



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี
FACTOR EFFECTING JOB SELECTION IN GENERATION Z

เกศษฎาพรยู๋ นิยมสุจริต

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2567

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจเนอเรชัน ซี
FACTORS EFFECTING JOB SELECTION IN GENERATION Z

เกศษฎาพรยู นิยมสุจริต

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2567

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



หน้าอนุมัติการค้นคว้าอิสระ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

Factor Effecting Job Selection in Generation Z

ผู้ประพันธ์ เกศขภาพรย์ นิยมสุจริต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ ดร.ปิยธิดา เพียรลูประสิทธิ์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.ปรีศนีย์ ณ. ศิริ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สาระพัต

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.ปรีศนีย์ ณ. ศิริ)

คณบดี

.....
(อาจารย์ ดร.ปิยธิดา เพียรลูประสิทธิ์)

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ดี ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคลากรหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ปรศินีย์ ณ. ศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ อาจารย์ ดร.ปิยธิดา เพียรลูประสิทธิ์ ประธาน กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สารพัด กรรมการสอบการค้นคว้า อิสระ และอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไข แนวคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณบุคลากรสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำ เรื่องรูปแบบเล่มการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาส่งต่อแบบสอบถามการวิจัย และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่องานวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง รุ่น 22 ที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา สนับสนุน และเป็นกำลังในการทำวิจัยครั้งนี้ให้กันเสมอมา

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง ครอบครัว ผู้เป็นเพื่อนสนิท จากมัธยมโรงเรียนเบญจมาชชุติ ราชบุรี และเพื่อน ๆ จากปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ตลอดจน บุคคลสำคัญของผู้วิจัยที่ช่วยเหลือดูแล คอยให้คำปรึกษา สนับสนุนและเป็นกำลังใจ ในการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งช่วยเหลือสนับสนุนในด้านอื่น ๆ เรื่อยมา เพื่อให้การศึกษาของผู้วิจัย สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เกษขญาพรย์ นิยมสุจริต

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

ชื่อผู้ประพันธ์

เกศกัญญาพร นียมสุจริต

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ปรีศนีย์ ณ. ศิริ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครของเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) โดยใช้ปัจจัยจุดใจ ปัจจัยค่าจุนในการทำงาน และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรอิสระ และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจุดใจที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความรับผิดชอบในงานที่ทำ ($\beta = 0.174$, Sig. = 0.007) และความสำเร็จในการทำงาน ($\beta = 0.173$, Sig. = 0.003) ในขณะที่ปัจจัยค่าจุนในการทำงานที่ส่งผลต่อการเลือกสมัครงาน ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร ($\beta = 0.309$, Sig. = 0.000) และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\beta = 0.166$, Sig. = 0.001) สำหรับปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่า ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร ($\beta = 0.284$, Sig. = 0.000) และนโยบายวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ($\beta = 0.208$, Sig. = 0.001) มีผลเชิงบวกต่อการเลือกสมัครงาน

ทั้งนี้ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยจุดใจสามารถอธิบายการเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 45.30 ($R^2 = 0.453$) ขณะที่ปัจจัยค่าจุนในการทำงานมีอิทธิพลสูงสุด โดยสามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกสมัครงานได้ถึง ร้อยละ 59.20 ($R^2 = 0.592$) ส่วนปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลในระดับใกล้เคียงกันที่ ร้อยละ 55.60 ($R^2 = 0.556$) ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าเจนเนอเรชัน ซี ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงขององค์กร ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และค่านิยมองค์กรที่สอดคล้องกับตนเอง องค์กรที่ต้องการดึงดูดและรักษาบุคลากรรุ่นใหม่ไว้ในระยะยาวจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ตอบโจทย์ความคาดหวังและแรงจูงใจของแรงงานรุ่นใหม่ได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: เจนเนอเรชัน ซี, การเลือกสมัครงาน, วัฒนธรรมองค์กร, สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิต

ส่วนตัว, ความยืดหยุ่นในการทำงาน

Independent Study Title	Factor Effecting Job Selection in Generation Z
Author	Keschadaporn Niyomsujarit
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Pratsanee Na Kiri, Ph. D.

ABSTRACT

This study employs a quantitative research approach to examine factors effecting job selection in Generation Z. The research considers motivational factors, work support factors, and organizational culture as independent variables and utilizes multiple linear regression analysis to analyze data collected from a sample of 400 respondents.

The findings indicate that significant motivational factors influencing job selection include job responsibility ($\beta = 0.174$, Sig. = 0.007) and achievement in work ($\beta = 0.173$, Sig. = 0.003). Regarding work support factors, organizational reputation ($\beta = 0.309$, Sig. = 0.000) and coworker relationships ($\beta = 0.166$, Sig. = 0.001) significantly impact job application decisions. For organizational culture, the characteristics of organizational culture ($\beta = 0.284$, Sig. = 0.000) and organizational policies, vision, and mission ($\beta = 0.208$, Sig. = 0.001) positively influence job selection.

Moreover, the results reveal that motivational factors account for 45.30% of the variance in job selection decisions ($R^2 = 0.453$), while work support factors exhibit the highest influence, explaining 59.20% of the variance ($R^2 = 0.592$). Organizational culture has a comparable impact, accounting for 55.60% of the variance ($R^2 = 0.556$). These findings highlight that Generation Z values organizational reputation, workplace relationships, and alignment between personal and organizational values. Organizations seeking to attract and retain young talent in the long term should prioritize these factors to create a work environment that meets the expectations and motivations of the new workforce.

Keywords: Generation Z, Job Selection, Organizational Culture, Work-life Balance, Work Flexibility

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	11
1.3 คำถามของการศึกษา	12
1.4 ขอบเขตการศึกษา	12
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	13
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	13
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมุติฐานในการวิจัย	16
2 การทบทวนวรรณกรรม	17
2.1 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)	17
2.2 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์เบิร์ต (Herzberg's Two-Factor Theory)	18
2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)	22
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory)	24
2.5 แนวคิดการทำงานในเวลายืดหยุ่น (Flexible Time)	27
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3 การดำเนินการศึกษา	40
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	41
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	43
3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม	44
4 ผลของการศึกษา	46
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม	47
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)	48
4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors)	50

สารบัญ

บทที่	หน้า
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร	53
4.5 ส่วนที่ 5 ปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน	55
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
5.1 สรุปผล	57
5.2 อภิปรายผล	60
5.3 ข้อเสนอแนะ	63
รายการอ้างอิง	65
ภาคผนวก	69
ประวัติผู้ประพันธ์	80

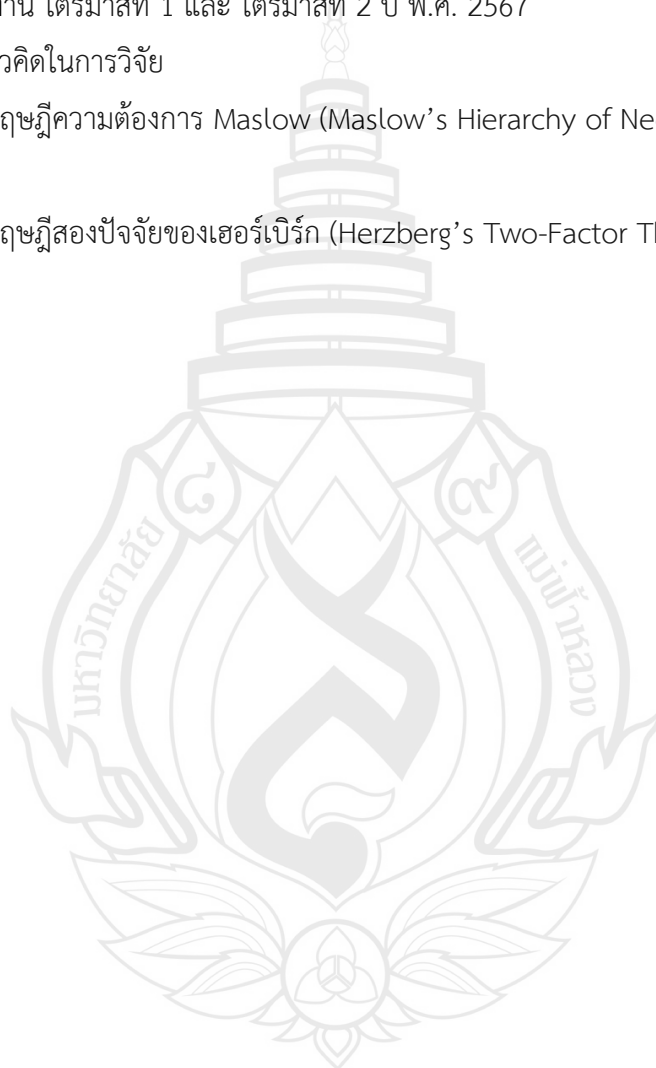


สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือแบบสอบถาม	45
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ	47
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ	47
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุการทำงาน	48
4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)	48
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี	49
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors)	50
4.7 ปัจจัยค้ำจุนในการทำงานที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี	52
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร	53
4.9 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี	54
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความต้องการในการเลือกสมัครงาน	55

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 ข้อมูลสถิติประชากรในประเทศไทย ณ เดือนกันยายน 2567	2
1.2 สํารวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2567	3
1.3 สถิติแรงงาน ไตรมาสที่ 1 และ ไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2567	6
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	16
2.1 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs) ของ Maslow	18
2.2 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)	19



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่ตลาดแรงงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเข้าใจความต้องการและค่านิยมของกลุ่มคนทำงานแต่ละเจนเนอเรชันจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการดึงดูดและรักษาแรงงานที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ซึ่งเกิดระหว่างปี 2538 ถึง 2553 เป็นกลุ่มที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างเต็มตัว ด้วยคุณลักษณะที่โดดเด่น เช่น ความเป็นอิสระ การใช้เทคโนโลยีอย่างเชี่ยวชาญและการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม Generation Z จึงมีความคาดหวังที่แตกต่างจากเจนเนอเรชันก่อนหน้านี้ เช่น Generation Y, Generation X และ Baby Boomers

ปัจจุบันประชากรในประเทศไทยมีจำนวนประมาณ 66 ล้านคน โดยอ้างอิงข้อมูลล่าสุดจากสถิติจำนวนประชากรทางทะเบียนราษฎรแสดงว่าในปีนี้มีจำนวนประชากรประมาณ 66,138,859 คน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2567) ซึ่งแบ่งเป็นประชากรชายจำนวนประมาณ 32.4 ล้านคน และประชากรหญิงประมาณ 33.8 ล้านคน จากการศึกษา กลุ่มประชากรสามารถแบ่งออกตามรุ่น (Generations) ตามช่วงอายุ ซึ่งแต่ละรุ่นมีลักษณะเฉพาะที่ถูกหล่อหลอมโดยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีในแต่ละยุค การทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของแต่ละรุ่นจะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมทางสังคมและการทำงานที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น

1. Baby Boomers (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507) กลุ่มนี้ประกอบไปด้วยบุคคลที่มีอายุเกินกว่า 60 ปี ซึ่งเป็นประชากรสูงวัยในปัจจุบัน ในปี 2567 ประเทศไทยมีประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปีอยู่ราว ๆ 13.2 ล้านคน หรือประมาณ 20% ของประชากรทั้งหมด ในขณะที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว คาดการณ์ว่าในปี 2580 ประชากรสูงวัยจะมีสัดส่วนถึงเกือบ 30% ของประชากรทั้งหมด แม้ว่าคนกลุ่ม Baby Boomers ส่วนใหญ่จะเกษียณอายุไปแล้ว แต่ประมาณหนึ่งในสามของกลุ่มนี้ยังคงทำงานอยู่ โดยส่วนใหญ่ทำงานในภาคเกษตรกรรม

2. Generation X (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2523) กลุ่มนี้มีอายุประมาณ 44-59 ปี และยังคงเป็นส่วนสำคัญของแรงงานในประเทศไทย แม้ว่าจะไม่มีตัวเลขที่แน่ชัดสำหรับจำนวนประชากร Generation X ในประเทศไทย แต่คนกลุ่มนี้มักจะเป็นผู้นำและที่ปรึกษาในองค์กร พวกเขามีความสามารถในการปรับตัวระหว่างคุณค่าแบบดั้งเดิมกับทัศนคติการทำงานสมัยใหม่

3. Generation Y หรือ Millennials (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2537) ประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นประมาณ 44% ของประชากรวัยทำงานในประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในตลาดแรงงาน คนกลุ่มนี้อยู่ในช่วงกลางของการทำงานและเป็นแรงผลักดันสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล พวกเขาให้ความสำคัญกับการมีสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน

4. Generation Z (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2553) Generation Z กำลังเริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยคิดเป็นประมาณ 12% ของประชากรที่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี คนรุ่นนี้ถูกหล่อหลอมด้วยเทคโนโลยีมีทักษะด้านดิจิทัลสูง และให้คุณค่ากับความยืดหยุ่นในการทำงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับคุณค่าทางสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม



ที่มา สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2567)

ภาพที่ 1.1 ข้อมูลสถิติประชากรในประเทศไทย ณ เดือนกันยายน 2567

ภาพที่ 1.1 อ้างอิงจากสถิติประชากรดังกล่าว ทำให้มีความสนใจในเรื่องของการเปลี่ยนผ่านการทำงานของช่วงกลุ่มเจนเนอเรชัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านตลาดแรงงานของประเทศ ช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2567 จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า

1. ผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน หมายถึง ประชากรที่มีศักยภาพในการทำงาน ไม่ว่าจะมียานทำหรือไม่ก็ตามมีจำนวน 40.18 ล้านคน โดยแบ่งเป็น ผู้ที่มีงานทำอยู่ที่ 39.50 ล้านคน แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจ้างงานในตลาดแรงงาน

2. ผู้ว่างงาน หมายถึง ผู้ที่ในสัปดาห์แห่งการสำรวจไม่ได้ทำงานและไม่มียานประจำ แต่ได้หางานระหว่าง 30 วันก่อนวันสัมภาษณ์ หรือผู้ที่ไม่ได้ทำงานและไม่มียานประจำ และไม่ได้หางานทำในระหว่าง 30 วันก่อนวันสัมภาษณ์ แต่พร้อมที่จะทำงานในสัปดาห์แห่งการสำรวจ มีจำนวน 0.43 ล้านคน คิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.1 ซึ่งถือว่าต่ำ อาจแสดงถึงสภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือความต้องการแรงงานที่สูง

3. ผู้รอฤดูกาล หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่กำลังรอฤดูกาลเพื่อที่จะทำงาน และเป็นผู้ที่ตามปกติจะทำงานโดยไม่ได้รับสิ่งตอบแทนในไร่นาเกษตรหรือธุรกิจ ซึ่งทำกิจกรรมตามฤดูกาล โดยมีหัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกคนอื่น ๆ ในครัวเรือนเป็นเจ้าของหรือผู้ดำเนินกิจการ มีจำนวน 0.25 ล้านคน

4. นอกกำลังแรงงาน หมายถึง กลุ่มที่ไม่สามารถทำงานได้ เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยหรือพิการ ผู้ที่ทำงานบ้าน และผู้ที่กำลังศึกษา มีจำนวน 18.99 ล้านคน



ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567)

ภาพที่ 1.2 สภาวะการทำงานของประชากรไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2567

ในขณะเดียวกัน จากข้อมูลการสำรวจผู้สำเร็จการศึกษาปี พ.ศ. 2565 โดยแหล่งอ้างอิงสำนักปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา เห็นว่าใน ปี พ.ศ. 2565 มีผู้สำเร็จการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 292,940 คน จากมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ความท้าทายที่เกิดขึ้นนี้มีผลกระทบโดยตรงต่อกลุ่มคนที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาหรือกำลังมองหางาน เนื่องจากตลาดแรงงานในยุคดิจิทัลมีความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2538-2553 กำลังเข้าสู่ช่วงวัยทำงานในปัจจุบัน

Generation Z เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้พวกเขามีลักษณะเฉพาะในด้านการใช้เทคโนโลยีและการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกสบาย ส่งผลให้พฤติกรรมและทัศนคติของพวกเขาแตกต่างจากเจนเอเรชั่น

ก่อนหน้าอย่างชัดเจน ดังนั้นการที่ตลาดแรงงานมีสภาพที่ดีในขณะนี้ทำให้กลุ่มเจนเอเรชั่น ซี มีโอกาสในการหางานและปรับตัวเข้ากับความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

ความท้าทายสำหรับเจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) คือการนำทักษะและความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันสูง ขณะเดียวกัน ตลาดแรงงานต้องตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนี้เพื่อให้สามารถสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อัตราการจ้างงานของ เจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) และความท้าทายในตลาดแรงงาน โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติแสดงให้เห็นว่า ในปี 2566 อัตราการจ้างงานของเด็กจบใหม่ในระดับปริญญาตรีอยู่ที่ประมาณ 70% ซึ่งเป็นอัตราที่สูงขึ้นจากปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม อัตราการว่างงานในกลุ่มนี้ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ โดยเฉพาะในสาขาที่มีการแข่งขันสูง เช่น บริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์

ข้อมูลจากสถาบันวิจัยเศรษฐกิจและการคลังระบุว่า สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีโอกาสการจ้างงานที่ดีกว่า เนื่องจากอุตสาหกรรมดิจิทัลและการบริการมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ปัจจัยที่มีผลต่อการหางานของเด็กจบใหม่ คือ ทักษะและคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษและทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศก็มีโอกาสได้งานมากขึ้น นอกจากนี้ ประสบการณ์การทำงาน เช่น การฝึกงานหรือการทำงานพิเศษ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการหางานให้กับเด็กจบใหม่ โดยเฉพาะในช่วงที่ตลาดแรงงานมีการแข่งขันสูง การมีเครือข่ายทางสังคมที่ดีสามารถช่วยให้เข้าถึงโอกาสการทำงานได้มากขึ้น

สรุปได้ว่า แม้ว่าเด็กจบใหม่จะยังเผชิญกับความท้าทายในการหางาน อัตราการจ้างงานในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน สถานการณ์ตลาดแรงงานในปี 2567 ชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่มีทักษะที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดจะมีโอกาสในการเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมั่นคง การพัฒนาทักษะและการสร้างเครือข่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเด็กจบใหม่ในยุคนี้ เพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในสายอาชีพในอนาคต

ในขณะเดียวกันความท้าทายที่เจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) ต้องเผชิญในตลาดแรงงานในปี พ.ศ. 2567 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2567 ตลาดแรงงานในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดี โดยแสดงให้เห็นถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจและโอกาสในการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มเจนเอเรชั่น ซี ซึ่งกำลังเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดแรงงาน ยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่ออัตราการว่างงานของพวกเขา ได้แก่

1. ทักษะและความรู้

ตลาดแรงงานในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีที่มีความต้องการทักษะเฉพาะที่ไม่สามารถได้รับการศึกษาระดับปริญญาเพียงอย่างเดียว เช่น การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์เฉพาะทาง การวิเคราะห์ข้อมูลใหญ่ (Big Data) และการพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อการทำงานร่วมกับทีม ดังนั้นเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) จึงจำเป็นต้องมองหาวิธีการพัฒนาทักษะเหล่านี้เพิ่มเติม ผ่านการเข้าร่วมคอร์สออนไลน์ เวิร์คช็อป หรือการฝึกงาน เพื่อให้ตนเองมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดแรงงานที่มีความเข้มข้น

2. การแข่งขันที่สูง

ในปี พ.ศ. 2565 มีผู้สำเร็จการศึกษาถึง 292,940 คน ซึ่งสร้างความท้าทายด้านการแข่งขันในการหางานเป็นอย่างมาก ผู้สมัครจำนวนมากที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกันทำให้เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ต้องมีการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลที่ชัดเจน เช่น การพัฒนาพอร์ตโฟลิโอออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพในการนำเสนอความสามารถและประสบการณ์เพื่อดึงดูดความสนใจของนายจ้าง โดยเฉพาะในตำแหน่งที่มีความต้องการสูง เช่น ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล

3. การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

ด้วยสภาพการทำงานที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการทำงานทางไกล (Remote Work) เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) จำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ การใช้เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์และการบริหารจัดการเวลาที่มีประสิทธิภาพกลายเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเพื่อสร้างความสามารถในการทำงานร่วมกันในทีม แม้จะไม่ได้พบหน้ากัน ความสามารถในการสร้างเครือข่ายที่มีประโยชน์ในอนาคตก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในสายอาชีพ

