยให้เกิดความพอใจในการทำงาน เสริมศักยภาพให้การทำงานมีประสิทธิภาพ เพิ่มผลผลิตได้ เช่น สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์กับคนในที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง พบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การทำงานแบบเป็นพี่เป็นน้อง มีความร่วมมือและช่วยเหลือกัน จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้พนักงานต้องการเลือกทำงานกับองค์กรนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับของ ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านปัจจัยจูงใจในการประกอบอาชีพ มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกอาชีพ เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ การทำงานร่วมกันให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผู้บังคับบัญชาให้คำแนะนำและการช่วยเหลือเป็นอย่างดี และงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติการจัดการทีมงาน มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การทำงานเป็นทีม เน้นหลักการบริหารบนลงล่าง และล่างขึ้นบน การเปิดโอกาสให้พนักงานทำโปรเจคร่วมกัน โดยเน้น Cross functional team ร่วมกันปรับปรุงระดมสมอง โดยสามารถรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อจากเพื่อนพนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ด้านมิติการสื่อสารภายในองค์การ มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การจัดการสื่อสารในทุกระดับ พนักงานสามารถเข้าใจสถานการณ์ และกลยุทธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่หัวหน้างานเข้าใจและยอมรับฟังความคิดเห็นและให้ความเป็นธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชาเท่าเทียมกัน และการทำงานในองค์กรที่เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และงานศึกษาวิจัยของ Salsabilla Kintan and M. Yuni Ros Bangun (2021) ทำการศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างความคาดหวัง ความตั้งใจในการสมัครงานของผู้สมัครงาน ผ่านการสร้างแบรนด์นายจ้างและการใช้โซเชียลมีเดีย กรณีศึกษา บริษัท PT XYZ (Enhancing Prospective. Candidates' Intention to Submit A Job Application. Through

Employer Branding and Social Media Use (A. Case Study of PT XYZ: Indonesian startup technology company) พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมสังคม มีผลต่อ ความตั้งใจในการสมัครงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงาน นั้น ให้ความสำคัญกับ การที่นายจ้างมอบสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี สนุก และมีความสุขให้กับลูกจ้าง นอกจากนี้ผู้สมัครงานยังต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาที่สนับสนุนกันและกันในการทำงาน อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ Wendy Colleen Farrell และ Tipnuch Phungsoonthorn (2020) ทำการศึกษาเรื่อง Generation Z ในประเทศไทย (Generation Z in Thailand) พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับจากสังคม ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม ให้ความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกัน พึ่งพาระหว่างกัน ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทาง ปัจจัยด้านความเป็นปัจเจกนิยม หรือ COL - Collectivism มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ ความเท่าเทียมในสังคม โดย Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่ ปัจจัยด้านการยอมความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในเรื่องของอำนาจ หรือ PD - Power Distance มีค่าต่ำ ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น และงานศึกษาวิจัยของ Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, และ Yesiana Ihda Kusnayaina (2021) ทำการศึกษาเรื่อง แบรนด์นายจ้างที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดนักศึกษา Generation Z เข้าทำงานใน Start-up Unicorn (The Influence of Employer Branding Towards Generation Z Students Attractiveness on Start-up Unicorn)พบว่า ปัจจัยด้านความหลากหลาย มีผลต่อ การดึงดูดการเข้าทำงาน เนื่องจาก เนื่องจาก นักศึกษาGeneration Z ให้ความสำคัญกับ การยอมรับความหลากหลายในที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ตำแหน่งงาน ความสามารถ เชื้อชาติและวัฒนธรรม รวมไปถึงงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี พบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อ ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ เต็มความสามารถ ให้การยอมรับ ความช่วยเหลือ รับฟังความเห็น มีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมากนัก

2. ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สามารถอธิบายได้ว่า Generation Z ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ในการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กร เนื่องจากหากองค์กรสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่บุคลากรว่าจะสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ สามารถทำอาชีพได้ตามระยะเวลาที่กำหนดหรือตรงกับเป้าหมายที่เป็นความต้องการส่วนบุคคล เช่น องค์กรมีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ มีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจน ไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย องคร์กรเจริญเติบโตและมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง สร้างความเชื่อมั่นให้บุคคลากรโดยหากปฏบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด เป็นต้น ก็จะมีแนวโน้มเพิ่มระดับการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยได้ เพราะความมั่นคงในหน้าที่การงานจะทำให้สามารถมีรายได้ หรือค่าตอบแทนที่สามารถใช้ในการดำรงชีวิตได้อย่างเพียงพอ อีกทั้งการมีตำแหน่งงานที่มั่นคงจะส่งผลต่อโอกาสการเจริญก้าวหน้าทางอาชีพในอนาคตอีกด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน ส่งผล ต่อ ระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานคิดว่าองค์กรมีความมั่นคง และถ้าตนได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐาน ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไป ปัจจัยดังกล่าวจะดึงดูดให้ผู้สมัครต้องการทำงานกับองค์กรนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก องค์กรที่มีความมั่นคง มีโอกาสเติบโตในอนาคต และผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสที่จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดไปหากได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและผลงานได้มาตรฐาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงาน และงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บมจ. ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และ พนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีความมั่นคง เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, และLestari Adhi Widyowati (2022) ทำการศึกษา