4. ผลกระทบจากภาวะวิกฤตโควิด-19 (Covid-19)

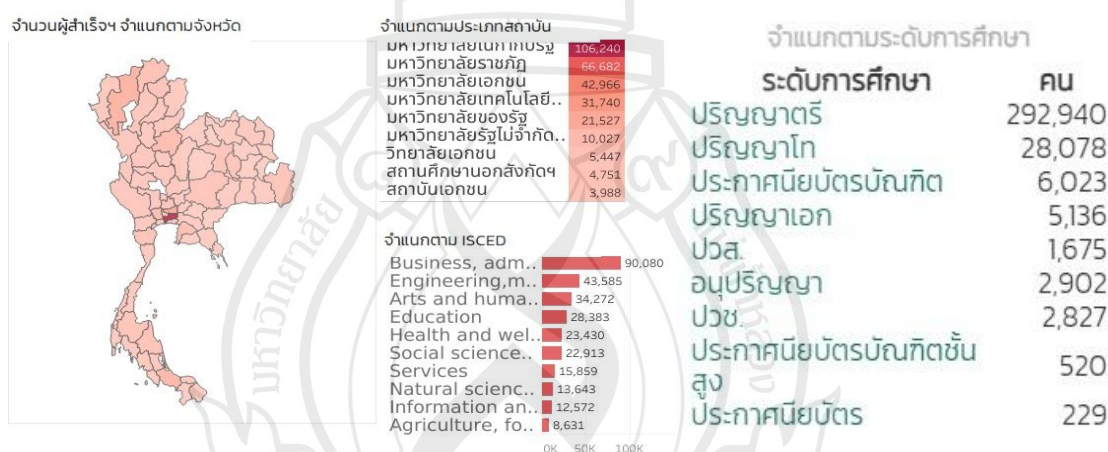
การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านการจ้างงานหลายบริษัทต้องลดจำนวนการจ้างงานหรือได้รับสมัครงาน ทำให้เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ต้องเผชิญกับโอกาสในการหางานที่ลดลง นอกจากนี้ ความจำเป็นในการทำงานทางไกลทำให้พวกเขาต้องปรับตัวเข้ากับวิธีการทำงานที่แตกต่างจากที่เคยคุ้นเคย ซึ่งอาจก่อให้เกิดความท้าทายในด้านการสื่อสารและการประสานงาน

5. แนวโน้มตลาดแรงงานในอนาคต

Generation Z จำเป็นต้องเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดแรงงานที่เต็มไปด้วยโอกาสในสายอาชีพใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น งานในด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) การพัฒนาแอปพลิเคชัน และการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาต่อในสายเทคโนโลยีหรือการเข้าร่วมโปรแกรมฝึกอบรมเฉพาะด้านจะช่วยให้พวกเขามีความรู้และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาด

6. การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

หน่วยงานรัฐและสถาบันการศึกษา ควรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน Generation Z ผ่านการจัดโปรแกรมฝึกอบรมและทุนการศึกษา เพื่อให้พวกเขาได้รับการเตรียมพร้อมที่ดีในการเข้าสู่ตลาดแรงงานนอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่ตรงตามความต้องการของตลาด จะช่วยลดอัตราการว่างงานในกลุ่มนี้อย่างมีประสิทธิภาพ



ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567)

ภาพที่ 1.3 สถิติแรงงาน ไตรมาสที่ 1 และ ไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2567

สาเหตุการว่างงานในกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2538-2553 เป็นปัญหาที่ซับซ้อนและเกิดจากปัจจัยหลายประการซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงาน โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 อัตราการว่างงานในกลุ่มนี้ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า อัตราการจ้างงานของเด็กจบใหม่ในระดับปริญญาตรีอยู่ที่ประมาณ 70% แต่ยังมีอัตราการว่างงานที่สูงในบางสาขาวิชา โดยเฉพาะในสาขาที่มีการแข่งขันสูง เช่น บริหารธุรกิจและวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ การวิเคราะห์สาเหตุของการว่างงานในเจนเอเรชั่น ซี (Generation Z) จึงมีความสำคัญเพื่อเข้าใจปัญหานี้ในมิติที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยสำคัญออกเป็นหลายด้านได้ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเข้ามาของระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ทำให้ตำแหน่งงานที่เคยมีอยู่ลดลง โดยเฉพาะในสายงานที่ต้องใช้แรงงานคนมาก เช่น โรงงาน อุตสาหกรรมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้สร้างความต้องการแรงงานที่มีทักษะสูงขึ้น แต่เจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) หลายคนยังไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ ซึ่งทำให้พวกเขาไม่สามารถเข้าถึงตำแหน่งงานใหม่ที่เกิดขึ้นได้

2. ความต้องการทักษะที่สูงขึ้น นายจ้างในปัจจุบันมักมองหาผู้ที่มีทักษะทางเทคนิค เช่น การเขียนโปรแกรมและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สถิติแสดงให้เห็นว่าความต้องการทักษะเฉพาะทางในอุตสาหกรรมดิจิทัลและการบริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) บางส่วนยังขาดทักษะเหล่านี้ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้

3. ภาวะเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น การชะลอตัวของการลงทุนในบางภาคส่วน ส่งผลให้นายจ้างไม่สามารถขยายการจ้างงานได้อย่างที่ควร โดยเฉพาะในภาคเกษตรกรรมและบริการ ทำให้แรงงานที่ต้องการหางานใหม่มีโอกาสน้อยลงซึ่งภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนยังส่งผลให้บริษัทต่าง ๆ ต้องระมัดระวังในการจ้างงาน

4. ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ทั่วถึงในบางพื้นที่ เช่น พื้นที่ชนบท ทำให้แรงงานในพื้นที่เหล่านั้นต้องย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เมืองใหญ่ ซึ่งอาจทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นและเพิ่มอัตราการว่างงานเชิงโครงสร้างในเมืองใหญ่

5. การฟื้นตัวหลังภาวะวิกฤตโควิด-19 (Covid-19) ข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการฟื้นตัวในตลาดแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อโอกาสในการจ้างงานของเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ในช่วงที่ตลาดแรงงานกำลังปรับตัวและเปิดโอกาสให้กับแรงงานใหม่ ๆ แต่ยังคงมีความท้าทายที่ต้องเผชิญ

6. การเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและโครงสร้างการทำงานที่เกิดขึ้นหลังภาวะวิกฤตโควิด-19 (Covid-19) ทำให้เกิดความต้องการทักษะใหม่ ๆ ที่เจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ต้องเตรียมตัวให้พร้อม หากขาดการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมก็อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พวกเขาประสบปัญหาการว่างงาน

7. ข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ ข้อมูลจากการสำรวจภาวะการทำงานนี้สามารถใช้ในการวิเคราะห์สาเหตุการว่างงานได้ เช่น การวิเคราะห์อัตราการจ้างงาน การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมที่ต้องการแรงงานและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในกลุ่มประชากรที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน

จึงเห็นได้ว่า การว่างงานในเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) จึงเป็นปัญหาที่ซับซ้อนซึ่งมีต้นเหตุจากเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความต้องการทักษะที่สูงขึ้น สถานการณ์เศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน และผลกระทบจากภาวะวิกฤตโควิด-19 (Covid-19)

การวิเคราะห์และเข้าใจปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้สามารถพัฒนาแนวทางในการลดอัตราการว่างงานในกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความคาดหวังของเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ในการเลือกสมัครงาน การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของเจเนอเรชัน ซี ในการเลือกสมัครงาน ได้ชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจของกลุ่มนี้ โดยเฉพาะในบริบทของตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันสูงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของเจเนอเรชัน ซี จะช่วยดึงดูดและรักษาแรงงานที่มีความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ความหลากหลายและรวมกลุ่ม

Generation Z มีแนวโน้มที่จะมองหาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ยอมรับความแตกต่างทางเชื้อชาติ เพศ และแนวคิด พวกเขาคาดหวังว่าวัฒนธรรมองค์กรจะสนับสนุนความหลากหลายและความเสมอภาค ซึ่งการมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมความหลากหลาย เช่น โครงการฝึกอบรมการรับรู้ทางวัฒนธรรมหรือการสร้างกลุ่มสนับสนุนภายในองค์กร จะช่วยให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในองค์กร นอกจากนี้วัฒนธรรมที่สนับสนุนความหลากหลายยังสามารถเสริมสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์จากมุมมองที่แตกต่าง ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

2. การพัฒนาทักษะและการเติบโตในอาชีพ

Generation Z คาดหวังว่าวัฒนธรรมองค์กรจะสนับสนุนการพัฒนาทักษะและการเติบโตในอาชีพอย่างต่อเนื่อง พวกเขามองหาโอกาสในการฝึกอบรมและการเลื่อนตำแหน่งภายในองค์กร โดยเฉพาะมีโปรแกรมการพัฒนาทักษะที่ชัดเจน เช่น โครงการฝึกอบรมที่มีเป้าหมายและผลลัพธ์ที่วัดได้ การส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ องค์กรที่มีการสร้างเส้นทางการพัฒนาที่ชัดเจนจะดึงดูดกลุ่มนี้ได้ดี นอกจากนี้ การสนับสนุนการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์หรือการเข้าถึงทรัพยากรการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพก็เป็นปัจจัยที่ช่วยให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่าและมีความก้าวหน้าในอาชีพ

3. ความยืดหยุ่นในการทำงาน

ความยืดหยุ่นในการทำงานกลายเป็นปัจจัยสำคัญหลังจากที่เกิดวิกฤตโควิด-19 ซึ่งทำให้ Generation Z ตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานในรูปแบบที่ยืดหยุ่น เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) หรือการทำงานแบบไฮบริด (Hybrid Work) พวกเขาไม่เพียงแต่ต้องการสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว แต่ยังต้องการความยืดหยุ่นในการจัดการเวลาและสถานที่ทำงาน วัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนความยืดหยุ่นนี้จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันของ

พวกเขาต้ององค์กร นอกจากนี้ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้างและสามารถให้โอกาสในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างมีอิสระ จะทำให้พวกเขารู้สึกว่าเสียงของพวกเขามีความสำคัญ

4. คุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคม

Generation Z มักให้ความสำคัญกับการทำงานในองค์กรที่มีคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมองค์กรที่มีนโยบายด้านความยั่งยืนและการสนับสนุนชุมชน เช่น การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือการส่งเสริมความเท่าเทียมในสังคม จะดึงดูดความสนใจของพวกเขา นอกจากนี้ เจเนอเรชัน ซี ต้องการเห็นการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมจากองค์กร ไม่ใช่แค่คำพูดหรือสัญญา ซึ่งแสดงถึงความโปร่งใสและความจริงใจในการดำเนินการ หากองค์กรไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังนี้ได้ อาจทำให้พวกเขาตัดสินใจไม่สมัครงานหรือเลือกที่จะออกจากองค์กรในอนาคต

5. การสื่อสารที่เปิดเผยและโปร่งใส

วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการสื่อสารที่เปิดเผยและโปร่งใสเป็นสิ่งที่เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญพวกเขามองหาองค์กรที่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ เป้าหมายและความคาดหวัง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีช่องทางให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้อย่างเสรี จะช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและช่วยลดความตึงเครียดในองค์กร

6. ลักษณะนิสัยและพฤติกรรม

Generation Z เป็นกลุ่มที่มีความเป็นอิสระสูงและเน้นการจัดการหลายอย่างในเวลาเดียวกัน (Multitasking) พวกเขาชื่นชอบการทำงานที่มีความท้าทายใหม่ ๆ และมีการใช้ทักษะในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน นอกจากนี้ พวกเขายังมีแนวโน้มที่จะเลือกทำงานในองค์กรที่สามารถรองรับความต้องการในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง การทำงานในสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้และนวัตกรรม จะทำให้พวกเขารู้สึกว่าตนมีคุณค่าและสามารถเติบโตในอาชีพได้

สรุป การเข้าใจปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความคาดหวังของ Generation Z เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงถึง ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยดึงดูดพนักงานใหม่ แต่ยังเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการรักษาพนักงานในระยะยาว การปรับกลยุทธ์การบริหารจัดการบุคลากรให้เหมาะสมกับความต้องการของ Generation Z จึงเป็นสิ่งที่องค์กรไม่ควรมองข้ามในยุคตลาดแรงงานมีการแข่งขันกันสูง

ปัจจัยค่าจ้างและความคาดหวังของ เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ในการเลือกสมัครงาน การเปรียบเทียบกับเจเนอเรชันอื่น ๆ

ในยุคที่ตลาดแรงงานมีการแข่งขันสูง การเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้สมัครงานกลุ่มต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรไม่ควรมองข้าม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Generation Z ซึ่งมีลักษณะและความคาดหวังที่แตกต่างจากเจนเนอเรชันก่อนหน้านี้ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคำจูนที่มีผลต่อความคาดหวังของ Generation Z ในการเลือกสมัครงานและเปรียบเทียบกับความคาดหวังของ Millennials, Generation X และ Baby Boomer

1. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

Generation Z คาดหวังค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและสวัสดิการที่ครอบคลุม เช่น ประกันสุขภาพที่ดีและการสนับสนุนด้านสุขภาพจิต ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ในขณะที่ Millennials ก็ให้ความสำคัญกับสวัสดิการเพื่อความสมดุลในชีวิต แต่ Generation X มักมองหาความมั่นคงในค่าตอบแทน เนื่องจากมีภาระครอบครัว ในทางกลับกัน Baby Boomers มักเน้นค่าตอบแทนที่สูงเพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินก่อนเกษียณ

2. ความก้าวหน้าของอาชีพ

Generation Z มองหาโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง และต้องการองค์กรที่สนับสนุนการเติบโตในอาชีพ ในขณะที่ Millennials มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนงานบ่อยเพื่อหาความท้าทายใหม่ Generation X ให้ความสำคัญกับเส้นทางการเติบโตที่ชัดเจน ในขณะที่ Baby Boomers มักให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าให้กับองค์กรในระยะยาว

3. ชื่อเสียงทางด้านองค์กร

ชื่อเสียงขององค์กรมีความสำคัญต่อ Generation Z ซึ่งสนใจองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม Millennials ก็ให้ความสำคัญกับจริยธรรมและความยั่งยืน ขณะที่ Generation X มักมองหาองค์กรที่มีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมและ Baby Boomers ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์และความเชื่อถือได้ขององค์กร

4. ความสมดุลในการทำงาน

Generation Z ต้องการรักษาความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว โดยมองหาความยืดหยุ่นในการทำงาน ในขณะที่ Millennials ก็ให้ความสำคัญกับความสมดุลนี้ แต่มีแนวโน้มที่จะทำงานหนักเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ Generation X มักมองหาความสมดุลนี้เพื่อดูแลครอบครัว ในขณะที่ Baby Boomers มักมองว่าการทำงานหนักคือการสร้างความสำเร็จ

5. ความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง

Generation Z ต้องการความมั่นคง แต่ยังคงมองหาโอกาสในการพัฒนาตนเอง ในขณะที่ Millennials มักจะมีความยืดหยุ่นและคาดหวังการเติบโต Generation X ให้ความสำคัญกับความมั่นคงในตำแหน่งงานและ Baby Boomers คาดหวังความมั่นคงที่สูงที่สุดเนื่องจากใกล้เกษียณ

6. ลักษณะงานและหน้าที่การรับผิดชอบ

Generation Z ต้องการงานที่มีความท้าทายและความหมาย ในขณะที่ Millennials มองหางานที่สนุกและสร้างแรงจูงใจ Generation X ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบและผลลัพธ์ ในขณะที่ Baby Boomers มักเน้นการทำงานที่เป็นที่ยอมรับในสายอาชีพ

7. สถานที่/การเดินทาง

Generation Z ชอบงานที่ไม่ต้องการการเดินทางมากนัก โดยต้องการทำงานในสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคย Millennials มีความยืดหยุ่นในเรื่องสถานที่ทำงาน และ Generation X คาดหวังการเดินทางในงานตามความจำเป็น ในขณะที่ Baby Boomers มักมองการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในงาน

8. ความยืดหยุ่นในการทำงาน

Generation Z ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการทำงานสูงสุด โดยต้องการสภาพแวดล้อมที่ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการส่วนบุคคล Millennials ก็ให้ความสำคัญแต่บางครั้งอาจทำงานหนักเกินไป ในขณะที่ Generation X มองหาความยืดหยุ่นในบางช่วงเวลา และ Baby Boomers อาจไม่คุ้นเคยกับความยืดหยุ่นนี้

สรุป การเปรียบเทียบปัจจัยค่าจ้างและความคาดหวังของ Generation Z กับเจเนอเรชันอื่น ๆ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญในมุมมองและความคาดหวังเกี่ยวกับการทำงาน การเข้าใจความต้องการเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์ในการดึงดูดและรักษาแรงงานรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้ความสำคัญกับค่าตอบแทน การพัฒนาทักษะ ความยืดหยุ่นในการทำงาน และความรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่น่าสนใจสำหรับ Generation Z และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในองค์กรในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจเนอเรชัน ซี และเพื่อใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดึงดูดและรักษาพนักงานกลุ่มนี้ในองค์กร โดยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและบุคลากรในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการเลือกเข้าทำงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจเนอเรชัน ซี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยคำจูนในการเลือกเข้าทำงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี

1.3 คำถามของการศึกษา

1.3.1 ปัจจัยจูงใจในการเลือกเข้าทำงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี หรือไม่

1.3.2 ปัจจัยคำจูนในการเลือกงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี หรือไม่

1.3.3 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี หรือไม่

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ปัจจัยคำจูน และ ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรในการเลือกสมัครงาน

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ประเทศไทย

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรวัยทำงาน Generation Z ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุ 21-29 ปี จำนวน 400 คน

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลระหว่าง เดือน มกราคม-พฤษภาคม ปี 2568

1.4.5 ขอบเขตด้านการศึกษา

เพื่อศึกษาข้อมูลในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี กลุ่มประชากรวัยทำงาน Generation Z ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุ 21-29 ปี ในประเทศไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1.5.1 เพื่อศึกษาแนวโน้มของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

1.5.2 เพื่อทราบถึงปัจจัยความคาดหวังของเจเนอเรชันซีในการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยจิตใจ ปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร ในการเลือกสมัครงาน

1.5.3 เพื่อเป็นนำเสนอแนวทางให้กับองค์กรที่กำลังรับเจนเนอเรชัน ซี เข้ามาทำงานภายในองค์กร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ปัจจัยด้านความคาดหวัง (Expectation Factors) หมายถึง องค์ประกอบหรือคุณลักษณะที่บุคคลในเจนเนอเรชัน ซี คาดหวังว่าจะได้รับจากองค์กรหรือสถานที่ทำงาน เช่น ความยืดหยุ่นในการทำงาน โอกาสในการพัฒนาอาชีพ ความมั่นคงในงาน และวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานของบุคคลในกลุ่มนี้

1.6.2 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture Factors) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มามีอิทธิพลต่อวิธีการทำงาน ความพอใจของพนักงาน และประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร คือ ระบบค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับและปฏิบัติภายในองค์กร

1.6.3 ปัจจัยค่าจ้าง (Motivation Factors) หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ จำเป็นที่ต้องได้รับการสนองตอบ เพราะถ้าไม่มีไม่เพียงพอจะทำให้บุคลากรเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน

1.6.4 ปัจจัยจิตใจ (Motivates Factors) หมายถึง เป็นตัวกระตุ้นการทำงานที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความพึงพอใจใน การทำงาน เป็นปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำงานด้วยความพึงพอใจ นำไปสู่ทัศนคติทางบวก และการตั้งใจที่แท้จริง

1.6.5 Multitasking หมายถึง ความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย

1.6.6 ความสมดุลในการทำงาน (Work-Life Balance) หมายถึง แนวคิดที่สำคัญในการรักษาคุณภาพชีวิตและสุขภาพจิตของพนักงาน โดยการจัดการให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันก็ยังคงมีเวลาและความพอใจในชีวิตส่วนตัว

1.6.7 Baby Boomers หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 หรือ (ค.ศ. 1946-1964)

1.6.8 Generation X หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2523 หรือ (ค.ศ. 1965-1980)

1.6.9 Generation Y หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2537 หรือ (ค.ศ. 1980 ถึง 1994)

1.6.10 Generation Z หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2553 หรือ (ค.ศ. 1995 ถึง 2010)

1.6.11 ผู้ว่างงาน หมายถึง ผู้ที่ในสัปดาห์แห่งการสำรวจไม่ได้ทำงานและไม่มียานประจำ แต่ได้หางานระหว่าง 30 วันก่อนวันสัมภาษณ์ หรือผู้ที่ไม่ได้ทำงานและไม่มียานประจำ และไม่ได้หางานทำในระหว่าง 30 วันก่อนวันสัมภาษณ์ แต่พร้อมที่จะทำงานในสัปดาห์แห่งการสำรวจ

1.6.12 งาน หมายถึง กิจกรรมที่ทำที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

1.6.12.1 กิจกรรมที่ทำแล้วได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินหรือสิ่งของ ค่าตอบแทนที่เป็นเงิน อาจจ่ายเป็นรายเดือนรายสัปดาห์ รายวัน หรือรายชิ้น

1.6.12.2 กิจกรรมที่ทำแล้วได้รับผลกำไรหรือส่วนแบ่งเป็นการตอบแทน

1.6.12.3 กิจกรรมที่ทำให้กับธุรกิจของสมาชิกในครัวเรือน โดยไม่ได้รับค่าจ้างหรือผลกำไรตอบแทนอย่างใดซึ่งสมาชิกในครัวเรือนที่ประกอบธุรกิจนั้นจะมีสถานภาพการทำงาน เป็นประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือนายจ้าง

1.6.13 ระดับปริญญาตรี หมายถึง ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากทุกสถาบันการศึกษา

1.6.14 เงินเดือน หมายถึง เงินเดือนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้สำเร็จการศึกษาต้องพิจารณา เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการทางการเงินและคุณภาพชีวิตของตนเอง

1.6.15 สวัสดิการ หมายถึง สวัสดิการที่ดี เช่น ประกันสุขภาพ วันหยุดพักผ่อน และเงินช่วยเหลือต่าง ๆ มีผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานกับองค์กร

1.6.16 ความก้าวหน้าในอาชีพ หมายถึง โอกาสในการเติบโตและพัฒนาศักยภาพในสายอาชีพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกงาน เนื่องจากผู้สำเร็จการศึกษามักมองหาความก้าวหน้าในอาชีพของตน

1.6.17 ชื่อเสียงองค์กร หมายถึง ชื่อเสียงองค์กรหมายถึงภาพลักษณ์และความประทับใจที่องค์กรสร้างขึ้นในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า พนักงาน และสาธารณชน ซึ่งสะท้อนถึง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจที่มีต่อองค์กร

1.6.18 ความสมดุลในการทำงาน หมายถึง ความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัว หมายถึงการจัดการเวลาที่เหมาะสมระหว่างหน้าที่การงานและกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น ครอบครัว งานอดิเรก และเวลาส่วนตัว

1.6.19 ความมั่นคงในงาน หมายถึง ความมั่นคงในตำแหน่งงานและองค์กร เป็นปัจจัยที่ผู้สำเร็จการศึกษาให้ความสำคัญ เนื่องจากมีผลต่อความปลอดภัยในอนาคต

1.6.20 ความยืดหยุ่นในการทำงาน หมายถึง การทำงานที่สามารถในการทำงานจากสถานที่ต่าง ๆ เช่น การทำงานจากบ้านหรือจากที่ทำงานภายนอก ทำให้ผู้ทำงานสามารถจัดการชีวิตส่วนตัว และการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งรวมถึง เวลาทำงานที่ยืดหยุ่น ที่ความสามารถในการกำหนดเวลาทำงานที่เหมาะสมกับตนเอง เช่น การเริ่มงานหรือเลิกงานในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งช่วยลดความเครียดและเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน

1.6.21 ลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร หมายถึง ชุดของค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่สร้างขึ้นภายในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน และการตัดสินใจในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรยังสะท้อนถึงบรรยากาศการทำงานและแนวทางการบริหารจัดการที่มีผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพของพนักงาน

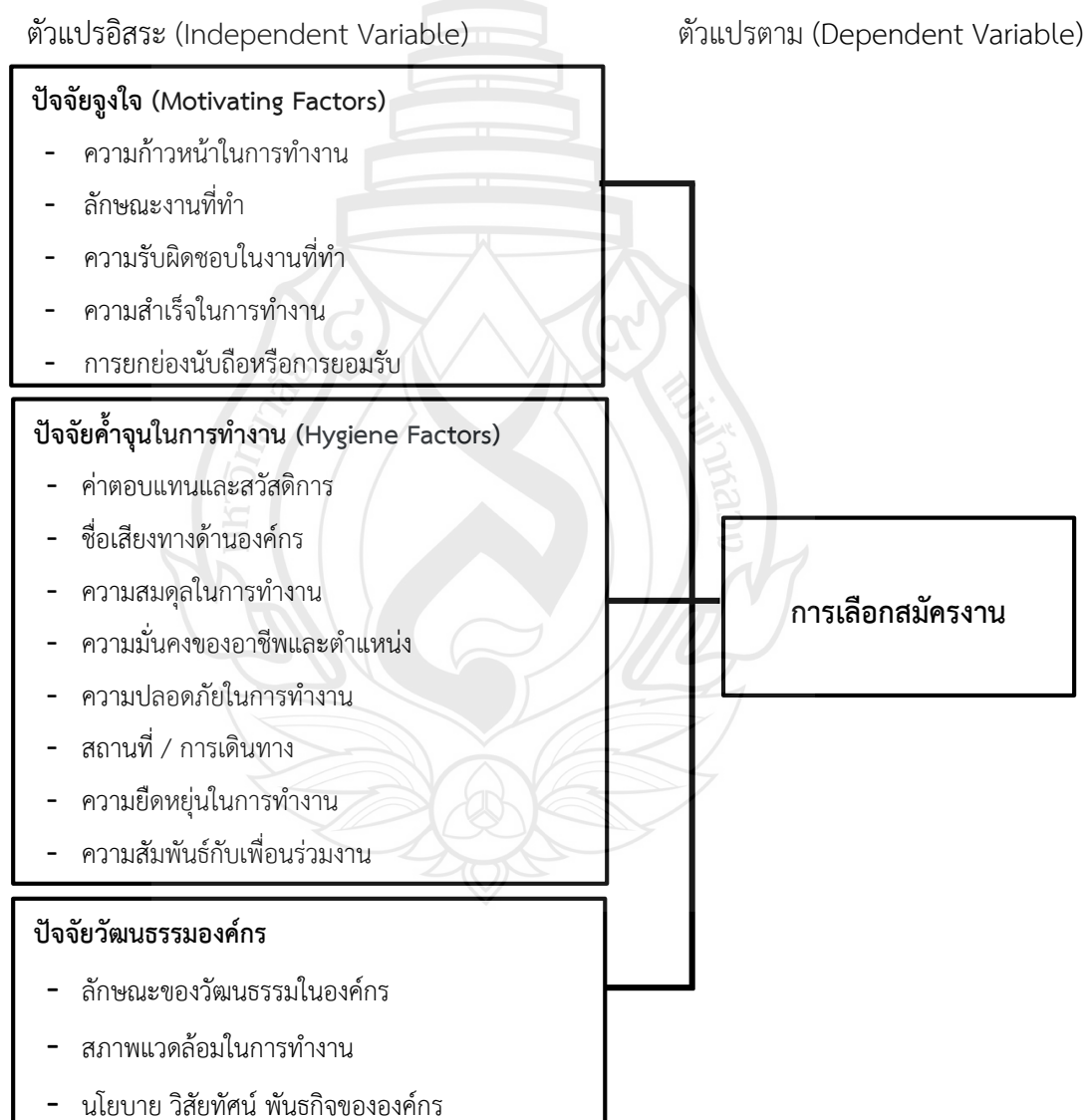
1.6.22 สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพและการทำงานของพนักงานในองค์กร ซึ่งรวมถึงปัจจัยทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่ส่งผลต่อการทำงานและความเป็นอยู่ของพนักงาน บรรยากาศการทำงาน เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา และความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของทีม

1.6.23 ภาวะวิกฤตโควิด-19 (Covid-19) หมายถึง สภาพเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 โรคติดเชื้อไวรัสที่แพร่กระจายผ่านทางละอองฝอยจากระบบทางเดินหายใจ และจากการสัมผัสกับสารคัดหลั่งของผู้ป่วย เช่น น้ำลาย น้ำมูก เสมหะ เป็นต้น ต้นตอ เชื้อโควิด-19 มีหลากหลายสายพันธุ์ และยังไม่มียาสำหรับรักษาโรคโดยเฉพาะ แต่เป็นการรักษาตามอาการ เช่น ใช้ยาพาราเซตามอลในการลดอาการไข้ หรือใช้ยา Favipiravir ในการยับยั้งการจำลองสารพันธุกรรมของไวรัส เป็นต้น ภาวะวิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตอย่างมาก เพราะต้องปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตเพื่อดูแลปกป้องตัวเอง มีการกักตัว ลดการเดินทางเข้าออกพื้นที่ เกิดมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distance) มีการปิดสถานที่ ปิดสถานการค้าปิดเมือง หลายคน

ไม่สามารถทำงานหาเลี้ยงชีพได้ หลายธุรกิจจำเป็นต้องปิดกิจการหรือทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ การค้าและการลงทุนเกิดผลกระทบอย่างรุนแรง ส่งผลทำให้เกิดวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลก

1.6.24 ผู้รอดูกาล หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่กำลังรอดูกาลเพื่อที่จะทำงาน และเป็นผู้ที่ตามปกติจะทำงานโดยไม่ได้รับสิ่งตอบแทนในไร่นาเกษตรหรือธุรกิจ ซึ่งทำกิจกรรมตามฤดูกาล โดยมีหัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกคนอื่น ๆ ในครัวเรือนเป็นเจ้าของหรือผู้ดำเนินกิจการ

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมุติฐานในการวิจัย



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเรชั่น ซี ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีความต้องการ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)
2. แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์เบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)
3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น (Generational Theory)
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานในเวลายืดหยุ่น (Flexible Time)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)

ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) Maslow (อารีย์กุล รื่นเรือง, 2550, หน้า 21-22) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์ว่ามีความต้องการตามลำดับชั้น 5 ชั้น มาสโลว์ได้ตั้งสมมติฐานแนวคิดของทฤษฎีไว้ 3 ประการ คือ

2.1.1 มนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีความต้องการอย่างไม่มีที่สิ้นสุด มีความต้องการตลอดเวลาและมากขึ้นเรื่อย ๆ

2.1.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจอีกต่อไปและความต้องการที่ยังไม่ได้รับ การตอบสนองนั้นจะกลายเป็นสิ่งจูงใจขั้นต่อไป

2.1.3 ความต้องการของมนุษย์สามารถจัดเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการชั้นต่ำกว่าได้รับการตอบสนอง แล้วอย่างเต็มที่ ความต้องการที่สูงกว่าจะเกิดขึ้น และมนุษย์จะแสวงหาสิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการของตัวเองไปเรื่อย ๆ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยในชีวิต ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ความต้องการเป็น 5 ระดับ ตามลำดับ ความสำคัญได้ดังนี้

2.1.3.1 ความต้องการทางร่างกาย เป็นระดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิตความต้องการความปลอดภัยในชีวิต

2.1.3.2 ความต้องการทางสังคม เพื่อต้องการได้รับการปกป้องจากภัยอันตรายต่าง ๆ ได้แก่ การดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมั่นคงปลอดภัย

2.1.3.3 ความต้องการได้รับยกย่องในสังคม เป็นความต้องการที่อยากมีส่วนร่วมในสังคม ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมด้วย

2.1.3.4 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต ความต้องการที่จะมีฐานะที่เด่นเป็นที่ยอมรับนับถือแก่ คนทั้งหลาย ความเชื่อมั่นในตนเอง ทำให้ฐานะทางสังคมของตัวเองเด่นขึ้น

2.1.3.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นระดับความต้องการขั้นสูงสุดและเป็นความต้องการที่พิเศษของบุคคล จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นต่ำกว่าได้รับการตอบสนองให้พึงพอใจแล้ว ถือได้ว่าเป็นความต้องการที่อยากจะทำให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตัวเอง



ที่มา simply psychology

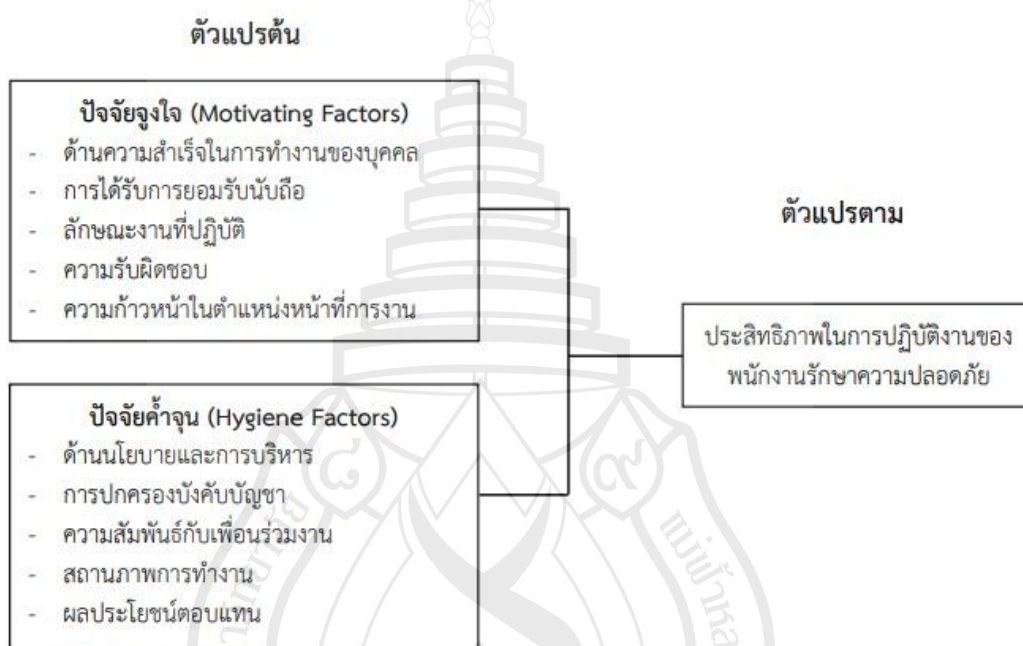
ภาพที่ 2.1 แนวคิดทฤษฎีความต้องการ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs) ของ Maslow

2.2 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอ์เบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)

Bovee et al. (1993) ทฤษฎีความต้องการทฤษฎีสองปัจจัยคิดขึ้นโดย Frederick Herzberg (อาคเนย์ ถาเกิด, 2563, หน้า 35-36) กล่าวถึงปัจจัยในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน และไม่พึงพอใจในการทำงาน พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่องานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ปัจจัยจูงใจ เป็นตัวกระตุ้นการทำงานที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลทำงานด้วยความพึงพอใจนำไปสู่ทัศนคติทางบวก และการจูงใจที่แท้จริง

2. ปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ จำเป็นที่ต้องได้รับการสนองตอบ เพราะถ้ามีไม่เพียงพอจะทำให้บุคลากรเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน



ที่มา วารสารโรงพยาบาลนครพนม

ภาพที่ 2.2 แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทซ์เบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) เสนอแนะว่า ความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบด้วย 2 แนวคิด คือ แนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจ (Satisfaction) ไปยังความไม่พึงพอใจ (No Satisfaction) และการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และแนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ไปยังความไม่มีความไม่พึงพอใจ (No Dissatisfaction) และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) หรือกล่าวได้ว่า ทฤษฎี 2 ปัจจัย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน และ (2) ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน (Motivation Factors or Motivators) เป็น ปัจจัยภายในหรือความต้องการภายในของพนักงานที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นกลุ่มปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้

ผู้ปฏิบัติงานทำงานด้วยความพึงพอใจ และเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ทัศนคติทางบวกและการตั้งใจที่แท้จริง ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่

1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) คือ การที่สามารถทำงานได้สำเร็จทันตามเป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการทำงานของหน่วยงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น และเมื่องานสำเร็จก็เกิดความรู้สึกพอใจในความสำเร็จนั้น ได้แก่ การได้ใช้ความรู้ทางวิชาการในการปฏิบัติตามเป้าหมายที่คาดไว้ การเปิดโอกาสให้ตัดสินใจในการทำงานของตนเองได้ตามความเหมาะสม ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของงาน และผลของงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

2) การได้รับการยอมรับ (Recognition) คือ การได้รับความยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้าง หรือได้รับการยกย่องชมเชยในความสามารถ รวมทั้งการให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ ได้แก่ การยกย่องชมเชยภายในองค์กร ความภาคภูมิใจในอาชีพ การได้รับการยอมรับจากองค์กร การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และการมีเกียรติศักดิ์ศรีในอาชีพ เป็นต้น

3) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) หรือ โอกาสในการเจริญเติบโต (Possibility of Growth) คือ การมีโอกาสได้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น การได้รับการเลื่อนขั้นเมื่อปฏิบัติงานสำเร็จ การมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือการได้รับการฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งจะเป็สิ่งจูงใจให้บุคลากรในองค์กรอยากทำงาน

4) ลักษณะงานที่ทำ คือ เป็นงานที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีความท้าทายในการทำงาน มีอิสระเป็นงานที่ตรงกับความถนัดและความรู้

5) ความรับผิดชอบ คือ การได้รับโอกาสในการทำงานโดยไม่มีการควบคุมมากเกินไป มีอิสระเสรีในการทำงาน ปริมาณงานมีความเหมาะสม

2. ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นเพียงสิ่งที่สกัดกั้นไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พอใจแต่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นที่พนักงานจะต้องได้รับการสนองตอบ เพราะถ้าไม่มีให้หรือให้ไม่เพียงพอจะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าถ้าให้ปัจจัยเหล่านี้แล้ว จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 10 ด้าน ได้แก่

1) นโยบายและการบริหารของบริษัท (Company Policy and Administration) คือ การจัดการและการบริหารงานขององค์การการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ ได้แก่ นโยบาย การควบคุมดูแลระบบขั้นตอนของหน่วยงาน ข้อบังคับ วิธีการทำงาน การจัดการ วิธีการบริหารงาน

ขององค์กร มีการแบ่งงานไม่ซับซ้อน มีความเป็นธรรม มีการเขียนนโยบายที่ชัดเจน และมีการแจ้งนโยบายให้ทราบอย่างทั่วถึง

2) การบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล (Supervision) คือ ลักษณะการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ความยุติธรรมในการแบ่งและกระจายงานของผู้บังคับบัญชา ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารงาน การให้คำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การสั่งงาน การมอบหมายงาน มีความชัดเจน วิธีการดูแล ควบคุมการปฏิบัติงาน การรับฟังข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชา การสอนงาน และความยุติธรรมในการมอบหมายงาน เป็นต้น

3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Interpersonal Relations with Supervision) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็น กริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับ ความช่วยเหลือจากหัวหน้างาน

4) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relations with Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็น กริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

5) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Interpersonal Relations with Subordinators) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใต้บังคับบัญชา

6) ตำแหน่งงาน (Status) คือ อาชีพนั้น ๆ ต้องเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี มีความสำคัญของงานต่อบริษัท เป็นต้น

7) ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของหน้าที่การงาน ความมั่นคง ภาพพจน์ ชื่อเสียง หรือขนาดของบริษัทหรือองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

8) ชีวิตส่วนตัว (Personal Life) คือ ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากการทำงานหรือหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน

9) สภาพการทำงาน (Working Conditions) คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำงาน เช่น เสียง แสงสว่าง อุณหภูมิ การระบายอากาศ กลิ่น บรรยากาศในการทำงาน ชั่วโมงใน

การทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ทำงาน และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

10) ค่าตอบแทน (Compensations) และสวัสดิการ (Welfares) คือผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานสำหรับการทำงานให้องค์กร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเงินเดือน ค่าจ้าง รวมทั้งการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานเหมาะสมกับงานที่ทำ โดยการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปอย่างเหมาะสม เป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงรางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผลมาจากการทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ขององค์กร หรือเป็นผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงานได้รับเพิ่มเติม นอกเหนือจากเงินเดือน ค่าจ้าง ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพและการประกันชีวิต วันหยุดพักผ่อน/พักร้อน บำเหน็จบำนาญ เป็นต้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture)