เรื่อง ความคาดหวังในการทำงานและความตั้งใจที่จะสมัครงานของ Generation Z ชาวอินโดนีเซีย: บาทบาทของโซเชียลมีเดีย (Indonesian Generation Z Work Expectation and Intention to Apply for Job: Role of Social Media) พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน มีผลต่อความตั้งใจที่จะสมัครงาน เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับ การเลือกอาชีพที่มี ความมั่นคงในงาน (work security), มีการสนับสนุนการพัฒนาในการทำงาน (Coaching manager), มีสวัสดิการที่ดี โดยเฉพาะประกันสุขภาพ (Health Insurance) อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ Wendy Colleen Farrell และ Tipnuch Phungsoonthorn (2020) ทำการศึกษาเรื่อง Generation Z ในประเทศไทย (Generation Z in Thailand) พบว่า โดยปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีผลต่อ ค่านิยมของงาน เนื่องจาก Generation Z ให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรมและค่านิยมที่มีความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน ให้ค่านิยมในการทำงานที่มีการกำหนดเป็นขั้นตอน ชัดเจน มีกฎและระเบียบในการดำเนินงาน นิยมการทำงานลักษณะ แบบกลุ่ม หรือทีม ที่ช่วยและร่วมกันตัดสินใจ ยิ่ง Generation Z ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มให้ความสำคัญไปทาง ปัจจัยด้านมิติวัฒนธรรมด้านการนิยมความชัดเจนแน่นอน หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน หรือ UA - Uncertainty Avoidance มากขึ้น ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่า Generation Z จะยิ่งเห็นคุณค่าของ ค่านิยมของงาน หรือ work values และ work reward มากขึ้น

3. ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สามารถอธิบายได้ว่า Generation Z ให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงาน เนื่องจากหากองค์กรมีค่านิยมในการทำงานเช่นเดียวกันกับ Generation Z ซึ่งมองหาองค์กรและนายจ้างที่มีค่านิยมในการทำงานเช่นเดียวกับตนเอง เช่น องค์กรให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส เปิดกว้างทางความคิด ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเท่าเทียม องค์กรมีความยืดหยุ่นในการบริหารงาน มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร ให้อิสระในการปฏิบัติงาน องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ทำให้บุคคลากรได้รับการยอมรับในสังคม ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น ดังนั้นหากองค์กรมีค่านิยมในการทำงานเช่นเดียวกันกับ Generation Z ก็จะมีแนวโน้มเพิ่มระดับการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยได้

ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง พบว่า ปัจจัยด้านค่านิยม ส่งผล ต่อระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญกับงานที่เน้นความสัมฤทธิ์ผล มีศักดิ์ศรีได้รับเกียรติจากการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ ธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจจัยด้านด้านทฤษฎีเกณฑ์การเลือกอาชีพ มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกอาชีพ เนื่องจาก พนักงานองค์กรเอกชนให้ความสำคัญต่อ ความภาคภูมิใจของครอบครัวที่มีต่ออาชีพที่เลือกทำงานเป็นอาชีพที่มีเกียรติ และตรงกับความชอบส่วนบุคคล อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านบรรยากาศและการบริหารองค์กร มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ ทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ปรับตัวทันกระแสสังคมและกระแสโลก เปิดกว้างทางความคิดโดยพนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ให้อิสระในการทำงาน ไม่ตีกรอบ ให้คุณค่ากับพนักงานมากกว่าผลกำไร ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความทุ่มเทของพนักงาน ให้ความเท่าเทียม ไม่มีอคติ และเป็นองคกรที่ทำให้พนักงานได้รับการยอมรับในสังคม

4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สามารถอธิบายได้ว่า Generation Z ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลตอบแทน และสวัสดิการ ในการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กร เนื่องจากหากองค์กรมีการจัดการความเหมาะสมของเงินเดือนให้ตรงกับระดับความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง วันหยุด วันลา วันพักร้อน เป็นต้น มีโบนัส ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม ก็จะมีแนวโน้มเพิ่มระดับการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ในประเทศไทยได้ เพราะผลตอบแทน และสวัสดิการส่งผลในการดำรงชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผล ต่อระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานคาดหวังจะได้รับผลตอบแทนทั้งในรูปแบบเงินเดือน โบนัส ค่าล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล วันลาพักร้อน และ

อัตราการ ปรับขึ้นของเงินเดือนในระดับที่เหมาะสมกับความทุ่มเท ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทน มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผลตอบแทนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เป็นสิ่งที่ผู้สาเร็จการศึกษาคาดหวังจากการปฏิบัติงาน หากองค์กรใดให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อความรู้ ความสามารถ และหน้าที่ความรับผิดชอบของตน ย่อมส่งผลให้ผู้สาเร็จการศึกษาตัดสินใจเลือกทางานกับองค์กรนั้น รวมทั้งค่าตอบแทนที่เหมาะสม ยังเป็นเครื่องมือดึงดูดบุคลากรให้เข้ามาร่วมงานกับองค์กรและช่วยรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้อยู่กับองค์กรต่อไปด้วย และงานศึกษาวิจัยของ ขจรยศ ศรีแสงจันทร์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงานของคนรุ่นใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการให้รางวัลและการยอมรับ ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การที่องค์การมีระบบค่าตอบแทนที่เหมาะสม ทั้งค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน เช่นเงินเดือน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส และค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การชื่นชมยอมรับในการทำงาน รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจด้วยคุณค่าและความรู้สึกเป็นสิ่งที่สาคัญของผู้สมัครงาน เพราะค่าตอบแทนถือเป็นสิ่งที่สาคัญในการตัดสินใจเลือกทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อ การสมัครงานและเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก การได้รับการสนับสนุนการปฏิบัติงานที่ดี และการได้รับการดูแลเอาใจใส่รวมทั้งความช่วยเหลือในการทำงานเป็นปัจจัยที่ผู้สมัครงานให้ความสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ผู้สมัครงานที่ต้องการทำงานในองค์การที่มีการสนับสนุนการปฏิบัติงานทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวในการทำงาน เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ นุจรี สุพัฒน์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงาน อิทธิพลต่อ ความตั้งใจในการเลือกสมัครงาน เนื่องจาก นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังหางานทำ ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่บุคลากรมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้เงินเดือนในระดับที่ต้องการที่สูงกว่าที่อื่น มีรายได้รวมเป็นที่น่าดึงดูดใจ และรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กร และงานศึกษาวิจัยของ โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บมจ. ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการ มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจากบริษัทอื่น และ พนักงานที่เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงไทยเป็นที่แรก ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ได้รับสวัสดิการที่ดี เช่น สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลให้สามี หรือลูกได้ หรือสามารถที่จะกู้เงินได้โดยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ เป็นต้น อีกทั้งงานศึกษาวิจัยของ ธีรินทร นวลฤทัย (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง

การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้มิติการสร้างแบรนด์นายจ้าง ด้านมิติหน่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน มีผลต่อ การการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก พนักงานและผู้สมัครงานภายนอก ให้ความสำคัญกับ การที่มีวิถีการทำงานที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ มาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบ E-Ordering หรือระบบติดตามสถานะการขนส่งโดยใช้ GPRS และงานศึกษาวิจัยของ อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านเกื้อกูล มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรที่มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน เช่นการจัดทริปไปต่างประเทศ จึงทำให้เกิดเป็นความคาดหวังของผู้แทนยาที่ตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในบริษัทยาเอกชนนั้นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน เนื่องจาก ผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชน นั้น ให้ความสำคัญกับ การทำงานในองค์กรเอกชน ที่ได้รับความคุ้มครองในด้านความมั่นคงปลอดภัย เช่น การมีประกันชีวิตหรือค่ารักษาพยาบาลให้เมื่อเจ็บป่วย เงินบำเหน็จสำหรับผู้ที่เกษียณอายุ เป็นต้น เช่นเดียวกันกับงานศึกษาวิจัยของ ศุภานัน พุฒตาล (2562) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน มีผล ต่อ การตัดสินใจเลือกทำงาน เนื่องจาก ผู้สมัครงานให้ความสำคัญต่อสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งด้วยความยุติธรรม มีการปรับเงินเดือนแต่ละปีอย่างเหมาะสม เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับปริมาณงาน และงานศึกษาวิจัยของ Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, และLestari Adhi Widyowati (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังในการทำงานและความตั้งใจที่จะสมัครงานของ Generation Z ชาวอินโดนีเซีย: บาทบาทของโซเชียลมีเดีย (Indonesian Generation Z Work Expectation and Intention to Apply for Job: Role of Social Media) พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน มีผลต่อ ความตั้งใจที่จะสมัครงาน เนื่องจาก Generation Z ชาวอินโดนีเซียให้ความสำคัญกับ การเลือกอาชีพ ที่มี ความมั่นคงในงาน (work security), มีการสนับสนุนการพัฒนาในการทำงาน (Coaching manager), มีสวัสดิการที่ดีโดยเฉพาะประกันสุขภาพ (Health Insurance) รวมไปถึงงานศึกษาวิจัยของ จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์ (2562) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโปรแกรมเมอร์กับองค์กรธุรกิจ พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง มีผลต่อ การตัดสินใจเลือก

ทำงาน เนื่องจาก พนักงานโปรแกรมเมอร์ ให้ความสำคัญต่อ การเลือกทำงานในองค์กรที่มีนโยบายส่งพนักงานไปทำงานยังสาขาต่างประเทศ

ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ผู้ศึกษาวิจัยสามารถนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับ การเสริมสร้าง การพัฒนา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ทั้งเพื่อร่วมงานระดับเดียวกัน และระดับผู้บังคับบัญชา โดยเน้นในการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในการทำงานเป็นทีม เช่น กิจกรรม Tean building กิจกรรมพักผ่อนประจำปี เป็นต้น เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กร ที่บุคลากรความสัมพันธ์ต่อกันที่มีความเป็นกันเอง เกิดความผูกพันธ์กันในองค์กร ทำให้บรรยากาศในการทำงานเป็นบรรยากาศที่สร้างความสบายใจในการทำงานแก่บุคลากร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ Generation Z ตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรได้มากขึ้น