Daft (2002 อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550) ได้อธิบายประเภทของวัฒนธรรมองค์กรว่า หากจัดค่านิยมขององค์การกลยุทธ์องค์การและบริบทแวดล้อมภายนอกได้เหมาะสมแล้วจะเกิดวัฒนธรรมองค์กรขึ้น 4 แบบ โดยความแตกต่างของวัฒนธรรมทั้งสี่มาจาก 2 มิติ ได้แก่ (1) ระดับของเงื่อนไขภาวะแวดล้อมภายนอก ว่าต้องการความยืดหยุ่น (Flexibility) หรือความมั่นคง (Stability) เพียงไร (2) ระดับของเงื่อนไขด้านกลยุทธ์ว่าต้องการเน้นภายใน (Internal) หรือ เน้นภายนอก (External) เพียงไร มิติทั้งสองผสมกันเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรขึ้น 4 แบบ โดยแต่ละแบบมุ่งเน้นค่านิยมที่ต่างกัน ได้แก่ วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Achievement Culture) วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) และวัฒนธรรมแบบแบบราชการ (Bureaucratic Culture) โดยองค์การหนึ่ง ๆ อาจมีวัฒนธรรมองค์กร มากกว่าหนึ่งแบบ หรืออาจครบทุกแบบก็ได้ อย่างไรก็ตาม องค์การที่มีความสำเร็จสูงพบว่า มักมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็งเพียงแบบเดียวเท่านั้น

2.3.1 วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) เกิดขึ้นจากการที่ผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leader) มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ขององค์การที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการตีความหรือคาดการณ์ภาวะแวดล้อมภายนอกเพื่อให้เกิดพฤติกรรมในองค์การที่สามารถตอบสนองได้ตลอดเวลา พนักงานขององค์การจึงได้รับความอิสระในการตัดสินใจเองและพร้อมลงมือปฏิบัติได้ทันทีเมื่อเกิดความจำเป็นโดยยึดค่านิยมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นสำคัญ ผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์การด้วยการกระตุ้นพนักงานให้กล้าเสี่ยง กล้าทดลองคิดทำในสิ่งใหม่ และเน้นการให้รางวัลผลตอบแทนแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ หลายบริษัทได้เปลี่ยน

นโยบายใหม่มาเน้นเรื่องการมอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน (Employee Empowerment) เน้นกลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความสามารถตอบสนองได้รวดเร็วเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

2.3.2 วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Achievement Culture) ลักษณะสำคัญ คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของเป้าหมายขององค์กร ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น ตัวเลขยอดขายเพิ่มขึ้น ผลประกอบการมีกำไร หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของตลาด (Market Share) สูงขึ้น เป็นต้น องค์กรมุ่งให้บริการลูกค้าพิเศษเฉพาะกลุ่มในสภาวะแวดล้อมภายนอก แต่ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีความยืดหยุ่นและต้องเปลี่ยนแปลงรวดเร็วแต่อย่างใด องค์กรที่ขีดวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จจึงเน้นค่านิยมแบบแข่งขันเชิงรุก ความสามารถเริ่มของบุคคล และพึงพอใจต่อการทำงานหนักในระยะยาวจนกว่าจะบรรลุผลตามเป้าหมาย ค่านิยมที่มุ่งการเอาชนะ จึงเป็นเสมือนกาวเชื่อมทุกคนในองค์กรเข้าด้วยกัน หลายบริษัทที่มีวัฒนธรรมมุ่งผลสำเร็จจะให้ความสำคัญ การแข่งขัน การเอาชนะ พนักงานที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูงในขณะที่ผู้ที่มีผลงานต่ำกว่าเป้าก็จะถูกไล่ออกจากงาน

2.3.3 วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรเพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจากภายนอกเป็นวัฒนธรรมที่เน้นความต้องการของพนักงานมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น ดังนั้นองค์กรจึงมีบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ผู้นำมุ่งเน้นเรื่องความร่วมมือ การให้ความเอาใจใส่เอื้ออาทรทั้งพนักงานและลูกค้า โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันทางสถานะภาพ ผู้นำจะยึดมั่นในการให้ความเป็นธรรมและการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาอย่างเคร่งครัด

2.3.4 วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อสภาวะแวดล้อมภายใน ความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง วัฒนธรรมแบบราชการจะมุ่งเน้นด้านวิธีการ ความเป็นเหตุผล ความมีระเบียบของการทำงาน มุ่งเน้นเรื่องให้ยึดและปฏิบัติตามกฎระเบียบ ขัดหลักการประหยัด ความสำเร็จขององค์กรเกิดจากความสามารถในการบูรณาการและความมีประสิทธิภาพ ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ มีองค์กรน้อยมากที่สามารถดำเนินงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่มั่นคง ผู้นำส่วนใหญ่จึงพยายามหลีกเลี่ยงวัฒนธรรมแบบราชการ เนื่องจากต้องการมีความยืดหยุ่นคล่องตัวตัวมากขึ้นนั่นเอง

กล่าวโดยสรุปวัฒนธรรมแต่ละแบบดังกล่าว สามารถสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรได้ทั้งสิ้น การยึดวัฒนธรรมแบบใดหรือผสมผสานมาน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับจุดเน้นด้านกลยุทธ์ขององค์กร และความจำเป็นของเงื่อนไขแวดล้อมภายนอกเป็นสำคัญ จึงเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้นำที่

ต้องมีให้องค์การหยุดชะงักอยู่กับวัฒนธรรมเดิม ซึ่งอาจเหมาะสมกับอดีต แต่ไม่อาจทำให้องค์การประสบความสำเร็จได้อีกต่อไป

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory)

ปริศรา ธาณีใหญ่ (2565) ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและประชากรโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ภายในหนึ่งองค์กรจะต้องมีการจ้างบุคลากรที่มีความหลากหลายทางเจเนอเรชันมาทำงานร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งในความหลากหลายทางเจเนอเรชันนี้ แสดงออกมาให้เห็นผ่านทางคุณลักษณะนิสัย ความคิดค่านิยม การให้คุณค่าที่แตกต่างกัน ความเชี่ยวชาญ ความยืดหยุ่น ไปจนถึงแนวทางการปฏิบัติงาน หากผู้บริหารไม่สามารถเข้าใจถึงลักษณะธรรมชาติเหล่านี้ของบุคลากรแต่ละเจเนอเรชัน อาจจะทำให้เกิดอุปสรรคและปัญหาในการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้น การเข้าใจถึงทฤษฎีเจเนอเรชันจะเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยในการสร้าง ปรับปรุง กลยุทธ์เฉพาะที่ประกอบด้วยอัตลักษณ์และค่านิยมขององค์กรมาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคลากรในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้กลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันทางเจเนอเรชันในองค์กรสามารถทำงานร่วมกันเพื่อองค์กรได้ อีกทั้งยังรวมไปถึงการดึงดูด จูงใจ บุคคลภายนอกที่มีศักยภาพเหมาะสม ให้ตัดสินใจเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรได้ ในปัจจุบันเจเนอเรชันที่ยังคงอยู่ในตลาดแรงงานและทำงานให้กับองค์กรนั้น คือ เบบี้บูมเมอร์ (Baby boomers) เจเนอเรชัน เอ็กซ์ (Generation X) เจเนอเรชัน วาย (Generation Y) และ เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดของแต่ละเจเนอเรชันได้ ดังนี้

Huber and Schubert (2019) ได้กล่าวไว้ว่า เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1940 ถึง 1959 (พ.ศ. 2483 ถึง 2502) เติบโตมาในช่วงการฟื้นฟูหลังสงคราม ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออก อุดมการณ์ และความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นนี้ กลุ่มคนเบบี้บูมเมอร์เป็นกลุ่มคนที่ชอบปฏิบัติตามขั้นตอน ลำดับโครงสร้าง พิธีการ ที่ได้มีการกำหนดเอาไว้แล้ว ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของตนเอง สนับสนุนการเลื่อนขั้นตามลำดับอาวุโส ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ยากต่อการเปิดรับเหตุการณ์หรือวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างไปจากที่เคยทราบหรือปฏิบัติ ที่ซึ่งอาจนำมาซึ่งความไม่เต็มใจ ต่อต้านในการที่จะปฏิบัติตามของกลุ่มคนรุ่นนี้ อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้เป็นกลุ่มคนที่มีความอดทนค่อนข้างสูง มีความรับผิดชอบ มีทักษะในการสื่อสารและจัดการกับสถานการณ์ที่ยากลำบากได้อย่างดี

Ithan (2020) ได้กล่าวไว้ว่า Generation X (เจเนอเรชัน เอ็กซ์) คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1960 ถึง 1979 (พ.ศ. 2503 ถึง 2522) เติบโตมาในช่วงสิ้นสุดสงครามเย็นและเป็นยุคเริ่มต้น

ของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ รวมไปถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ แม้ว่ากลุ่มคนรุ่นนี้จะสามารถใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสารได้ แต่กลุ่มคนรุ่นนี้จะให้ความสำคัญกับการติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-face) และเอกสารฉบับพิมพ์ (Hard-copy) โดยที่ไม่ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้ให้ความสำคัญอย่างมากกับสถานภาพความมั่นคง มีความรับผิดชอบ กระตือรือร้น ชอบการทำงานที่ท้าทาย หลากหลาย และได้พิสูจน์ความสามารถ มีความจงรักภักดีต่อนายจ้างและองค์กร ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้มักเข้าทำงานในองค์กรเดียวเป็นระยะเวลานาน ๆ ห่วงคร่ำที่อยู่อเป็นองค์กรที่อยู่ในระดับที่พวกเขาคิดว่าดีเพียงพอ แม้ว่าจะมีเงื่อนไขใด ๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อความต้องการก็ตาม

Siuba et al. (2019) ได้กล่าวไว้ว่า Generation Y (เจนเนอเรชัน วาย) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1980 ถึง 1994 (พ.ศ. 2523 ถึง 2537) เติบโตมาในช่วงยุคการเติบโตและความเจริญที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดทางด้านอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึง เครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้คุ้นเคยกับผลลัพธ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในระยะสั้น ส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นนี้มองเห็นถึงคุณค่าและให้ความสำคัญต่อนวัตกรรม เทคโนโลยี โอกาสในการพัฒนาส่วนบุคคล อิสระในการใช้ชีวิตและการปฏิบัติงาน กลุ่มคนรุ่นนี้ชอบปฏิบัติตามโปรแกรมงานที่มีความยืดหยุ่น ไม่มีกฎเกณฑ์ที่เฉพาะเจาะจงหรือตายตัว โดยเฉพาะงานที่ก่อให้เกิดทักษะใหม่ที่สามารถพัฒนาวิชาชีพได้กลุ่มคนรุ่นนี้จะให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้ไม่ต้องการที่จะใช้เวลาในการพัฒนา หรือรอเพื่อการเลื่อนขั้นในระยะเวลาอันยาวนาน ๆ และไม่ลังเลที่จะเปลี่ยนงานหากเกิดความไม่พึงพอใจในเงื่อนไขของงาน โดยมองข้ามหรือให้ลำดับความสำคัญในการจงรักภักดีต่อนายจ้างและองค์กรเป็นส่วนน้อย

Rzemieniak and Wawer (2021) ได้กล่าวไว้ว่า Generation Z (เจนเนอเรชัน ซี) คือ กลุ่มคน ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1995 ถึง 2010 (พ.ศ. 2538 ถึง 2553) กลุ่มคนรุ่นนี้มักถูกเรียกว่าชาวดิจิทัลโดยกำเนิด (Digital Natives) และยังมีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น “Sharing Generation” “All Technology All Time” generation u a: “Bom Digital” เติบโตในยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วผ่าน เครื่องมือทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวันไม่เว้นแม้วันหยุด กลุ่มคนรุ่นนี้จึงมีความสามารถในการรวบรวมเปรียบเทียบ และนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ ข้อมูลจากแหล่งออนไลน์หรือออฟไลน์มารวมกันได้ดี ทำให้กลุ่มคนรุ่นนี้ยังถูกเรียกว่า “iGeneration” หรือ “iGen” คำว่า iGen นิยามขึ้นโดย Jean Twenge หมายถึง กลุ่มคนที่ไม่เคยรู้จักช่วงเวลาที่ไม่มียุคสมัย

Nguyen et al. (2022) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งทีกลุ่มคน Generation Z ต้องการจากองค์กรและนายจ้างคือทัศนคติเชิงบวก เป้าหมาย และคำแนะนำการทำงานที่ชัดเจน มีการอบรมสำหรับการปฏิบัติงาน งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีความหมาย มีการประเมินผลการปฏิบัติงานความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในที่ทำงาน สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน การเรียนรู้และการพัฒนาความสามารถ นอกจากนี้ สิ่งทีกลุ่มคน Generation Z ให้ความสำคัญ คือ การที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่ง ทั้งนี้กลุ่มคน Generation Z จะมองหาองค์กรและนายจ้าง ที่มีค่านิยมในการทำงานเช่นเดียวกับตนเอง

Bulut and Maraba (2021) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบัน Generation Z ส่วนหนึ่งยังคงอยู่ในระบบการศึกษาในฐานะนักเรียน นักศึกษาและอีกส่วนหนึ่งได้เข้าสู่ตลาดแรงงานด้วยการเริ่มต้นอาชีพการงานแล้ว โดยกลุ่มคนรุ่นนี้มีนิสัยและลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นเอกลักษณ์ ให้ความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยี ความเป็นปัจเจกนิยม ต้องการการยอมรับ มีตัวตนในสังคม ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญเรื่องเงิน การทำงานที่หลากหลายและหรือหลาย ๆ อย่างไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่ต้องการความเป็นอิสระในการทำงาน ซึ่งสามารถยืดหยุ่นได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มคนรุ่นนี้ก็ยังเปิดกว้างทางความคิด รับฟังข้อเสนอแนะ คำแนะนำ ยอมรับในความแตกต่าง ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญในเรื่องของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work Life Balance) ควบคู่กับจริยธรรมในการทำงานอีกด้วย อันเนื่องมาจากกลุ่มคนรุ่นนี้เติบโตมากับช่วงเวลา ที่สถานการณ์ทางสังคมเศรษฐกิจหรือประวัติศาสตร์ที่หลากหลายแตกต่างกัน ส่งผลให้การรับรู้เกี่ยวกับงานและพฤติกรรมการทำงานจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งเหล่านี้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นนิสัยในการทำงาน แรงจูงใจ ความคาดหวังที่พึงประสงค์ ความต้องการการยอมรับ และจรรยาบรรณในการทำงาน เป็นต้น

บวรรัตน์ ธนาฤทธิวรภาค (2561) ได้กล่าวไว้ว่า เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีลักษณะนิสัยคล้ายกับกลุ่มคนเจเนอเรชัน วาย (Generation Y) คือ ซื่อสัตย์ ช่างคิด มีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่น แต่จะมีความแตกต่างกันตรงที่กลุ่มคนเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) จะมีความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างรวดเร็ว และนิยมหาข้อมูลความรู้ผ่านเทคโนโลยีที่มีอยู่เสมอ และให้ความสำคัญถึงการแสดงออกความเป็นตัวตน เปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรม ยอมรับความแตกต่างของบุคคล และให้ความสนใจเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ ทั้งในเรื่องเชื้อชาติและเพศ โดยกลุ่มคนเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) มักเรียกร้องสิทธิให้แก่ตัวเอง และทำเพื่อตัวเองก่อนเสมอ ชอบอิสระเสรี มีความอดทนค่อนข้างต่ำ ทำให้คนกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบการรอคอย

จากทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน (Generational Theory) แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเจเนอเรชันในกลุ่มคนวัยทำงานเกิดขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ค่านิยม ความคิด การรับรู้ และความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ดังนั้น หากองค์กรสามารถเข้าใจถึงความต้องการของ กลุ่มคน Generation Z ก็จะสามารถเสริมสร้างพัฒนากลยุทธ์ เพื่อให้กลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันทางเจเนอเรชันในองค์กร สามารถทำงานร่วมกันเพื่อองค์กรได้อีกทั้งยังรวมไปถึงการดึงดูด จูงใจกลุ่มคน Generation Z ที่เป็นบุคคลภายนอกที่มีศักยภาพเหมาะสมให้ตัดสินใจเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรได้

2.5 แนวคิดการทำงานในเวลายืดหยุ่น (Flexible Time)

ปาลินดา เลิศศิลาทอง (2561) ได้กล่าวว่า แนวคิดการทำงานในเวลายืดหยุ่น (Flexible Time) คือ การให้อิสระแก่พนักงานในการจัดเวลาการทำงานของแต่ละวัน โดยมีแนวทางว่าพนักงานทุกคนจะต้องอยู่ปฏิบัติงานในช่วงเวลาชั่วโมงหลัก (Core Time) ซึ่งมักจะเป็นช่วงกลางของวันทำงานเป็นเวลาประมาณ 4-6 ชั่วโมง ส่วนช่วงเวลาที่เหลือเรียกว่า ช่วงเวลายืดหยุ่น (Flexible Band) นั้นเป็นช่วงเริ่มต้นหรือสิ้นสุดของการทำงานในแต่ละวัน พนักงานจะสามารถเลือกการเริ่มและสิ้นสุดการทำงานในแต่ละวันได้ ชั่วโมงการทำงานจะถูกเก็บบันทึกไว้เพื่อตรวจสอบว่าได้มีชั่วโมงการทำงานสะสมถูกต้องตามช่วงเวลาที่กำหนดซึ่งอาจเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือนตามแต่ระเบียบกำหนดไว้ หลักการสำคัญ 2 ประการ ที่ควรคำนึง คือ ประการแรก พนักงานจะต้องอยู่ประจำหน้าที่ในระหว่างช่วงเวลาชั่วโมงหลัก และประการที่สอง พนักงานจะต้องรับผิดชอบชั่วโมงการทำงานให้ได้ครบถ้วนตามกำหนดในแต่ละวัน นอกเหนือจากที่ระบุไว้นี้ พนักงานจะมีอิสระพอสมควรในการกำหนดชั่วโมงการทำงานตามความประสงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของงาน ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละองค์กรหลักการทำงานในเวลายืดหยุ่นนั้นมีลักษณะแน่นอน โดยที่รูปแบบการไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กรแตกต่างกันไปหลายรูปแบบ ลักษณะขององค์กรบางประเภทมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถนำการทำงานในเวลายืดหยุ่นไปใช้ได้ เช่น หน่วยงานที่มีลักษณะเป็นหน่วยย่อย ๆ มีเจ้าหน้าที่ประจำมีจำนวนน้อยและต้องประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ทำให้ไม่มีกำลังคนมาทดแทนพอที่จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้ หน่วยงานที่มีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ๆ หรือหน่วยงานที่ต้องปฏิบัติงาน โดยอาศัยทรัพยากรจากหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งมีระยะเวลาทำงานแน่นอน เช่น อาศัยข้อมูลจากตลาด หลักทรัพย์ เวลาทำการของธนาคาร เป็นต้น รูปแบบและระดับความยืดหยุ่นที่แต่ละองค์กรจะประยุกต์ นำไปใช้นั้น ควรจะศึกษาและวางแผนการนำไปปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กรของแต่ละแห่ง รูปแบบแนวคิดการทำงานใน

เวลายืดหยุ่นสามารถดัดแปลงได้หลากหลาย ตัวอย่างรูปแบบในการจัดการทำงาน ในเวลายืดหยุ่นมีหลายชนิด ได้แก่

2.5.1 Flexitour Model พนักงานจะเป็นผู้กำหนดเวลาเริ่มงานของตนเองซึ่งจะเท่ากับการกำหนดเวลาเลิกงานในแต่ละวันโดยอัตโนมัติด้วย ตารางการทำงานที่พนักงานเลือกนี้จะถูกใช้เรื่อยไปจนกว่าจะมีโอกาสให้พนักงานเลือกใหม่ รูปแบบนี้ไม่ต่างจากตารางการทำงานแบบปกติ เพียงแต่พนักงานมีโอกาสในการกำหนดตารางการทำงานของตนแทนการกำหนดจากนายจ้างเท่านั้น