2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับ กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร โดยนอกจากการแนะนำองค์กร ตำแหน่งงานที่ต้องการเปิดรับแล้ว องค์กรควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านโอกาสการเจริญเติบโตขององค์กร โอกาสในการเจริญเติบโตของบุคลากร ความมั่นคงในหน้าที่การงานของบุคคลากร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยให้ Generation Z ตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรได้มากขึ้น

3. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับ การสร้างค่านิยมในองค์กร เช่น มีการวัดผลความสำเร็จที่เกิดจากการทำงานของบุคลากรในแต่ละไตรมาส หรือแต่ละโปรเจคที่บุคลากรได้รับมอบหมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้ความร่วมมือของบุคคลกรในแผนกเดียวกัน และต่างแผนก ด้านความสำเร็จของงานตามระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการมอบรางวัลแก่บุคลากรหรือทีมที่ประความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด มีการทำประชาสัมพันธ์ทางการตลาดให้บริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความรู้สึก ความเป็นเกียรติ ภูมิใจในอาชีพของตน เป็นต้น ซึ่งจะสามารถช่วยให้ Generation Z ตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรได้มากขึ้น

4. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับ ค่าตอบแทน และสวัสดิการ โดยจัดสรรให้ตรงตามความต้องการของบุคลากร โดยควรมีการกำหนดนโยบายในส่วนของ ค่าตอบแทน และสวัสดิการ ให้เหมาะสม ตรงตามความต้องการของบุคลากร และแตกต่างจากองค์กรอื่น เช่น การให้อัตราเงินเดือน

โบนัสประจาปี อัตราการขึ้นเดือน ค่าล่วงเวลา อย่างเหมาะสม มีการให้สวัสดิการที่บุคลากรสามารถมาเลือกได้ตามความเหมาะสมของบุคคล เป็นต้น ซึ่งจะสามารถช่วยให้ Generation Z ตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากแบบสอบถามอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งข้อมูลสาคัญบางอย่างหรือรายละเอียดเชิงลึกอาจต้องใช้การเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพิ่มเติมจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม อีกทั้งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามค่อนข้างจากัด (ระหว่างเมษายน 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2566) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ได้จึงอาจสามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้

2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ด้านภูมิลำเนา ด้านภาระค่าใช้จ่ายรายเดือน เป็นต้น

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านการจูงใจในด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหางาน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในที่ทางาน เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

องค์กรสามารถนำผลวิจัยในครั้งนี้ ไปวิเคราะห์ผล สำหรับจัดทำแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มอัตราการดึงดูดคน Generation Z ให้เข้ามาทำงานในองค์กร โดยจัดทำเป็นเอกสารเผยแพร่ให้ผู้บริหารในแต่ละระดับได้ศึกษา และเรียนรู้ร่วมกัน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ขจรยศ ศรีแสงจันทร์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครงานและการเลือกเข้าทำงานของคนรุ่นใหม่ กรณีศึกษาองค์การที่เป็นธุรกิจครอบครัวขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์., คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

จิราภรณ์ ไกรสวัสดิ์. (2562). *ปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานโปรแกรมเมอร์กับองค์กรธุรกิจ*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 12. (หน้า 69). นนทบุรี : บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสซิฟ จำกัด.

ธีรยุทธ แก้วเกร็ด. (2561). *การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐม.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

ธีรินทร นวลฤทัย. (2561). *การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) กับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.

นุจรี สุพัฒน์. (2560). ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี* ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2560, 68 – 79.

บวรรัตน์ ธนาฤทธิวราภัค. (2561). *ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัคร\งาน ของกลุ่มคนเจเนอเรชั่น แซด ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

พัชรินทร์ ชุติพงศ์รุ่งโรจน์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. , คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัท ตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

โรจน์ลักษณ์ ชื่นชลธี. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บมจ. ธนาคารกรุงไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.

ศุภานัน พุฒตาล. (2562). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานมหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี*. (รายงานวิจัย) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กองบริหารงานบุคคล. ฐานข้อมูลงานวิจัย (DSpace JSPUI).

สุรศักดิ์ ประสาร และ ปรีดา ไชยา. (2559). ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานโรงแรมของนักศึกษา สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมที่ศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี* ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (2016): มกราคม – มิถุนายน, 119 – 133.

อารีย์ญา ดิลกพัฒนมงคล. (2561). *ปัจจัยเรื่องสวัสดิการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของผู้แทนยาในบริษัทยาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.

เอลวิส โคตรชมภู และ จุฬาพรรณภรณ์ ธนะแพทย์. (2565). “การบริหารทุนมนุษย์ในยุคศตวรรษที่ 21” *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์* ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2565), 1017 – 1028.

Adelia Shabrina Pramekaa, Abdullah Sanusib, Ooji Futari Ila, & Yesiana Ihda Kusnayaina. (2021). *The Influence of Employer Branding Towards Generation Z Students Attractiveness on Start-up Unicorn*. ReserchGate, Hasanuddin Economics and Business Review 05:2 (2021), 36–40.

Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques, (Second Edition)*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Guodong Ni, Huaikun Li, Tinghao Jin, Haibo Hu, & Ziyao Zhang. (2022). *Analysis of Factors Influencing the Job Satisfaction of New Generation of Construction Workers in China: A Study Based on DEMATEL and ISM*. MDPI, Buildings 2022, 12(5), 609.

Huber P., Schubert H.J. (2019). *Attitudes about work engagement of different generations – A cross-sectional study with nurses and supervisors*. J Nurs Manag. 2019 Oct;27(7):1341-1350.

Ilhan U.D. (2020). *How Generations Perceive Each Other in Terms of their Attitudes towards work: A Qualitative Analysis on Generation X And Generation Y*. Int. J. Contemp. Econ. Adm. Sci., 10, 107–130.

Inta Hartaningtyas Rani, Jara Hardiyanti Jalih, & Lestari Adhi Widyowati. (2022). *Indonesian Generation Z Work Expectation and Intention to Apply for Job: Role of Social Media*. Quantitative Economics and Management Studies (QEMS), Vol. 3 No. 2 (2022).

Lorena Ronda, Carmen Abril, & Carmen Valor. (2020). *Job choice decisions: understanding the role of nonnegotiable attributes and trade-offs in effective segmentation*. Emerald Publishing Limited, 0025-1747.

Nazifah HUSAINAH, Siti HAFNIDAR, & Nandan LIMAKRISNA. (2022). *Determinants of self-efficacy to generation z job satisfaction*. Journal of Positive School Psychology 2022, Vol. 6, No. 5, 850 – 860.

Rzemieniak, M.; Wawer, M. *Employer Branding in the Context of the Company's Sustainable Development Strategy from the Perspective of Gender Diversity of Generation Z*. Sustainability 2021, 13, 828.

Salsabilla Kintan & M. Yuni Ros Bangun. (2021). Enhancing Prospective. Candidates' Intention to Submit A Job Application. Through Employer Branding and Social Media Use (A. Case Study of PT XYZ). *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, Volume:6 Issues: 32 March (2021), 140 - 148.

Thang Nguyen Ngoc, Mai Viet Dung, Chris Rowley, & Mirjana Peji´c Bach. (2022). Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and emerging economy. SAGE journals, *International Journal of Engineering Business Management* Volume 14: 1–13.

Wendy Colleen Farrell & Tipnuch Phungsoonthorn. (2020). Generation Z in Thailand. The Management Center Innsbruck (MCI), International business university in Austria. SAGE journals, *International Journal of Cross Cultural Management 2020*, Vol 20, Issue 1, 2020.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ชุดที่...../400

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยนเรศวร

- - - -

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ให้ไว้หน้าข้อความ โดยเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002

☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ให้ไว้หน้าข้อความ โดยเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ (Sex)

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ (Age)

☐ 1) 20 - 23 ปี ☐ 2) 24 - 27 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด (Education)

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี/เทียบเท่า ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน (Income)

☐ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 2) 10,001 - 20,000 บาท

☐ 3) 20,001 - 30,000 บาท ☐ 4) มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป

5. ประสบการณ์ในการทำงาน (Work experience)

☐ 1) ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน / ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2) 1 – 3 ปี

☐ 3) มากกว่า 3 ปี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

คำชี้แจง: แบบสอบถามมีทั้งหมด 9 ข้อ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามระดับคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละช่องมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับการมีอิทธิพล
ระดับ 5	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลมาก
ระดับ 3	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อย
ระดับ 1	หมายถึง ระดับการมีอิทธิพลน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับการมีอิทธิพล				
		1	2	3	4	5
1	**ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits)**					
1.1	ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน					
1.2	อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม					
1.3	มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน , ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น					
1.4	มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม					
2	**ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security)**					
2.1	องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ					
2.2	องค์กรมีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจน ไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย					
2.3	องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง					
2.4	องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับการมีอิทธิพล				
		1	2	3	4	5
3	**ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Description, Learning, and Development)**					
3.1	ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณสำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอ ต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น					
3.2	ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ					
3.3	มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ					
3.4	เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์					
4	**ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal)**					
4.1	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ					
4.2	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง					
4.3	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส					
4.4	มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน					
5	**ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path)**					
5.1	มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อน					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับการมีอิทธิพล				
		1	2	3	4	5
	บุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน					
5.2	โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน					
5.3	เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ					
5.4	นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ					
6	**ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation)**					
6.1	องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป					
6.2	องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ					
6.3	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร					
6.4	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปกิบัติงาน เป็นต้น					
7	**ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues)**					
7.1	เพื่อนร่วมงานมีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมาก					
7.2	เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้ความสามารถ					
7.3	เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน					
7.4	เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน					
8	**ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values)**					
8.1	ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส					
8.2	มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร					
8.3	องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน					
8.4	ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม					
9	**ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)**					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับการมีอิทธิพล				
		1	2	3	4	5
9.1	มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร					
9.2	ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร					
9.3	การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก					
9.4	บริหารงานด้วยหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