2.5.2 Modified Flexitour มีรูปแบบคล้ายคลึงกันกับ Flexitour Model เพียงแต่กำหนดตารางการทำงานที่ต้องนำเสนอให้ผู้บังคับบัญชาพิจารณาและอนุมัติล่วงหน้าก่อน

2.5.3 Gliding Schedule ระบบการทำงานนี้ให้อิสระแก่พนักงานในการเลือกเวลาเริ่มทำงานได้เองโดยไม่ต้องรอเสนอให้ผู้บังคับบัญชาอนุมัติ

2.5.4 Modified Gliding Schedule ระบบนี้ให้อิสระพนักงานในการกำหนดเวลาเริ่มทำงานได้ โดยจะต้องครอบคลุมช่วงเวลาบริการลูกค้า (Customer Service Band) ไว้ด้วย

2.5.5 Variable Day พนักงานสามารถเลือกยืดหยุ่นระยะเวลาในการทำงานได้โดยจะต้องครอบคลุมช่วงเวลาบังคับ (Core Time) ไว้และมีชั่วโมงการทำงานครบตามที่ระเบียบกำหนดไว้ การสะสมชั่วโมงการทำงานสามารถทำได้ถึง 10 ชั่วโมง เพื่อนำไปหักลบกับชั่วโมงการทำงานในอาทิตย์ถัดไป

2.5.6 Variable Week พนักงานสามารถจัดเวลาการทำงานในแต่ละวัน/แต่ละสัปดาห์ได้อย่างยืดหยุ่น โดยต้องครอบคลุมช่วงเวลาบังคับ (Core Time) ไว้ด้วย พนักงานจะต้องทำงานครบชั่วโมงตามระเบียบในวันจ่ายค่าแรง โดยอนุโลมให้สะสมชั่วโมงการทำงานอย่างมาก 10 ชั่วโมงไว้ได้สำหรับระยะเวลาการจ่ายค่าแรงงวดถัดไป ตัวอย่างเช่นการจ่ายค่าแรงเป็นรายปักษ์ พนักงานสามารถทำงาน 38 ชั่วโมงในอาทิตย์แรก และทำงาน 44 ชั่วโมงในอาทิตย์ที่สอง ซึ่งจะทำให้พนักงานมีชั่วโมงการทำงานสะสม 2 ชั่วโมงสำหรับค่าแรงงวดถัดไป

2.5.7 รูปแบบที่ให้พนักงานสามารถหยุดในช่วงเวลาบังคับได้ โดยชั่วโมงการทำงานสะสมในอาทิตย์ก่อน หรืองวดค่าแรงก่อน ทั้งนี้การหยุดลักษณะนี้ต้องได้รับอนุญาตจากผู้บังคับบัญชาก่อน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริศรา ธาณีใหญ่ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

และปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน 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 ปัจจัยด้านผลตอบแทนและ สวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ด้านระดับการศึกษา ด้านรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านเพศและด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจูงใจ พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความมั่นคงใน หน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยมในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ปัจจัยด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการเจริญก้าวหน้าในงาน ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

กิตติธัช พันธุ์เปรม (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน บริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทย กล่าวว่า ในปัจจุบัน Generation Z กำลังเข้ามาเป็นกำลังหลักของบุคลากรภายในองค์กร แต่พบว่าลักษณะบางประการของกลุ่มคน Generation Z แตกต่างไปจาก Generation อื่น ๆ ที่ผ่านมา ทำให้องค์กรไม่สามารถนำรูปแบบการบริหารด้านทรัพยากรบุคคลแบบเดิมมาใช้กับกลุ่มคน Generation Z ได้ ผนวกกับลักษณะบางประการของงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกมีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ ทั่วไป ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนและ

ออกแบบองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถดึงดูดพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Generation Z ที่กำลังกลายมาเป็นกำลังหลักขององค์กรในอนาคต เพื่อให้้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทย โดยศึกษาปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในอาชีพ ลักษณะงานที่พบปะผู้คน ลักษณะงานงานบริการและค่าตอบแทน และความก้าวหน้าในอาชีพ ทั้งนี้ คาดหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะสามารถช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน ตัดสินใจเลือกเข้าทำงานบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทยเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางในการทำงานในมิติต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมกระบวนการในการสรรหาให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานใหม่ในอนาคต โดยผลการวิจัยพบว่า ลักษณะงานบริการส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจเข้าทำงานในบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในอาชีพ ลักษณะงานที่พบปะผู้คน และค่าตอบแทนและความก้าวหน้าในอาชีพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน

พรทิว์ เกื่อนคำแสน และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ ในการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในนิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง กล่าวว่า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษาสถานภาพสมรส ระดับรายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน (2) ปัจจัยด้านจูงใจ ได้แก่ ลักษณะงาน การยกย่องนับถือ ความสำเร็จของงาน และความก้าวหน้าในอาชีพ และ (3) ปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ นโยบายและการบริหาร เงินเดือน ความมั่นคงในการทำงาน และสภาพการทำงาน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานระดับปฏิบัติการที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม เหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาตามสัดส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมจำนวน 10 บริษัท บริษัทละ 40 ชุด และใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้ T-Test ใช้ F-Test (One way ANOVA) และใช้ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่าพนักงานเป็นเพศชาย ร้อยละ 77.75 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 69.50 มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 47.50 มี สถานภาพสมรสแต่งงาน ร้อยละ 51.75 มีรายได้ ต่อเดือน15,001–25,000 บาท ร้อยละ 60.75 และมีอายุการทำงาน 4-5 ปี ร้อยละ

40.50 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน ด้านปัจจัยจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จของงานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานในระดับต่ำ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันปัจจัยค่าจ้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัจจัยค่าจ้างด้านสภาพในงานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

อาคเนย์ ถาเกิด (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นคนเจนเนอเรชัน วาย ที่มาใช้บริการผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.953 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่า t-test, One-way ANOVA และวิเคราะห์ Regression ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มคนเจนเนอเรชัน วาย ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยจูงใจในการเลือกองค์การเข้าทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย ที่มาใช้บริการบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีปัจจัย 3 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านชื่อเสียงขององค์การ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ (3) ปัจจัยค่าจ้างในการเลือกองค์การเข้าทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชัน วาย ที่มาใช้บริการบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีปัจจัย 3 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านนโยบาย กฎ ข้อบังคับ และขั้นตอนต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ

คุณิตา ไตรอังกูร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z กล่าวว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยเก็บข้อมูลในรูปแบบการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ โดยแจกแจง

ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าคะแนนตามลำดับความสำคัญ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 82 คน ที่เกิดในปี พ.ศ. 2537-2543 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ปริมาณ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานที่ได้รับเลือกมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเงินเดือน สวัสดิการและผลประโยชน์ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งทำงาน ตามลำดับ นอกจากนี้ประเภทธุรกิจที่อยากร่วมงานด้วย พบว่า สนใจธุรกิจพัฒนาและให้บริการเกม ธุรกิจให้บริการเทคโนโลยี และซอฟต์แวร์ ธุรกิจโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ และวัฒนธรรมองค์กรที่สนใจ ได้แก่ วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) ดังนั้น องค์กรจึงจะต้องออกแบบโครงสร้างเงินเดือน สวัสดิการที่เหมาะสม สามารถแข่งขันกับตลาดแรงงานได้ การกำหนดลักษณะงานที่มีความท้าทาย ลงมือทำให้เป็นจริงได้ด้วยตนเอง การตกแต่งสำนักงานที่เอื้อต่อการคิดหาไอเดียใหม่ ๆ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เพื่อให้องค์กรได้เกิดเป็น Employer of choice ของคนยุคใหม่ที่เริ่มเข้ามาสู่ตลาดแรงงาน

ณัฐพัชร ทิพย์ณัฏฐ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา 2559 (เจนเนอเรชัน วาย) ในเรื่องการเลือกที่ทำงาน กล่าวว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นสารนิพนธ์เชิงสำรวจ เพื่อศึกษาทักษะคิดของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา 2559 (เจนเนอเรชัน วาย) ในเรื่องการเลือกที่ทำงาน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่จบการศึกษา 2559 จากมหาวิทยาลัยในประเทศไทย สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นสารนิพนธ์เชิงสำรวจ เพื่อศึกษาทักษะคิดของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา 2559 (เจนเนอเรชัน วาย) ในเรื่องการเลือกที่ทำงาน เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกทำการแจกแจงข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยแบบเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิดของนักศึกษาในเรื่องการเลือกทำงานของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา 2559 (เจนเนอเรชัน วาย) ในระดับมากที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรมองค์กรในการทำงาน รองมาคือ ด้านการพัฒนาและฝึกอบรม ในอันดับสุดท้ายคือ ด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร

พงศ์สุทธิ ศิริทิพน (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup ของประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวว่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (2) ศึกษาระดับการตัดสินใจแรงจูงใจ และทัศนคติในการทำงานบริษัท Startup (3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และอายุงาน (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและทัศนคติในการทำงานกับระดับการตัดสินใจเลือกสมัครงานบริษัท Startup (5) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์ แรงจูงใจ และทัศนคติที่มีต่อระดับการตัดสินใจ

เลือกสมัครงานบริษัท Startup (6) ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชาชนคนไทยวัยทำงานที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและมีประสบการณ์ทำงานในบริษัท Startup ซึ่งไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน กำหนดขนาดตัวอย่าง 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานจะวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample t-test, Pearson's Correlation Coefficient, one way ANOVA (F-test) พร้อมเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ ด้วยวิธี LSD และวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis; MRA)

การวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ตัวอย่างเป็นเพศชาย มีอายุ 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ 30,000-45,000 บาท/เดือน และมีอายุงาน 3-4 ปี ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ พบว่า อายุ อาชีพ สถานภาพ การศึกษา และอายุงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่แรงจูงใจและทัศนคติกับการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง นอกจากนี้พบว่า ทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม ภาพลักษณ์ภายนอกองค์กร และค่าตอบแทนและสวัสดิการ สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup ได้ถูกต้อง 62% ตามสมการทำนาย ดังนี้ $Y = 0.01 + 0.40 (\text{ทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม}) + 0.23 (\text{ภาพลักษณ์ภายนอกองค์กร}) + 0.14 (\text{ค่าตอบแทนและสวัสดิการ})$

ปาลินดา เลิศศิลาทอง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบเวลาทำงานแบบยืดหยุ่น กรณีศึกษาเกี่ยวกับบริษัทน้ำมันแห่งหนึ่งในประเทศไทย กล่าวว่า การศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบเวลาทำงานแบบยืดหยุ่น: กรณีศึกษาเกี่ยวกับบริษัทน้ำมันแห่งหนึ่งในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเป็นเครื่องมือในการศึกษา งานวิจัยในครั้งนี้ การออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ กลุ่มประชากรที่เลือกศึกษาเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในเวลาปกติที่อยู่ในระดับ 1-15 จำนวนทั้งหมด 20 จากองค์กรบริษัทน้ำมันแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยเป็นพนักงานระดับหัวหน้างาน 6 คน และพนักงานทั่วไป 14 คน

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานร้อยละ 90 มีความพึงพอใจกับนโยบายระบบการทำงานแบบยืดหยุ่นที่บริษัทประกาศใช้ เพราะทำให้การจัดสรรเวลาในแต่ละวันมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งขึ้นนั้นคือมีผลต่อ Work Life Balance และ Life Style ของพนักงาน โดยที่ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งการประกาศใช้นโยบายนี้ทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีชีวิตที่สดใส ให้ความสำคัญ ดูแลพนักงานและเห็นว่าเป็นนโยบายที่ดี เหมาะสมที่บริษัทจะนำมาใช้

Al-Lawati (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การทำความเข้าใจจิตวิทยาของเยาวชน: ช่องว่างระหว่างวัย กล่าวว่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกรอบความคิดของเยาวชนในประเด็นเกี่ยวกับเพศศึกษา สถาบันการศึกษา และระดับความสำเร็จของพวกเขา สิ่งสำคัญคือที่ปรึกษานักการศึกษา ผู้ปกครอง และผู้กำหนดนโยบายควรจะสามารถค้นหาปัจจัยที่ทำให้ช่องว่างระหว่างเจเนอเรชันเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะช่วยให้เยาวชนปรับตัวเข้ากับสถาบันการศึกษา ระบบครอบครัว สภาพแวดล้อมในการทำงาน และ ชีวิตโดยทั่วไปได้ดีขึ้น

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน (ทั้งชายและหญิง) ได้รับการคัดเลือกแบบสุ่มจากคณะวิทยาศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 8 คณะ ที่มหาวิทยาลัยสุลต่านกาบาส (SQU) โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาโดย Sulaiman และ Al-Muscatti เพื่อวัดมุมมองของนักศึกษาเกี่ยวกับช่องว่างระหว่างเจเนอเรชัน ผลการวิจัยพบว่าลักษณะบุคลิกภาพ ระดับข้อมูล สารสนเทศทางเทคนิค วิถีชีวิต บรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยมทางวัฒนธรรม ค่านิยม ในการทำงาน และวิธีการสื่อสารเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อช่องว่างระหว่างเจเนอเรชัน จากการศึกษาเบื้องต้นทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยมีค่าที่สูงและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าช่องว่างระหว่างเจเนอเรชันระหว่างเยาวชนและพ่อแม่มีค่าสูง เนื่องจาก สารสนเทศทางเทคโนโลยี วิถีชีวิต และลักษณะบุคลิกภาพ นอกจากนี้ยังพบว่ามีช่องว่างระดับปานกลางจาก ปัจจัยบรรทัดฐานทางสังคมและค่านิยมทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ช่องว่างด้านวิธีการสื่อสารและระดับข้อมูลมีค่าต่ำช่องว่างระหว่างเจเนอเรชันมีค่ามากกว่าในกลุ่มนักศึกษาชายเมื่อเปรียบเทียบกับนักศึกษาหญิงในปัจจัยบรรทัดฐานทางสังคมและค่านิยมทางวัฒนธรรม วิธีการสื่อสาร และระดับข้อมูล

ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่านักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์มีช่องว่างระหว่างเจเนอเรชันกับพ่อแม่มากกว่านักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ในสองปัจจัย ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพและสารสนเทศทางเทคโนโลยี นอกจากนี้ ผลการศึกษายังเผยให้เห็นถึงความแตกต่างในกลุ่มนักศึกษาที่มีผลการเรียนระดับต่าง ๆ (ผู้มีผลการเรียนปานกลาง ผลการเรียนเฉลี่ย และผลการเรียนต่ำ) โดยทุกกลุ่มมีความแตกต่างในด้านวิถีชีวิต

ผกาวิที ก้อนคำ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะชีวิตของคนกลุ่มเจเนอเรชัน Z ต่อการประสบความสำเร็จ กล่าวว่า การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาทัศนคติของคนกลุ่มเจเนอเรชัน Z ต่อการประสบความสำเร็จจิตพิสัยใดที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของเจเนอเรชันนี้ รวมไปถึงศึกษาความต้องการของคนกลุ่มเจเนอเรชัน Z ต่อการประกอบอาชีพในอนาคต ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 และพนักงานเอกชนผู้มีประสบการณ์ทำงาน 1 ถึง 2 ปี ล้วนมีปรัชญาชีวิตเป็นของตัวเอง การประสบความสำเร็จของคนกลุ่มเจเนอเรชัน Z คือ ต้องการใช้ชีวิตอย่างคน

ธรรมดาที่มีความสุขในทุก ๆ วัน โดยไม่ต้องกดดันชีวิตของตัวเอง ความต้องการและความมุ่งมั่นของคนเจนเนอเรชันได้เปลี่ยนไปแล้วการเป็นคนธรรมดาในแบบของตัวเอง เป็นความสุขอย่างหนึ่งที่คนเจนเนอเรชันนี้ต้องการอิทธิพลของครอบครัวว่าด้วยเรื่องความกตัญญูซึ่งเป็นคุณธรรมพื้นฐานของสังคมไทยก็เข้ามามีอิทธิพลกับกลุ่มเจนเนอเรชัน Z ต่อการประสบความสำเร็จด้วย และในอนาคตพบว่าการหาเงินในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องทำงานราชการ หรือการเป็นพนักงานประจำที่อยู่ในกรอบและอยู่ในกฎเกณฑ์ หากต้องต้องเผชิญกับสังคมการทำงานที่ไม่ดี ไม่มีความสุข หรือไม่มีความสุขเป็นตัวของตัวเอง พวกเขาจะไม่ลังเลที่จะลาออกจากบริษัท และพวกเขาคิดว่าสามารถทำงานได้โดยไม่ต้องมีงานใหม่รองรับ เพราะยังมีงานอื่น ๆ อีกมากมายที่พวกเขาสามารถทำได้

ณัฐวุฒิ คุณารังสวัสดิ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 กล่าวว่า การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน (2) เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการเลือกอาชีพทัศนคติในการเลือกอาชีพ และค่านิยมในการเลือกอาชีพที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยจูงใจในการเลือกอาชีพ ด้านผลตอบแทน ด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถ ด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ทัศนคติในการเลือกอาชีพ ค่านิยมในการเลือกอาชีพ มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิภาดา ลิ้นไพลย์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกบริษัทฯ เพื่อการสมัครงานของกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ กล่าวว่า ในปัจจุบันสถานการณ์ตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันสูง พบว่า ทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรโดยทรัพยากรบุคคลที่สำคัญในปัจจุบันก็คือกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ ซึ่งมีความต้องการและแรงจูงใจเพื่อการสมัครงานที่เปลี่ยนแปลงไป จึงนำมาซึ่งแนวคิดการตลาดทรัพยากรบุคคล กำลังเป็นที่นิยมในการแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแรงจูงใจในการเลือกบริษัทฯ เพื่อการสมัครงานของกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ โดยงานวิจัยนี้ ศึกษากลุ่มนักศึกษาจบใหม่ถึงแรงจูงใจในการเลือกบริษัทในการสมัครงานของกลุ่มนักศึกษาจบใหม่จำนวน 200 คน พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจสมัครงานของกลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นตัวนักศึกษา โดยกลุ่มนักศึกษาที่มีเพศ

ที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการเดินทาง ลักษณะงาน ภาพลักษณ์ การส่งเสริมพัฒนา การบังคับบัญชา ความมั่นคงในงาน กระบวนการในการสมัครและนโยบายที่แตกต่างกัน หลักสูตร การสอนที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านค่าตอบแทน การเดินทาง ลักษณะงาน ภาพลักษณ์ ความมั่นคงในงาน กระบวนการในการสมัครและนโยบายที่แตกต่างกัน ประเภทสถาบันการศึกษาที่ แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านการเดินทาง กระบวนการในการสมัครที่แตกต่างกัน บุคคลต่อ แรงจูงใจในการสมัครงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจด้านค่าตอบแทน การเดินทาง ภาพลักษณ์ โอกาสในการเติบโต การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน กระบวนการในการสมัครและนโยบายที่แตกต่างกัน และเกรดเฉลี่ยที่ต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจค่าตอบแทน ลักษณะงาน ภาพลักษณ์ โอกาสใน การเติบโต การส่งเสริมพัฒนา เพื่อนร่วมงาน กระบวนการในการสมัครและนโยบายที่แตกต่างกันใน การเลือกบริษัทฯ เพื่อการสมัครงาน

จันทิมา คุณกะมูท (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความสมดุล ระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเจนเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเจนเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น ของระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น การรับรู้การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา แรงจูงใจในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน และความพึงพอใจในชีวิตของ พนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของระบบ การทำงานที่ยืดหยุ่น การรับรู้การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตการทำงาน และความพึงพอใจในชีวิตของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเจนเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 คน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของตัว แปรทั้ง 6 ตัวนั้นอยู่ในระดับปานกลางทุกตัว และผลการศึกษาสมมติฐานพบว่าการยอมรับ 4 สมมติฐาน คือ ระบบการทำงานที่ยืดหยุ่น แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสมดุล ระหว่างชีวิตและการทำงานและความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับ ความพึงพอใจในชีวิต คุณภาพชีวิตการทำงานและไม่ยอมรับ 1 สมมติฐาน คือ การรับรู้การสนับสนุน จากผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลเชิงบวกกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ผลการวิเคราะห์ แบบจำลองสมการโครงสร้างจากการใช้โปรแกรม AMOS มีค่าผลของแบบจำลองที่เหมาะสมซึ่งเป็น