คำชี้แจง: แบบสอบถามมีทั้งหมด 8 ข้อ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องตามระดับคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละช่องมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความเห็น
ระดับ 5	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถามวัดระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับความเห็น				
		1	2	3	4	5
1	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา ทางเลือก					
2	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะ และความสนใจของท่าน ทางเลือก					

คำถามวัดระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร		ระดับความเห็น				
		1	2	3	4	5
3	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลัก มากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน กระบวนการ					
4	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีสถานที่ตั้งขององค์กรสะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก โครงสร้าง					
5	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ทำให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้ กระบวนการ					
6	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน กระบวนการ					
7	ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เท่านั้น					
8	ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันกับท่าน					

ภาคผนวก ข เอกสารผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์

ปัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
มอบเกียรติบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ปริศรา ธานีใหญ่

ได้เข้าร่วมโครงการอบรมจริยธรรมการวิจัยระดับปัณฑิตศึกษา
วันสังคารที่ 16 สิงหาคม 2565
ผ่านระบบออนไลน์ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Teams

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภรองกาญจน์ พุทิพย์)
คณบดีปัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

หมายเลขใบรับรอง:

25 มิถุนายน 2022

856b695ccab44a7e9ac7e67e322cc5ec

ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z

ผู้ทำการศึกษาวิจัย นางสาวปริศรา ธานีใหญ่ รหัสประจำตัวนิสิต 64070528

คำชี้แจง (สำหรับผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน)

เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม ถึงความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย ว่ามีความเหมาะสมต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z ให้ท่านทำการประเมินความเที่ยงตรงโดยพิจารณาข้อคำถามงานวิจัย ว่ามีความเหมาะสมและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่ และให้ทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความเห็น
+1	ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
0	ผู้ตรวจสอบไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
-1	ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

หมายเหตุ:
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1. สัญลักษณ์ระบุผู้เชี่ยวชาญ คือ (1)
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2. สัญลักษณ์ระบุผู้เชี่ยวชาญ คือ (2)
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3. สัญลักษณ์ระบุผู้เชี่ยวชาญ คือ (3)

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

ลำดับ	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		1	2	3			
1	ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2545 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002 ☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)	+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	(ผู้วิจัยปรับแก้ไขคำถามในข้อนี้จากคำถามเดิม “ ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2552 หรือ ค.ศ. 1995 ถึง 2002)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับ	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		1	2	3			
1	เพศ (Sex) ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง	+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
2	อายุ (Age) ☐ 1) 20 - 23 ปี ☐ 2) 24 - 27 ปี	+1	0	+1	0.67	ผ่านเกณฑ์	(2) ถ้าอายุน้อยกว่า 20 ปี จะต้องทำอย่างไร
3	ระดับการศึกษาสูงสุด (Education) ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี/เทียบเท่า ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
4	รายรับเฉลี่ยต่อเดือน (Income) ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 2) 10,001 - 20,000 บาท ☐ 3) 20,001 - 30,000 บาท ☐ 4) 30,001 บาท ขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
5	ประสบการณ์ในการทำงาน (Work experience) ☐ 1) ยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน / ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2) 1 – 3 ปี ☐ 3) มากกว่า 3 ปี	+1	0	+1	0.67	ผ่านเกณฑ์	(2) ควรแยกไม่มีประสบการณ์ออก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	1	2	3			
1	ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits)											
1.1	ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน						+1	0	+1	0.67	ผ่านเกณฑ์	(2) ควรแยกปริมาณงานออก
1.2	อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม						+1	+1	0	0.67	ผ่านเกณฑ์	(3) หากเพิ่งเข้าทำงานจะสามารถตอบคำถามได้หรือไม่
1.3	มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น						+1	0	+1	0.67	ผ่านเกณฑ์	(2) ค่าล่วงเวลาควรอยู่ข้อ 1.4
1.4	มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงานให้อย่างเหมาะสม						+1	+1	0	0.67	ผ่านเกณฑ์	(3) หากเพิ่งเข้าทำงานจะสามารถตอบคำถามได้หรือไม่

187

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	1	2	3			
2	ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security)											
2.1	องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
2.2	องค์กรมีสัญญาในการจ้างบุคลากรที่ชัดเจนไม่เลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย						+1	0	0	0.33	ไม่ผ่านเกณฑ์	(2) ใช้เกณฑ์อะไรตัดสิน (3) จะสามารถรับรู้ได้อย่างไร ผู้วิจัยปรับแก้ไขคำถามในข้อนี้จากคำถามเดิม “องค์กรไม่มีการเลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย”
2.3	องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
2.4	องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด						
		5	4	3	2	1	1	2	3			
3	ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Description, Learning, and Development)											
3.1	ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณสำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอ ต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
3.2	ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
3.3	มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด						
		5	4	3	2	1	1	2	3			
3.4	เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
4	ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal)											
4.1	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
4.2	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
4.3	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
4.4	มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด						
		5	4	3	2	1	1	2	3			
5	ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path)											
5.1	มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
5.2	โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
5.3	เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
5.4	นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
6	ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation)											
6.1	องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
6.2	องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด						
		5	4	3	2	1	1	2	3			
6.3	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
6.4	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปกิบัติงาน เป็นต้น						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
7	ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues)											
7.1	เพื่อนร่วมงานมีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับขั้นในการทำงานมาก						+1	-1	+1	0.33	ไม่ผ่านเกณฑ์	(3) คำถามซ้ำกับ 7.2หรือไม่ ผู้วิจัยปรับแก้ไขคำถามในข้อนี้จากคำถามเดิม “เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ”
7.2	เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจ อย่างเต็มความรู้						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	ผู้วิจัยปรับแก้ไขคำถามเพิ่ม “ความช่วยเหลือ” ลงในคำถามข้อนี้