ข้อมูลเชิงประจักษ์คือ $CMIN/df = 2.948$, $CFI = 0.952$, $RMR = 0.038$, $RMSEA = 0.069$ อีกทั้งประโยชน์ที่ได้ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์สามารถนำข้อมูลไปเป็นข้อมูล ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเพื่อให้พนักงานรู้สึกได้ถึงคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีและได้รับความพึงพอใจในชีวิต

ธนาภรณ์ โสภภาพ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่มีต่อการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของประชากรวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่มีต่อการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของประชากรวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าที่ ค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด/แยกกันอยู่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมีภาระครอบครัว ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการทำงานแบบยืดหยุ่น ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรวัยทำงานที่มีเพศและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตด้านการบริหารจัดการ ความเครียดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประชากรวัยทำงานที่มีอายุ และภาระครอบครัวแตกต่างกัน มีการสร้างสมดุลระหว่างการทำงาน และการใช้ชีวิตด้านการเพิ่มความสัมพันธ์อันดีกับคนในครอบครัว และเพื่อนร่วมงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการทำงานแบบยืดหยุ่นทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย การวางแผนการทำงาน ความเชี่ยวชาญในงาน ระบบปฏิบัติการเอื้อต่อการทำงาน สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน และการประสานงานภายในองค์กร ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของงานด้านปริมาณของงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย มีผลต่อการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของประชากรวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้านการเพิ่มความสัมพันธ์อันดีกับคนในครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน ด้านการบริหารจัดการความเครียด และด้านการลดค่าใช้จ่ายในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมี

นัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถนำมาปรับปรุงแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่บ้านหรือนอกสถานที่ และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสมดุล ระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ณัฐินี พลสัมฤทธิ์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของนักตรวจสอบภาษีกรมสรรพากร (ส่วนกลาง) กล่าวว่า การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ (1) เพื่อศึกษามีปัจจัยประชากรกลุ่มตัวอย่าง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยจูงใจในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง (3) เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักตรวจสอบภาษีกรมสรรพากร (ส่วนกลาง) จำนวน 250 คน มาจากการกำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้หลักการของ Taro Yamane โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์สถิติ Correlation ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักตรวจสอบภาษี กรมสรรพากร (ส่วนกลาง) ที่มีเพศ อายุ อายุการทำงานแตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยแรงจูงใจใน การทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำ ด้านความสำเร็จในงานที่ทำ ด้านความก้าวหน้าในงานที่ทำ และด้านการยอมรับ มีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของ นักตรวจสอบภาษีกรมสรรพากร (ส่วนกลาง)

ธัญพร ยิปชัมภูมิพิจิตร และพิชานันท์ ช้องรักษ์ (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสมดุล ของชีวิตในการทำงาน และการผสมผสานการใช้ชีวิตและการทำงานอย่างลงตัวของพนักงานโรงแรม ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 (COVID-19) กล่าวว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ ใหม่ 2019 (COVID19) เป็นวิกฤตร้ายแรงระดับโลกที่ส่งผลกระทบที่ส่งผลได้ต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ เป็นความท้าทายรูปแบบใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรวมจะต้องปรับ รูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมและเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ที่มี ความผันผวนสูงและไม่สามารถควบคุมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภายในธุรกิจโรงแรมซึ่งเผชิญกับความกดดันและการทำงานอย่างหนัก โดยบทความวิชาการนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมภายหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยประยุกต์ใช้แนวคิดความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว และแนวคิด การผสมผสานเรื่องการทำงานและเรื่องชีวิตส่วนตัวได้อย่างลงตัว พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรวมใน การวางแผนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับเจ้าของธุรกิจ โรงแรม โดยผลของการทบทวนเอกสารและสังเคราะห์แนวคิดในข้างต้น พบว่า ความสมดุลในชีวิต

ของพนักงานโรงแรมรุ่นใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ (1) การมีความสุขทั้งชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน (2) การเลือกทำงานที่สร้างคุณค่าให้กับตัวเอง และ (3) การดำเนินชีวิตอยู่กับปัจจุบันอย่างมีสติภายใต้การทำงานและใช้ชีวิตอย่างเต็มความสามารถ โดยประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมและความคาดหวังของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อช่วยสนับสนุนให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี อันจะส่งผลให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนและช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้

ฐิตาภัทร ทุทุมมา (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน คือ วิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน โดยมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และด้านความรับผิดชอบในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 3

การดำเนินการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ผู้ที่เกิดในช่วงเจนเนอเรชัน ซี (Generations Z) ที่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่เกิดในช่วงเจนเนอเรชัน ซี (Generations Z) ที่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี เนื่องจากไม่มีข้อมูลอ้างอิงในกลุ่มประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยอ้างอิงจากสูตร Cochran (1977)

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

โดย n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของประชากร (กำหนดสัดส่วนประชากรที่ระดับ 0.50)

z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือ นัยสำคัญที่ 0.05

d = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05

$$n = \frac{(.5)(1-.5)(1.96)^2}{.0025}$$

$$n = 384.12$$

ฉะนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ในรูปแบบ Google forms ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวกับ สังคมศาสตร์ ที่ศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี ที่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม ประกอบด้วย เกิดในช่วง เจนเอเรชั่น ซี (Generations Z) หรือไม่ เคยมีประสบการณ์ในการทำงานมาก่อนหรือไม่ เพศ อายุ และอายุการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยจูงใจ ในรูปแบบของมาตราส่วนค่าประมาณ (Rating scale) 5 ระดับ ของ Linkert's five rating scale

รูปแบบของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ Likert's Five Rating Scale โดยมีการกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 = น้อยที่สุด

ระดับความคิดเห็น 2 = น้อย

ระดับความคิดเห็น 3 = ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 4 = มาก

ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาจัดช่วงแปรความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการค้ำจุน ในรูปแบบของมาตราส่วนค่าประมาณ (Rating Scale) 5 ระดับ ของ Linkert's five rating scale

รูปแบบของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ Likert's Five Rating Scale โดยมีการกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 = น้อยที่สุด

ระดับความคิดเห็น 2 = น้อย

ระดับความคิดเห็น 3 = ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 4 = มาก

ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาจัดช่วงแปลความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร ในรูปแบบของมาตราส่วนค่าประมาณ (Rating Scale) 5 ระดับของ Linkert's five rating scale

รูปแบบของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ Likert's Five Rating Scale โดยมีกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 = น้อยที่สุด

ระดับความคิดเห็น 2 = น้อย

ระดับความคิดเห็น 3 = ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 4 = มาก

ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาจัดช่วงแปลความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามวัดปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงานในรูปแบบของมาตราส่วนค่าประมาณ (Rating Scale) 5 ระดับของ Linkert's five rating scale

รูปแบบของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ Likert's Five Rating Scale โดยมีกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 1 = น้อยที่สุด

ระดับความคิดเห็น 2 = น้อย

ระดับความคิดเห็น 3 = ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 4 = มาก

ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาจัดช่วงแปรความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google forms และนำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อทำการสรุปผลการวิจัย

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารหลักฐาน ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชัน ซี

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

การวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยจูงใจ ส่วนที่ 3 ปัจจัยการตัดสินใจ ส่วนที่ 4 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร และส่วนที่ 5 คำถามวัดปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป คำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3.4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ (Qualitative Analysis)

การวิเคราะห์ที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณเน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่าง ๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบสอบถามออนไลน์ทาง Google Form เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยเชิงจิต ปัจจัยการค้ำจุน และปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

3.4.3 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

โดยการกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ $p < 0.05$ เพื่อทำนายหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี ต่อไป

3.4.4 การวิเคราะห์ IOC (Index of Item-Objective Congruence)

หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาไปทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มคนวัยทำงานเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ มาหาค่าความสัมพันธ์ (Tem-total Statistics) ของคำถามรายข้อและคะแนนรวมรายด้านแล้วจึงวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) รายด้านและความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยค่าที่ยอมรับได้ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามใน

แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาพรวม เท่ากับ 0.959 โดยมี รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)
ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน	0.958
ด้านลักษณะงานที่ทำ	0.958
ด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำ	0.958
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	0.958
ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	0.958
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	0.958
ด้านชื่อเสียงทางด้านองค์กร	0.957
ด้านความสมดุลในการทำงาน	0.958
ด้านความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง	0.958
ด้านความปลอดภัยในการทำงาน	0.958
ด้านสถานที่ / การเดินทาง	0.957
ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน	0.958
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.958
ด้านลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร	0.958
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.958
ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร	0.957
คำถามวัดปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน	0.958
ภาพรวม	0.959

นำผลการศึกษาจากข้อ 4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และข้อ 4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) มาดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ IOC (Index of Item-Objective Congruence) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชั่น ซี ต่อไป

บทที่ 4

ผลของการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้รวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene factors)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ส่วนที่ 5 ปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอและแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลและเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
%	แทน	ร้อยละ
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
B	แทน	ค่าความสัมพันธ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนดิบ
β (beta)	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานในการวิเคราะห์ถดถอย
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติของการวิเคราะห์การถดถอย
Std. Error	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอย
p	แทน	ค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance level)
t	แทน	ค่าสถิติ t (สำหรับ t-test)
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การอธิบายความแปรปรวน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
หญิง	262	65.5
ชาย	111	27.75
LGBTQ+	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 เพศชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือ และ LGBTQ+ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
21 ปี	10	2.5
22 ปี	18	4.5
23 ปี	15	3.75
24 ปี	33	8.25
25 ปี	45	11.25
26 ปี	57	14.25
27 ปี	127	31.75
28 ปี	41	10.25
29 ปี	54	13.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 27 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ช่วงอายุ 29 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงอายุ 25 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ช่วงอายุ 28 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ช่วงอายุ 24 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

ช่วงอายุ 22 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ช่วงอายุ 23 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และช่วงอายุ 21 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 1 ปี	81	20.25
1-3 ปี	175	43.75
4-6 ปี	144	36.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ 4-6 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ความก้าวหน้าในการทำงาน	3.7581	0.57644	มาก
ลักษณะงานที่ทำ	3.7858	0.70363	มาก
ความรับผิดชอบในงานที่ทำ	3.8119	0.63799	มาก
ความสำเร็จในการทำงาน	4.2313	0.53092	มากที่สุด
การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	3.9717	0.71057	มาก
รวม	3.9391	0.50618	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors) โดยรวมพบว่าเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.9391 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50618 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจ

ในภาพรวมในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความสำเร็จในการทำงานเป็นองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.2131, S.D. = 0.53902) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายในการทำงาน การประสบความสำเร็จ และการได้รับการยอมรับจากผลงานที่ตนได้กระทำ รองลงมา คือ การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9717 (S.D. = 0.71057) อยู่ในระดับมาก แสดงถึงความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ต่อการได้รับความเคารพ การชื่นชม และการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในองค์กร สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความรับผิดชอบในงานที่ทำ (ค่าเฉลี่ย = 3.8119) ลักษณะงานที่ทำ (ค่าเฉลี่ย = 3.7858) และความก้าวหน้าในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.7581) ล้วนมีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ เล็กน้อย แต่ก็แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการได้ปฏิบัติงานที่มีลักษณะตรงตามความสนใจและทักษะของตนเอง รวมถึงต้องการโอกาสในการเติบโตและพัฒนาในสายอาชีพอย่างต่อเนื่อง จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของปัจจัยจุดใจสะท้อนว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีความคิดเห็นในระดับมากต่อทุกองค์ประกอบของปัจจัยจุดใจ ซึ่งหมายความว่าแรงจูงใจภายใน เช่น ความสำเร็จ ความรับผิดชอบ และการได้รับการยอมรับ เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของพวกเขาอย่างชัดเจน

ผลการศึกษาปัจจัยจุดใจที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยจุดใจที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

ตัวแปร	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
(Constant)	1.616	0.254		6.358	0.000
ความก้าวหน้าในการทำงาน	0.026	0.061	0.028	0.420	0.675
ลักษณะงานที่ทำ	0.114	0.064	0.120	1.790	0.074
ความรับผิดชอบในงานที่ทำ	0.183	0.067	0.174	2.729	**0.007
ความสำเร็จในการทำงาน	0.218	0.072	0.173	3.007	**0.003
การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	0.067	0.054	0.071	1.240	0.216

หมายเหตุ $R^2 = 0.453$, $\text{Adj } R^2 = 0.195$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยจุดใจที่ส่งผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี พบว่าด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำและด้านความสำเร็จในการทำงาน ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการเลือกสมัครงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (Sig. = 0.007 และ 0.003 ตามลำดับ) ในขณะที่

ด้านลักษณะงานที่ทำ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.074) ส่วนด้านความก้าวหน้าในการทำงานและการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.675 และ 0.216 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำมีค่าสูงสุด ($\beta = 0.174$) รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\beta = 0.173$) ตามด้วย ด้านลักษณะงานที่ทำ ($\beta = 0.120$) และ ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ($\beta = 0.071$) ส่วนด้านความก้าวหน้าในการทำงาน มีค่าต่ำสุด ($\beta = 0.028$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่มีผลกระทบต่อการเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ ปัจจัยเชิงจิตที่ส่งผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี สามารถอธิบายการเลือกสมัครงานได้ ร้อยละ 45.30 ($R^2 = 0.453$) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลในระดับปานกลางต่อการเลือกสมัครงานของกลุ่ม

4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors)

ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors)

ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน Hygiene factors	ค่าเฉลี่ย Mean	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลผล
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	3.4792	0.81075	มาก
ชื่อเสียงทางด้านองค์กร	3.7563	0.84067	มาก
ความสมดุลในการทำงาน	3.9106	0.69795	มาก
ความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง	3.4400	0.89353	มาก
ความปลอดภัยในการทำงาน	3.9900	0.79387	มาก
สถานที่ / การเดินทาง	4.0108	0.74528	มาก
ความยืดหยุ่นในการทำงาน	3.6206	0.82336	มาก
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.0350	0.72884	มาก
รวม	3.7581	0.57644	มาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene Factors) โดยรวมพบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับปัจจัยค้ำจุนในการทำงานโดยมีความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7581 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57644 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยคำจูนในการทำงานในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขพื้นฐานในการทำงาน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกองค์กรเข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0530 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72884 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบรรยากาศในการทำงานร่วมกัน ความสามัคคี และความสัมพันธ์ที่ดีในทีมงานอย่างยิ่ง ปัจจัยนี้ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกองค์กรเข้าทำงาน เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานช่วยส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีความสุข รองลงมาคือ สถานที่/การเดินทาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0108 (S.D. = 0.74528) และ ความปลอดภัยในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.0100 (S.D. = 0.74542) ทั้งสองปัจจัยนี้อยู่ในระดับมากเช่นกัน แสดงถึงความสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ต่อสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ความสะดวกในการเดินทางและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ ความสมดุลในการทำงาน และชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กร ก็ได้รับความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9106 และ 3.7563 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่ตนจะเข้าไปทำงาน ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการเวลาและภาระงานให้เกิดความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่มปัจจัยคำจูนในการทำงาน คือ ความมั่นคงในอาชีพและตำแหน่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.4400) แม้จะมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังคงเห็นความสำคัญของความมั่นคงในหน้าที่การงาน แต่อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกงานเท่ากับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและความสัมพันธ์ในที่ทำงาน จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยสุขอนามัยในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความรู้สึกพึงพอใจ ความมั่นคงทางจิตใจ และการเลือกองค์กรเข้าทำงานในกลุ่มประชากรกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาคำจูนในการทำงานที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี
ตารางที่ 4.7 ปัจจัยคำจูนในการทำงานที่มีผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

ตัวแปร	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
(Constant)	1.405	0.203		6.929	0.000
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	-0.034	0.048	-0.041	-0.704	0.482
ชื่อเสียงทางด้านองค์กร	0.247	0.046	0.309	5.309	**0.000
ความสมดุลในการทำงาน	0.137	0.050	0.142	2.740	**0.006
ความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง	-0.002	0.044	-0.003	-0.047	0.962
ความปลอดภัยในการทำงาน	0.058	0.051	0.068	1.127	0.260
สถานที่ / การเดินทาง	0.045	0.056	0.050	0.805	0.421
ความยืดหยุ่นในการทำงาน	0.073	0.050	0.090	1.474	0.141
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.152	0.047	0.166	3.270	**0.001

หมายเหตุ $R^2 = 0.592$, Adj. $R^2 = 0.337$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.7 ปัจจัยคำจูนในการทำงานที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี พบว่า ด้านชื่อเสียงขององค์กรและด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการเลือกสมัครงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (Sig. = 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านความสมดุลในการทำงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.006) ส่วนของด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ด้านสถานที่/การเดินทาง และด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กรมีค่าสูงสุด ($\beta = 0.309$) รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\beta = 0.166$) ตามด้วย ด้านความสมดุลในการทำงาน ($\beta = 0.142$) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ มีค่า β ต่ำหรือไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ปัจจัยคำจูนในการทำงานที่ส่งผลต่อการสมัครงานของเจนเนอเรชัน Z สามารถอธิบายการเลือกสมัครงานได้ ร้อยละ

59.20 ($R^2 = 0.592$) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่าง

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร	Mean ค่าเฉลี่ย	S.D. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร	3.8645	0.62459	มาก
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.9292	0.74796	มาก
นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร	3.9188	0.71391	มาก
รวม	3.7581	0.57644	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรโดยรวมพบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรโดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7581 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57644 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบรรยากาศ วัฒนธรรม และทิศทางขององค์กรในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับองค์กรนั้น ๆ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8645 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62459 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปแบบวัฒนธรรมภายในองค์กร เช่น ค่านิยมร่วมของพนักงาน การสื่อสารภายใน ความเป็นกันเอง หรือความยืดหยุ่นในการทำงาน โดยมองว่าองค์กรประกอบดังกล่าวมีผลต่อบรรยากาศในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ในด้าน นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.9188 (S.D. = 0.71391) ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทิศทาง เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะความชัดเจนในวิสัยทัศน์และพันธกิจที่สะท้อนความมั่นคงขององค์กร และมีผลต่อการตัดสินใจร่วมงานกับองค์กรนั้น ๆ ในระยะยาว นอกจากนี้ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9292 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74796 ก็อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อประสิทธิภาพ เช่น ความสะดวกสบาย

ความปลอดภัย ความเป็นมิตร และการสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในองค์กร ซึ่งสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมในองค์กรในทุกมิติในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของลักษณะวัฒนธรรมภายในองค์กรและทิศทางที่ชัดเจนขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความผูกพัน และแรงจูงใจในการร่วมงานกับองค์กรในระยะยาว

ผลการศึกษาปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสมรรถานของเจนเนอเรชัน ซี

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสมรรถานของเจนเนอเรชัน ซี

ตัวแปร	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
(Constant)	1.609	0.184		8.733	0.000
ลักษณะของวัฒนธรรม ในองค์กร	0.304	0.069	0.284	4.391	**0.000
สภาพแวดล้อม ในการทำงาน	0.123	0.052	0.137	2.356	**0.019
นโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร	0.195	0.056	0.208	3.493	**0.001

หมายเหตุ $R^2 = 0.556$, Adj. $R^2 = 0.304$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการเลือกสมรรถานของเจนเนอเรชัน ซี พบว่า ด้านลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการเลือกสมรรถานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดย ด้านลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรและด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. = 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ) ในขณะที่ สภาพแวดล้อมในการทำงานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.019) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรมีค่าสูงสุด ($\beta = 0.284$) รองลงมาคือ ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ($\beta = 0.208$) และ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\beta = 0.137$) ทั้งนี้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการสมรรถานของเจนเนอเรชัน ซี สามารถอธิบายการเลือกสมรรถานได้ ร้อยละ 55.60 ($R^2 = 0.556$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสมรรถานของกลุ่มตัวอย่าง

4.5 ส่วนที่ 5 ปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน

ผลการวิจัยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความต้องการในการเลือกสมัครงาน
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความต้องการในการเลือกสมัครงาน

ปัจจัยกับความต้องการ ในการเลือกสมัครงาน	Mean ค่าเฉลี่ย	S.D. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ท่านคิดว่าปัจจัยข้างต้นมีผลต่อ การตัดสินใจสมัครงานและ เลือกเข้าทำงานของท่าน มากน้อยเพียงใด	4.1625	0.70522	มาก
ท่านจะไม่ลังเลใจ หากได้รับ การตอบรับการเข้าร่วม ทำงานจากบริษัท	3.8975	0.86826	มาก
รวม	4.0300	0.78674	มาก