192

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	1	2	3			
	ความสามารถ											
7.3	เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
7.4	เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
8	ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values)											
8.1	ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
8.2	มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
8.3	องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน						+1	+1	0	0.67	ผ่านเกณฑ์	(3) คำถามไม่ชัดเจน
8.4	ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
9	ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility)											
9.1	มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	ปัจจัยด้านการจูงใจ	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด						
		5	4	3	2	1	1	2	3			
	โดยรอบองค์กร											
9.2	ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
9.3	การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	
9.4	บริหารงานด้วยหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติหรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น						+1	+1	+1	1.00	ผ่านเกณฑ์	

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร

ลำดับ	คำถามวัดระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1	1	2	3			
1	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
2	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะ และความสนใจของท่าน						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
3	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลักมากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
4	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
5	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ทำให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	

ลำดับ	คำถามวัดระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร	ระดับการมีอิทธิพล					ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ตัดสินใจไม่ได้ / ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1	1	2	3			
6	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
7	ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจเท่านั้น						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	
8	ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ ต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันกับท่าน						+1	+1	+1	**1.00**	ผ่านเกณฑ์	

196

ตารางแสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟ่า โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละข้อคำถามจากกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
ปัจจัยด้านการจูงใจ		
1	ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) Total Cronbach's Alpha = 0.928	
1.1	ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน	0.901
1.2	อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม	0.900
1.3	มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสารองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น	0.932
1.4	มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม	0.885
2	ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security) Total Cronbach's Alpha = 0.858	
2.1	องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ	0.817
2.2	องค์กรไม่มีการเลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย	0.857
2.3	องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง	0.821
2.4	องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด	0.783
3	ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Description, Learning, and Development) Total Cronbach's Alpha = 0.935	
3.1	ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณ สำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอ ต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น	0.928

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
3.2	ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	0.909
3.3	มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ	0.888
3.4	เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์	0.931
4	ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) Total Cronbach's Alpha = 0.937	
4.1	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ	0.908
4.2	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง	0.929
4.3	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส	0.919
4.4	มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน	0.914
5	ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path) Total Cronbach's Alpha = 0.965	
5.1	มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน	0.957
5.2	โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน	0.953
5.3	เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ	0.948
5.4	นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ	0.960
6	ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) Total Cronbach's Alpha = 0.860	
6.1	องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป	0.787
6.2	องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ	0.821
6.3	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร	0.841
6.4	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น	0.830

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
7	ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues) Total Cronbach's Alpha = 0.936	
7.1	เพื่อนร่วมงานให้ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ	0.912
7.2	เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจอย่างเต็มความรู้ความสามารถ	0.912
7.3	เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน	0.926
7.4	เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน	0.916
8	ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values) Total Cronbach's Alpha = 0.862	
8.1	ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส	0.823
8.2	มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร	0.824
8.3	องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	0.809
8.4	ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม	0.841
9	ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) Total Cronbach's Alpha = 0.936	
9.1	มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร	0.936
9.2	ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร	0.923
9.3	การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก	0.897
9.4	บริหารงานหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น	0.929
การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร Total Cronbach's Alpha = 0.823		
1	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา	0.843
2	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะ และความสนใจของท่าน	0.794

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
3	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลักมากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน	0.794
4	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก	0.821
5	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้	0.792
6	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน	0.774
7	ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจเท่านั้น	0.788
8	ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ ต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันท่าน	0.808

ตารางแสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟ่า โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละข้อคำถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
ปัจจัยด้านการจูงใจ		
1	**ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and Benefits) Total Cronbach's Alpha = 0.904**	
1.1	ได้รับเงินเดือนในระดับที่เหมาะสม ต่อความรู้ ความสามารถ ระดับการศึกษา และปริมาณงาน	0.871
1.2	อัตราการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละปี เป็นไปอย่างเหมาะสม	0.863
1.3	มีสวัสดิการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น อุปกรณ์ในการทำงาน, ค่ารักษาพยาบาล, เงินกองทุนสารองเลี้ยงชีพ, ค่าทำงานล่วงเวลา, เบี้ยเลี้ยง, วันหยุด, วันลา, วันพักร้อน เป็นต้น	0.895
1.4	มีโบนัส, ค่าตอบแทนพิเศษที่เกิดจากผลของการทำงาน ให้อย่างเหมาะสม	0.873
2	**ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Employment security) Total Cronbach's Alpha = 0.908**	
2.1	องค์กรมีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ	0.885
2.2	องค์กรไม่มีการเลิกจ้างบุคลากรโดยง่าย	0.896
2.3	องค์กรมีการเจริญเติบโต และมีผลประกอบการดีอย่างต่อเนื่อง	0.872
2.4	องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าหากบุคลากร ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ สร้างผลงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ก็จะสามารถปฏิบัติงานในองค์กรไปได้ตลอด	0.871
3	**ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ (Job Description, Learning, and Development) Total Cronbach's Alpha = 0.925**	
3.1	ให้ความสำคัญในการวางแผน และจัดสรรงบประมาณ สำหรับให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถของบุคลากร อย่างเหมาะสม เพียงพอ ต่อเนื่อง ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เช่น การจัดอบรมภายในองค์กร, การอบรมกับองค์กรเอกชน, การไปอบรมที่ต่างประเทศ เป็นต้น	0.914