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านความต้องการในการเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนเจนเนอเรชั่น ซี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกสมัครงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.0300, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.78674) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนเจนเนอเรชั่น ซี ให้ความสำคัญกับกระบวนการเลือกสมัครงานอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากปัจจัยหลากหลายที่เกี่ยวข้องทั้งด้านเนื้อหาของงานและบริบทขององค์กรที่ตนจะเข้าไปทำงานด้วย

ผลการวิจัยพบว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานเป็นปัจจัยที่ได้รับความสำคัญสูงสุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในประเด็นนี้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.1625, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.70522) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการของคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่มุ่งแสวงหาสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้างและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของบริบทและชีวิตส่วนตัว ความยืดหยุ่นดังกล่าวไม่เพียงเกี่ยวข้องกับเวลาและสถานที่ทำงาน แต่ยังรวมถึงความยืดหยุ่นด้านวิธีการทำงาน การแสดงออกทางความคิด และความหลากหลายของโอกาสในการพัฒนาตนเองในสายอาชีพอีกด้วย

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับการเลือกสมัครงานในลักษณะที่ตนเองมีความสนใจ โดยมีความคิดเห็นในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย = 3.8975, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.86826) แสดงให้เห็นว่า คนเจนเนอเรชั่น ซี มีแนวโน้มตัดสินใจสมัครงานกับองค์กรที่มีคุณค่าหรือ

ทิศทางที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และพร้อมที่จะตอบรับข้อเสนอเข้าทำงานหากมีความเชื่อมั่นว่าองค์กรนั้นสามารถสนับสนุนเป้าหมายชีวิตและการเติบโตของตนได้อย่างแท้จริง

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเลือกสมัครงานของคนเจนเอเรชั่น ซี ได้รับอิทธิพลจากความต้องการในด้านความยืดหยุ่นและความสอดคล้องกับความสนใจส่วนบุคคลเป็นหลัก สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมในการเลือกอาชีพของคนรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มไปยังคุณภาพชีวิต ความหมายของงาน และโอกาสในการเติบโต มากกว่าการเลือกงานจากผลตอบแทนหรือสถานะทางสังคมเพียงอย่างเดียว ดังนั้น องค์กรที่ต้องการดึงดูดและรักษาบุคลากรจากกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง ยืดหยุ่น และให้คุณค่ากับความหลากหลายและตัวตนของพนักงานอย่างแท้จริง



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการเลือกเข้าทำงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี (2) ปัจจัยค้ำจุนในการเลือกเข้าทำงานที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี และ (3) ศึกษาปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ เพศหญิง เพศชาย และกลุ่ม LGBTQ+ ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน อายุตั้งแต่ 21-29 ปี จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยผู้วิจัยแบ่งสรุปผลการศึกษออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1 สรุปผล

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง โดยรวมของช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 27 ปี และมีอายุการทำงานส่วนใหญ่ 1-3 ปี

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกงานอยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบที่ได้รับความสำคัญ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การยกย่องนับถือ หรือการยอมรับ ความรับผิดชอบในงานที่ทำ ลักษณะงานที่ทำ และความก้าวหน้าในการทำงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจภายใน เช่น ความสำเร็จในการทำงาน การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ และการก้าวหน้าในการทำงาน โดยเฉพาะในด้านความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ได้รับความคะแนนเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าการประสบความสำเร็จ

และการได้รับการยอมรับจากผลงานที่ทำ เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกงาน

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยค่าจ้างในการทำงาน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าจ้างในการทำงานในระดับมาก โดยองค์ประกอบที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีและการมีปฏิสัมพันธ์ที่ราบรื่นกับบุคลากรภายในองค์กร รองลงมาคือ สถานที่/การเดินทาง ความปลอดภัยในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ชื่อเสียงขององค์กร ความยืดหยุ่นในการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และ ความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง ตามลำดับ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากทั้งสิ้น สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยสร้างความมั่นคงและความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมการทำงาน ทั้งในด้านกายภาพและความสัมพันธ์ในองค์กร

5.1.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรในระดับมาก โดยองค์ประกอบที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ นโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในทิศทางและแนวทางการดำเนินงานขององค์กร และตามด้วย ลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ค่านิยมร่วม รูปแบบการบริหารจัดการ และการปฏิบัติตัวของบุคลากรภายในองค์กร โดยภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบรรยากาศ ความชัดเจนของทิศทางองค์กร และรูปแบบวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความคาดหวังและค่านิยมของตนในการเลือกงาน

5.1.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้งสามปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ปัจจัยค่าจ้างในการทำงาน และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความต้องการในการเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นคนเจเนอเรชัน ซี โดยรายละเอียดของแต่ละปัจจัยมี ดังนี้

5.1.5.1 ในด้านของ ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบด้านความสำเร็จ ความก้าวหน้า ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และการได้รับการยอมรับ พบว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้องการในการเลือกสมัครงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่แสดงถึงการเพิ่มขึ้นของระดับความต้องการเลือกสมัครงาน เมื่อระดับของ

ปัจจัยจูงใจเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคนเจนเนอเรชัน ซี ให้ความสำคัญกับคุณค่าและความหมายของงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ และการได้รับการยอมรับจากองค์กรในฐานะบุคลากรที่มีศักยภาพ

5.1.5.2 ในด้านของ ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน ได้แก่ สวัสดิการ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในงาน ความปลอดภัย ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติกับความต้องการในการเลือกสมัครงานเช่นกัน โดยเฉพาะในประเด็นด้านความมั่นคงและความยืดหยุ่นในการทำงานที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิต และความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงานในระยะยาว

5.1.5.3 ในด้านของ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่ามีผลต่อความต้องการในการเลือกสมัครงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในส่วนของบริษัทเอกชนที่เป็นมิตร การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยในองค์ประกอบนี้อยู่ในระดับสูง ขณะที่ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเห็นที่สอดคล้องกันของกลุ่มตัวอย่างว่าวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีความยืดหยุ่น โปร่งใส และสนับสนุนการพัฒนาตนเอง ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงาน

โดยสรุปผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มคนเจนเนอเรชัน ซี ให้ความสำคัญต่อทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความสำเร็จ ความรับผิดชอบ และปัจจัยภายนอก เช่น ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีสมดุล และใช้ปัจจัยเหล่านี้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกองค์กรที่จะสมัครงานอย่างชัดเจน องค์กรที่ต้องการดึงดูดคนรุ่นใหม่จึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบงานและวัฒนธรรมองค์กรที่สามารถตอบสนองทั้งความต้องการด้านอาชีพและชีวิตส่วนตัวได้อย่างครบถ้วน

ทั้งนี้เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในด้านของปัจจัยทั้งสามประการ ดังนี้

นาย ก ได้แสดงความคิดเห็นว่า “สภาพแวดล้อม และสังคมในการทำงาน มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกในการทำงานเป็นอย่างมาก”

นาย ข ได้แสดงความคิดเห็นว่า “โดยส่วนตัวในการเลือกทำงานกับสถานประกอบการ ในช่วงวัยนี้ของตัวเอง อาจจะเลือกแค่ถ้าไม่ได้เงินก็ต้องได้ประสบการณ์ ถ้าไม่ได้ประสบการณ์ก็ต้องได้เงินที่มากพอให้เลือก ถ้าได้ทั้งสองก็ดี ถ้าไม่ได้ทั้งคู่ก็เอาตัวเองไปอยู่ที่ ๆ ดีกว่าหรือมีโอกาสดีกว่า (either earn or learn if neither, quit) และยังอยู่ในวัยที่จะ take risk for all opportunities ยังไม่หาความมั่นคงมากมายขนาดนั้น แต่ก็มองไว้บ้าง โดยส่วนตัวคิดว่าปัจจัยในการเลือกงานของรุ่นนี้แล้วแต่ไลฟ์สไตล์หรือนิสัยส่วนบุคคลในการใช้ชีวิต”

นอกจากนี้ ยังมี นาย จ และ นาย ง ได้แสดงความคิดเห็นถึงความรู้สึกในขณะที่กำลังตอบแบบสอบถาม

นาย จ ได้กล่าวว่า “แบบฟอร์มสอบถามนี้ดี เหมือนได้ทบทวนถามตัวเองอีกครั้งถึงความเหมาะสมในองค์กรที่เราทำงานอยู่ และจะเสริมการตัดสินใจในการสมัครในที่อื่นต่อไปหรือการพิจารณาเริ่มต้นการทำงานในที่ใหม่ ๆ”

และนาย ง ได้กล่าวว่า “เป็นแบบสอบถามที่ดี ที่ทำให้ทบทวนว่างาน ณ ปัจจุบันสอดคล้องกับตัวเอง และสุขภาพอยู่ไหม”

นอกจากนี้ นาง ญ ได้มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสมัครงานที่น่าสนใจ โดยกล่าวว่า “จริง ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานมีด้วยกันหลายอย่าง โดยแตกต่างกันออกไปค่ะ อาทิ ตัวบุคคลเอง สภาพแวดล้อม รวมถึงสถานะทางการเงิน และทางเลือกของแต่ละบุคคล ณ สถานการณ์ในตอนนั้น สำหรับเราแม้ว่าองค์กรโดยรวมจะดี แต่หากการบริหารภายในรวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความไม่เหมาะสมทั้งด้านสวัสดิการ และอื่น ๆ ก็อาจจะทำให้เกิดการอยากหางานใหม่ รวมไปถึงเวลาสมัครงานไป มีพนักงานขององค์กรโทรหรือติดต่อมาสกรีนเราจะมองตรงนี้ก่อนเลือกตัดสินใจจะไปสัมภาษณ์ค่ะ เพราะบางครั้งเราสามารถรับรู้ได้ถึงวิสัยทัศน์ขององค์กรจากการทำงานของพนักงาน”

5.2 อภิปรายผล

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสมัครงานของกลุ่มเจนเอเรชัน ซี (Generation Z) ซึ่งเป็นแรงงานกลุ่มใหม่ที่มีค่านิยมและทัศนคติที่แตกต่างจากแรงงานในรุ่นก่อนอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การเลือกสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ปัจจัยด้านค่าตอบแทนเท่านั้น หากแต่ยังพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินชีวิตของตนเอง อาทิ ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย บรรยากาศในที่ทำงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน (Deloitte, 2023)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยจูงใจในการทำงาน เช่น ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ และการได้รับการยอมรับจากผลงาน เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจเลือกงานของกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg's Two-Factor Theory (Herzberg, 1968) ซึ่งอธิบายว่าปัจจัยจูงใจสามารถส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและมีแรงผลักดันในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์กรที่สามารถออกแบบลักษณะงานให้มีความท้าทาย เปิดโอกาสให้

บุคลากรได้แสดงศักยภาพ และมีระบบสนับสนุนที่ให้คุณค่ากับความสำเร็จและการยอมรับ จะสามารถดึงดูดแรงงานเจนเอเรชัน ซี ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในด้านของปัจจัยคำจูงในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ชื่อเสียงขององค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เป็นองค์ประกอบที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ องค์กรที่มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ มีความมั่นคง และเปิดโอกาสให้บุคลากรเติบโตอย่างต่อเนื่อง จะสามารถสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่กลุ่มแรงงานรุ่นใหม่ได้ อีกทั้งความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรยังเอื้อต่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบร่วมมือ และลดความตึงเครียดภายในที่ทำงาน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Leepila (2021) ที่เน้นถึงความสำคัญของบรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนความร่วมมือระหว่างบุคลากร

อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่สะท้อนจากผลการศึกษา คือ บทบาทของวัฒนธรรมองค์กรต่อการเลือกสมัครงาน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบปรับตัวได้ดี (Adaptability Culture) ซึ่งสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และสนับสนุนแนวคิดใหม่ ๆ ที่เน้นนวัตกรรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Chaiya and Chirinang (2023) ที่ระบุว่าองค์กรที่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังของแรงงานรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้ การส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ จะมีความได้เปรียบในการบริหารจัดการบุคลากรยุคใหม่ (Wongchinda, Tanchai, & Romsri, 2025)

นอกจากปัจจัยที่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญแล้ว ยังมีบางปัจจัยที่ผลการวิเคราะห์ทางสถิติระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมัครงานของกลุ่มเจนเอเรชัน ซี อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ สวัสดิการและผลตอบแทน ความปลอดภัยในการทำงาน และนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและลำดับความสำคัญของแรงงานกลุ่มนี้ อย่างมีนัยยะ

สำหรับประเด็นเรื่อง สวัสดิการและผลตอบแทน แม้จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มักได้รับความสำคัญในการเลือกงานโดยทั่วไป แต่จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และบรรยากาศการทำงานมากกว่าเรื่องค่าตอบแทนโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของแรงงานรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มความหมายและตอบโต้คุณค่าภายใน (Intrinsic Values) มากกว่าผลประโยชน์ภายนอก (Extrinsic Values) (Kuron et al., 2015) ในส่วนของความปลอดภัยในการทำงาน ผลที่ไม่มีนัยสำคัญอาจสะท้อนถึงมุมมองของแรงงานกลุ่มนี้ที่ไม่ได้กังวลต่อความเสี่ยงทางกายภาพหรือสภาพแวดล้อมมากนัก โดยเฉพาะเมื่อส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมักเลือกงานในอุตสาหกรรมที่มีลักษณะเป็นงานออฟฟิศ เทคโนโลยี หรืองานสร้างสรรค์ที่ไม่เกี่ยวข้อง

กับความเสี่ยงด้านความปลอดภัยโดยตรง อีกทั้ง ความคุ้นชินกับการทำงานในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ยืดหยุ่น ยังอาจลดทอนความสำคัญของปัจจัยด้านนี้ลง

สำหรับปัจจัยเรื่อง นโยบาย วัฒนธรรม และพันธกิจขององค์กร แม้จะเป็นองค์ประกอบหลักในเชิงกลยุทธ์ขององค์กร แต่ผลที่ไม่มียุทธศาสตร์อาจชี้ให้เห็นว่า แรงงานรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับ “การปฏิบัติจริง” มากกว่า “ถ้อยแถลง” กล่าวคือ หากวิสัยทัศน์ขององค์กรไม่สะท้อนออกมาเป็นรูปธรรมในสภาพแวดล้อมการทำงานหรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ก็อาจไม่เพียงพอในการโน้มน้าวใจให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกสมัครงานกับองค์กรนั้น ทั้งนี้ สอดคล้องกับข้อเสนอของ Tidhar (2023) ที่ระบุว่าความจำเป็นที่ผู้นำองค์กรต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารและการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันและตอบสนองต่อความคาดหวังของพนักงานเจนเอเรชัน ซี

ผลลัพธ์ที่พบนี้ไม่ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านั้นไม่มีความสำคัญโดยสิ้นเชิง หากแต่สะท้อนว่ากลุ่มแรงงานเจนเอเรชัน ซี อาจมีระดับความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าทางจิตใจ ความสมดุลในชีวิต และสภาพแวดล้อมในการทำงานมากกว่าปัจจัยพื้นฐานหรือถ้อยแถลงเชิงนโยบาย ซึ่งองค์กรที่ต้องการดึงดูดบุคลากรกลุ่มนี้ ควรพิจารณาถึงการแสดงออกเชิงรูปธรรมมากกว่าการสื่อสารเพียงระดับแนวคิดหรือผลประโยชน์ที่เป็นมาตรฐานทั่วไป

เมื่อพิจารณาลงลึกในรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างในมิติเวลาการทำงาน ยังพบว่า ระดับประสบการณ์ในการทำงานส่งผลต่อความสำคัญที่ให้กับแต่ละปัจจัยอย่างแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน (น้อยกว่า 1 ปี) มักให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ “โอกาสในการเรียนรู้และการยอมรับในผลงาน” มากกว่าปัจจัยด้านค่าตอบแทนหรือสวัสดิการ ขณะที่กลุ่มที่ทำงานมาระยะหนึ่ง (1-3 ปี) เริ่มมีการประเมินปัจจัยที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือชื่อเสียงขององค์กร ส่วนกลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงานยาวนาน (4-6 ปี) มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรและความมั่นคงในระยะยาวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวงจรชีวิตการทำงานที่แต่ละช่วงวัยมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตามบริบทและประสบการณ์ส่วนตัว

นอกจากนี้ ยังพบแนวโน้มที่น่าสนใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่กลุ่มเจนเอเรชัน ซี ให้ความสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่ อุตสาหกรรมเทคโนโลยี ซอฟต์แวร์ และโฆษณา ซึ่งมีลักษณะการทำงานที่ยืดหยุ่น เปิดกว้าง และส่งเสริมการแสดงออกของความคิดสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมเหล่านี้ยังมีโครงสร้างองค์กรที่ทันสมัยและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของแรงงานรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี องค์กรที่ต้องการดึงดูดกลุ่มแรงงานดังกล่าวจึงควรปรับนโยบายด้านสวัสดิการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการ อาทิ การส่งเสริมการทำงานแบบ Hybrid Work หรือ Work from Home รวมถึงการพัฒนาและส่งเสริมทักษะอย่างต่อเนื่อง (Starfish Labz, 2024)

โดยสรุป ผลการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของแรงงานเจนเนอเรชัน ซี ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในยุคปัจจุบัน องค์กรที่สามารถเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับความต้องการเฉพาะของแรงงานกลุ่มนี้ได้ จะสามารถดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว (McKinsey, 2023) ดังนั้น การออกแบบงานที่มีความท้าทาย การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อความสุขและความสำเร็จ รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่ยืดหยุ่นและเปิดกว้าง จึงเป็นแนวทางที่องค์กรควรพิจารณาเพื่อความมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

5.3.1.1 องค์กรควรให้ความสำคัญกับการออกแบบลักษณะของงานให้มีความท้าทาย มีความรับผิดชอบชัดเจน และเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ เนื่องจากปัจจัยด้านความรับผิดชอบและความสำเร็จในการทำงานเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z)

5.3.1.2 ควรพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการทำงาน และช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

5.3.1.3 การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และมีชื่อเสียงที่ดีในสังคม ควรได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากชื่อเสียงองค์กรเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z)

5.3.1.4 องค์กรควรส่งเสริมความยืดหยุ่นในการทำงาน เช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเลือกทำงานแบบ Hybrid หรือ Remote Work ได้ เพื่อสนับสนุนความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ เจเนอเรชัน ซี (Generation Z) ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

5.3.1.5 ควรพัฒนาและสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรอย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ เพื่อให้พนักงานเข้าใจและรู้สึกเชื่อมโยงกับจุดยืนขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึกมีคุณค่าในการทำงานของกลุ่มแรงงานยุคใหม่

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

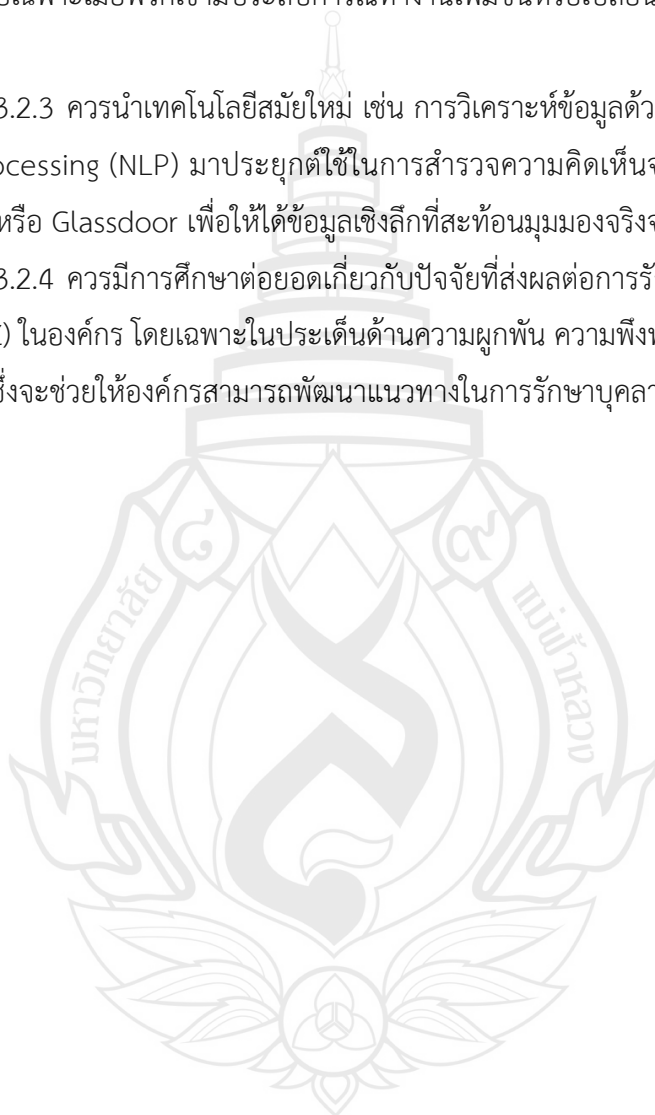
5.3.2.1 ควรมีการศึกษาเชิงลึกในบริบทของกลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยี การเงิน การศึกษา หรือสื่อมวลชน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการ