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
3.2	ให้การสนับสนุน และส่งเสริม โอกาสในการเรียนรู้ และพัฒนาความสามารถ อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	0.895
3.3	มีลำดับ ขั้นตอน ในการทำงานอย่างชัดเจน ให้อำนาจในการรับผิดชอบ อิสระทางความคิด และการตัดสินใจในการเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และท้าทายความรู้ความสามารถ	0.891
3.4	เปิดโอกาสให้บุคลากร สามารถเรียนรู้การทำงานข้ามสายงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์	0.908
4	**ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) Total Cronbach's Alpha = 0.886**	
4.1	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระบบอย่างชัดเจน เหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ	0.852
4.2	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน มีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง	0.868
4.3	การวัดและประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลงาน มากกว่า ตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโส	0.841
4.4	มีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงาน และมีการหารือเกี่ยวกับผลการประเมินต่อบุคลากรที่ได้รับการประเมิน	0.851
5	**ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน (Career path) Total Cronbach's Alpha = 0.934**	
5.1	มีแผนพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สนับสนุนและขับเคลื่อนบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างชัดเจน	0.930
5.2	โอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงานอาชีพอย่างชัดเจน	0.901
5.3	เกณฑ์พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งมีความชัดเจน และบุคลากรรับทราบ	0.910
5.4	นโยบายการเลื่อนตำแหน่ง มีความเหมาะสม ยุติธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล อายุงาน หรือลำดับความอาวุโสเป็นสำคัญ	0.912
6	**ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) Total Cronbach's Alpha = 0.811**	
6.1	องค์กรเป็นที่รู้จักกว้างขวางในบุคคลทั่วไป	0.765
6.2	องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ	0.759
6.3	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญกับบุคคลากร	0.765
6.4	องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้ความสำคัญด้านนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น	0.764

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
7	**ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with colleagues) Total Cronbach's Alpha = 0.888**	
7.1	เพื่อนร่วมงานให้ ความช่วยเหลือ ในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ	0.868
7.2	เพื่อนร่วมงานให้ ความร่วมมือ ในการปฏิบัติงานร่วมกันด้วยความเต็มใจอย่างเต็มความรู้ความสามารถ	0.831
7.3	เพื่อนร่วมงานรับฟังความคิดเห็นของท่าน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน	0.855
7.4	เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของท่าน	0.870
8	**ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน (Work Values) Total Cronbach's Alpha = 0.856**	
8.1	ให้ความสำคัญต่อผลของงาน มากกว่าตัวบุคคล หรือลำดับความอาวุโส	0.834
8.2	มีความยืดหยุ่นในการทำงานให้บุคลากรในองค์กร	0.787
8.3	องค์กรทำให้บุคลากรได้รับเกียรติยศ และชื่อเสียงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	0.827
8.4	ตำแหน่งงานในองค์กรทำให้ได้รับการยกย่องในสังคม	0.818
9	**ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) Total Cronbach's Alpha = 0.890**	
9.1	มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนโดยรอบองค์กร	0.876
9.2	ส่งเสริมการสร้างงาน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนโดยรอบองค์กร	0.854
9.3	การบริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้จากภายนอก	0.861
9.4	บริหารงานหลักความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความแตกต่าง เช่น ไม่กีดกันทางศาสนา ความเชื่อ เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น	0.838
การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร Total Cronbach's Alpha = 0.839		
1	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือจบมา	0.839
2	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีลักษณะงานตรงกับความถนัด ทักษะเฉพาะ และความสนใจของท่าน	0.821
3	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ตรงกับความชอบของท่านเป็นหลักมากกว่าคำนึงถึงชื่อเสียงองค์กร หรือค่าตอบแทน	0.845
4	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีสถานที่ตั้งขององค์กร สะดวกต่อการเดินทาง สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวก	0.814
5	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ ให้ท่านบรรลุเป้าหมายของชีวิตได้	0.815

ลำดับ	ข้อความ	Cronbach's Alpha
6	ท่านจะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ เป็นอันดับแรกๆ เมื่อท่านพิจารณาที่จะเข้าร่วมเมื่อได้รับการเสนองาน	0.803
7	ท่านจะยอมรับข้อเสนองานจากองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจเท่านั้น	0.814
8	ท่านจะเลือกแนะนำองค์กรที่ มีปัจจัยการจูงใจที่ท่านสนใจ ต่อผู้อื่นให้สมัครงานกับองค์กรดังกล่าวร่วมกันท่าน	0.806