เลือกสมัครงานของเจนเนเรชั่น ซี (Generation Z) ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งอาจมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน

5.3.2.2 ควรดำเนินการวิจัยในลักษณะ Longitudinal Study เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนเรชั่น ซี (Generation Z) ในระยะยาว โดยเฉพาะเมื่อพวกเขามีประสบการณ์ทำงานเพิ่มขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงตามภาวะเศรษฐกิจและสังคม

5.3.2.3 ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย AI หรือการใช้ Natural Language Processing (NLP) มาประยุกต์ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจากแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น LinkedIn หรือ Glassdoor เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนมุมมองจริงจากกลุ่มเป้าหมาย

5.3.2.4 ควรมีการศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษานักงานเจนเนเรชั่น ซี (Generation Z) ในองค์กร โดยเฉพาะในประเด็นด้านความผูกพัน ความพึงพอใจ และระบบสนับสนุนภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาแนวทางในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพได้ในระยะยาว



รายการอ้างอิง

- กิตติธัช พันธุ์เปรม. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทย* (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- คุณิตา ไตรอังกูร. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z* (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จันทิมา คุณกะมูท. (2565). *ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเจนเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิตาภัทร์ ทุทุมมา. (2563). *แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales): กรณีศึกษาบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้งจำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณัฐินี พลสัมฤทธิ์. (2565). *ปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักตรวจสอบ ภาษีกรมสรรพากร (ส่วนกลาง)* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mmm25/6314131093.pdf>
- ณัฐพัชร์ ทิพย์ณภัทร. (2560). *ทัศนคติของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา 2559 (เจนเนอเรชั่นวาย) ใน เรื่องการเลือกที่ทำงาน* (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2331>
- ณัฐรุฒิ คุณดำรงสวัสดิ์. (2561). *การเลือกอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน*. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961093.pdf>
- ธนาภรณ์ โสภภาพ. (2565). *อิทธิพลของรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น และประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานที่มีต่อการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของประชากรวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธนู วงษ์จินดา, สาธกา ตาลชัย และสุวิมลพงษ์ ร่มสร. (2568). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำทางการศึกษาในศตวรรษที่ 21. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(1), 278–293.*

- ธัญพร ยิปษ์ภูมิพิจิตร และพิชานันท์ ช้องรักษ. (2567). ความสมดุลของชีวิตในการทำงาน และการผสมผสานการใช้ชีวิตและการทำงานอย่างลงตัวของพนักงานโรงแรมภายหลังสถานการณ์ โควิด-19 (COVID-19). *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี*, 5(1), 1-15.
- บวรรัตน์ ธนาฤทธิวรภาค. (2561). ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงาน ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น แซด ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ปริศรา ธาณีใหญ่. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปาณิดา เลิศศิลาทอง. (2561). การศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบเวลาทำงานแบบยืดหยุ่น: กรณีศึกษาเกี่ยวกับบริษัทน้ำมันแห่งหนึ่งในประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ผกาวิทย์ ก้อนคำดี. (2565). ทักษะชีวิตของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z ต่อการประสบความสำเร็จ (สารนิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4721>
- พงศ์สุทธิ ศิริทิพน. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup ของ ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (การศึกษารายบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรทวี เกื้อนคำแสน. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือก ทำงานของพนักงานระดับ ปฏิบัติการในนิคมอุตสาหกรรมเหมราช อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง. *วารสารบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีมหานคร*, 13(1), 1-23.
- มณีนรัตน์ ชัยยะ และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2566). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสู่ยุค ดิจิทัล (Digital HR). *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 11(1), 104-115.
- วิภาดา ลีไพบูลย์. (2560). ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกบริษัทฯ เพื่อการสมัครงานของกลุ่มนักศึกษาจบ ใหม่ (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรม องค์กร. ซีระฟิล์ม และไซ เท็กซ์ จำกัด*.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *สรุปผลสำคัญสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2567*. https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2024/20240808130114_63827.pdf

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร.

<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. (2550). ภาวะความเป็นผู้นำ. เอ็กซ์เปอร์เน็ท

อาคเนย์ ภาเกิด. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่น

วาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารีย์กุล รื่นเรือง. 2550. แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดกรมกำลังพลทหารเรือ

(วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Al-Lawati, S. M. A. S. (2019). Understanding the psychology of youths: Generation gap.

International Journal of Psychology and Counselling, 11(6), 46–58.

<https://doi.org/10.5897/IJPC2019.0568>

Bulut, S., & Maraba, D. (2021). Generation Z and its perception of work through habits,

motivations, expectations, preferences, and work ethics. *Psychology and*

Psychotherapy Research Studies, 4(4), Article PPRS.000593.

<https://pdfs.semanticscholar.org/e775/7b0e16b880296263193ceb3f15af0eddc459.pdf>

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Deloitte. (2023). *2023 Gen Z and Millennial Survey*. Deloitte Global.

<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/genz-millennial-survey.html>

Herzberg, F. (1968). *One more time: How do you motivate employees?*

<https://hbr.org/2003/01/one-more-time-how-do-you-motivate-employees>

Huber, P., & Schubert, H. J. (2019). Attitudes about work engagement of different

generations – A cross-sectional study with nurses and supervisors. *Journal of*

Nursing Management, 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.

International Journal of Contemporary Economics Administrative. Sciences,

10, 107–130.

- Kuron, L., Lyons, S. T., Schweitzer, L., & Ng, E. S. (2015). Millennials' work values: Differences across the school to work transition. *Personnel Review*, 44(6), 991–1009. <https://doi.org/10.1108/PR-01-2014-0024>
- Leepila, R. (2021, August 6). *Strong friendships at work play an important role in employee engagement*. <https://blog.happily.ai/th/strong-friendships-at-work-play-an-important-role-in-employee-engagement-th/>
- McKinsey & Company. (2023). *The future of work: Trends shaping the global workforce*. <https://www.mckinsey.com/future-of-work-report-2023>
- McLeod, S. (2023). *Maslow's hierarchy of needs*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Rzemieniak, M., & Wawer, M. (2021). Employer branding in the context of the company's sustainable development strategy from the perspective of gender diversity of generation Z. *Sustainability*, 13, 828.
- Starfish Labz. (2024). *Hybrid work: Changing lifestyles, mindsets, and transforming the world of work*. <https://www.starfishlabz.com/blog/1717-hybrid-work>
- Thang, N. N., Mai, V. D., Rowley, C., & Pejić Bach, M. (2022). *Generation Z job seekers' expectations and their job pursuit intention: Evidence from transition and emerging economy*. *International Journal of Engineering Business Management*, 14, 1–13. <https://doi.org/10.1177/18479790221132411>
- Tidhar, L. (2023). *Management and leadership for generation Z in an era of changing employee commitment*. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 27, 462–470.

ภาคผนวก

แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) ข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามนี้นำไปวิเคราะห์เป็นภาพรวมในเชิงวิชาการ ไม่มีผลใด ๆ กับผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ประการใด จึงขอความกรุณาจากท่าน ตอบแบบสอบถามตามข้อเท็จจริง เพื่อผลการศึกษาได้เป็นจริงมากที่สุด หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้เป็นอย่างสูง

ดังนั้น เพื่อให้ผลการศึกษามีความเชื่อถือได้ และเกิดประโยชน์ด้านการศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านโปรดพิจารณาหรือกรอกข้อความให้ตรงกับความเป็นจริงและขอรับรองว่า คำตอบของท่านจะ ถูกเก็บไว้เป็นความลับ และข้อมูลเหล่านั้นจะไม่ส่งผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่าน แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยค้ำจุนในการทำงาน (Hygiene factors)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ส่วนที่ 5 ปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน

ขอแสดงความนับถือ

นางสาว เกศษฎาพรุญ์ นิยมสุจริต

หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ แผน ข

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

0846554193 / 6651203252@lamduan.mfu.ac.th

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

คำถาม : ข้อมูลบุคคลทั่วไป

ท่านเกิดในช่วงเจนเนเรชั่น ซี (Generation Z) หรือไม่ (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2553)

- ☐ ใช่
- ☐ ไม่ใช่

ท่านเคยมีประสบการณ์ในการทำงานมาก่อนหรือไม่

- ☐ เคย
- ☐ ไม่เคย

เพศ

- ☐ หญิง
- ☐ ชาย
- ☐ LGBTQ+

อายุของท่าน :

- ☐ 21 ปี
- ☐ 22 ปี
- ☐ 23 ปี
- ☐ 24 ปี
- ☐ 25 ปี
- ☐ 26 ปี
- ☐ 27 ปี
- ☐ 28 ปี
- ☐ 29 ปี

อายุการทำงาน

- ☐ 1-3 ปี
- ☐ 4-6 ปี
- ☐ มากกว่า 7 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
ส่วนที่ 1 ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors)							
ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน							
1	ท่านได้รับมอบหมายให้ทำงานที่มีความท้าทาย						
2	องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่						
3	ตำแหน่งงานของท่านปัจจุบันมีโอกาสดำรงตำแหน่งสูง						
4	ท่านได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนประจำปีด้วยความ ยุติธรรม						
ด้านลักษณะงานที่ทำ							
5	งานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน						
6	งานที่ท่านปฏิบัติอยู่เป็นงานที่ช่วยให้ท่านมีโอกาสดำรงตำแหน่ง						
7	งานที่ท่านได้รับมอบหมายมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจในปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่						
ด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำ							
8	ท่านได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาให้รับผิดชอบงานที่สำคัญ						
9	ท่านได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน						
10	ท่านได้รับมอบหมายปริมาณงานที่เหมาะสมกับตำแหน่ง						
11	ท่านมีอำนาจในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย						
ด้านความสำเร็จในการทำงาน							
12	ท่านสามารถแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานได้สำเร็จอยู่เสมอ						
13	ท่านสามารถกำหนดเป้าหมายและวางแผนวิธีการทำงานของตนเองได้						
14	ท่านทุ่มเทการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ						
15	งานที่ท่านได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ						
16	ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานที่ท่านรับผิดชอบให้สำเร็จ						
17	ท่านพยายามหาวิธีปรับปรุงแก้ไขงานที่ปฏิบัติอยู่ให้ดีขึ้นเสมอ						
ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ							
18	การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา						
19	การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน						
20	การได้รับคำชมเชยและยอมรับจากผู้รับบริการ						

ส่วนที่ 3 ปัจจัยคำจูนในการทำงาน (Hygiene factors)

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น ซี	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
ส่วนที่ 2 ปัจจัยคำจูนในการทำงาน (Hygiene factors)							
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ							
1	ท่านพึงพอใจกับเงินเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรในสายอาชีพอื่นๆ ที่มีวุฒิการศึกษาเหมือนท่าน						
2	ท่านได้รับความเป็นธรรมในการพิจารณาขึ้นเงินเดือนและสวัสดิการต่างๆ						
3	ท่านคิดว่าสวัสดิการและค่าตอบแทนพิเศษต่างๆที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม						
ด้านชื่อเสียงทางด้านองค์กร							
4	ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรแห่งนี้						
5	ท่านภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร						
ด้านความสมดุลในการทำงาน							
6	ท่านทำงานเสร็จในเวลางานโดยไม่จำเป็นต้องไปทำในเวลาที่พักผ่อนหรือหลังเลิกงาน						
7	ท่านวางแผนการทำงานเป็นลำดับก่อน-หลังที่จะลงมือปฏิบัติงาน						
8	ท่านควบคุมเวลาในการทำงานของท่านให้เป็นไปตามแผนการทำงานที่วางไว้						
9	ท่านมีเวลาส่วนตัวเพียงพอที่จะดูแลตนเองและคนในครอบครัว						
ด้านความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง							
10	ท่านมีความภูมิใจและผูกพันกับองค์กร						
11	ท่านมีหลักประกันของความมั่นคงในการทำงานถึงวัยเกษียณ						
12	ท่านคิดว่าตำแหน่งหน้าที่ของท่านมีความมั่นคง						
13	ท่านมีความเชื่อมั่นในความก้าวหน้าของตำแหน่งหรือหน้าที่การงาน						
ด้านความปลอดภัยในการทำงาน							
14	สถานที่ปฏิบัติงานของท่านมีความปลอดภัยและสามารถป้องกัน ภัยจากอันตรายได้						
15	ท่านได้รับการสนับสนุนและทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย						
ด้านสถานที่ / การเดินทาง							
16	สถานที่ทำงานเอื้ออำนวยต่อการเดินทางไปทำงาน						
17	สถานที่ทำงานมีความปลอดภัยต่อการเดินทางไปทำงาน						
18	สถานที่ทำงานมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการทำงาน						

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน						
19	ท่านมีเวลาได้พักผ่อนและดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม					
20	องค์กรมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับระบบปฏิบัติการในการทำงานทำให้การทำงานแบบยืดหยุ่นของท่านเป็นไปได้ด้วย ความราบรื่น					
21	ภาระงานที่รับผิดชอบไม่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจ เช่น เครียด นอนไม่หลับ ป่วยง่าย					
22	ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา ทำงานในแต่ละวัน					
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน						
23	ท่านคิดว่าเพื่อนร่วมงานมีความเป็นมิตรต่อกันให้ความสนทนสนมให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการทำงาน					
24	ท่านกับเพื่อนร่วมงานของท่านช่วยเหลือและร่วมมือกันในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายเดียวกัน					
25	องค์กรของท่านจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมพนักงานได้มีโอกาสร่วมกัน					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ส่วนที่ 3 ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร						
ด้านลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร						
1	วัฒนธรรมและบรรยากาศในองค์กรส่งผลต่อความรู้สึกในการทำงาน เช่น ความเครียดในการทำงาน เกิดภาวะหมดไฟในการทำงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการทำงาน					
2	องค์กรมีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่าง ต่อเนื่อง					
3	การยอมรับและเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ ประสบการณ์ของพนักงานในองค์กร					
4	องค์กรส่งเสริมท่านให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง					
5	ท่านมีการกำหนดเป้าหมายในการทำงานไว้อย่างชัดเจน					

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชัน ซี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน						
6	สภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่เหมาะสมทำให้ท่านมีความสุขในการทำงาน					
7	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานทำให้ท่านสามารถปฏิบัติงานได้ดีมากขึ้น					
8	ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานของท่านมีความปลอดภัยในการทำงาน					
ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร						
9	ท่านสามารถปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและนโยบายขององค์กรเป็นอย่างดี					
10	องค์กรของท่านมีนโยบายการวางแผนบริหารงานอย่างชัดเจน					
11	องค์กรของท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ					
12	นโยบายและการดำเนินงานของบริษัทนี้มีความรับผิดชอบต่อสังคม					

ส่วนที่ 5 การเลือกสมัครงาน

ข้อที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเนอเรชั่น ซี	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
คำถามวัดปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน						
1	ท่านคิดว่าปัจจัยข้างต้นมีผลต่อการตัดสินใจสมัครงานและเลือกเข้าทำงานของท่านมากน้อยเพียงใด					
2	ท่านจะไม่ลังเลใจ หากได้รับการตอบรับการเข้าร่วมทำงานจากบริษัท					

ลิงค์การทำแบบสอบถาม

<https://forms.gle/vWekvTjqGwJA1hdV7>

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือแบบสอบถาม (α)

ตัวแปร

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)

ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน

- | | |
|--|-------|
| 1. ท่านได้รับมอบหมายให้ทำงานที่มีความท้าทาย | 0.958 |
| 2. องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ | 0.959 |
| 3. ตำแหน่งงานของท่านปัจจุบันมีโอกาสดำรงตำแหน่งที่สูง | 0.958 |
| 4. ท่านได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนประจำปีด้วยความยุติธรรม | 0.958 |

ด้านลักษณะงานที่ทำ

- | | |
|---|-------|
| 5. งานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน | 0.958 |
| 6. งานที่ท่านปฏิบัติอยู่เป็นงานที่ช่วยให้ท่านมีโอกาสดำรงตำแหน่ง | 0.96 |
| 7. งานที่ท่านได้รับมอบหมายมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจในปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ | 0.958 |

ด้านความรับผิดชอบในงานที่ทำ

- | | |
|---|-------|
| 8. ท่านได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา ให้รับผิดชอบงานที่สำคัญ | 0.958 |
| 9. ท่านได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน | 0.958 |
| 10. ท่านได้รับมอบหมายปริมาณงานที่เหมาะสมกับตำแหน่ง | 0.958 |
| 11. ท่านมีอำนาจในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย | 0.959 |

ด้านความสำเร็จในการทำงาน

- | | |
|--|-------|
| 12. ท่านสามารถแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานได้สำเร็จอยู่เสมอ | 0.958 |
| 13. ท่านสามารถกำหนดเป้าหมายและวางแผนวิธีการทำงาน ของตนเองได้ | 0.959 |
| 14. ท่านทุ่มเทการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ | 0.959 |
| 15. งานที่ท่านได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ | 0.959 |
| 16. ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานที่ท่านรับผิดชอบให้สำเร็จ | 0.959 |
| 17. ท่านพยายามหาวิธีปรับปรุงแก้ไขงานที่ปฏิบัติอยู่ ให้ดีขึ้นเสมอ | 0.959 |

ตัวแปร**ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)****ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ**

- | | |
|--|-------|
| 18. การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา | 0.958 |
| 19. การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน | 0.958 |
| 20. การได้รับคำชมเชยและยอมรับจากผู้รับบริการ | 0.958 |

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ

- | | |
|--|-------|
| 21. ท่านพึงพอใจกับเงินเดือนของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรในสายอาชีพอื่น ๆ ที่มีวุฒิการศึกษาเหมือนท่าน | 0.957 |
| 22. ท่านได้รับความเป็นธรรมในการพิจารณาขึ้นเงินเดือนและสวัสดิการต่าง ๆ | 0.958 |
| 23. ท่านคิดว่าสวัสดิการและค่าตอบแทนพิเศษต่างๆที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม | 0.959 |

ด้านชื่อเสียงทางด้านองค์กร

- | | |
|--|-------|
| 24. ท่านภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรแห่งนี้ | 0.957 |
| 25. ท่านภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร | 0.958 |

ด้านความสมดุลในการทำงาน

- | | |
|---|-------|
| 26. ท่านทำงานเสร็จในเวลางาน โดยไม่นำไปทำในเวลาที่พักผ่อนหรือหลังเลิกงาน | 0.959 |
| 27. ท่านวางแผนการทำงานเป็นลำดับก่อน-หลังที่จะลงมือปฏิบัติงาน | 0.958 |
| 28. ท่านควบคุมเวลาในการทำงานของท่านให้เป็นไปตามแผนการทำงานที่วางไว้ | 0.958 |
| 29. ท่านมีเวลาส่วนตัวเพียงพอที่จะดูแลตนเองและคนในครอบครัว | 0.958 |

ด้านความมั่นคงของอาชีพและตำแหน่ง

- | | |
|--|-------|
| 30. ท่านมีความภูมิใจและผูกพันกับองค์กร | 0.958 |
| 31. ท่านมีหลักประกันของความมั่นคงในการทำงานถึงวัยเกษียณ | 0.959 |
| 32. ท่านคิดว่าตำแหน่งหน้าที่ของท่านมีความมั่นคง | 0.958 |
| 33. ท่านมีความเชื่อมั่นในความก้าวหน้าของตำแหน่งหรือหน้าที่การงาน | 0.958 |

ตัวแปร

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)

ด้านความปลอดภัยในการทำงาน

34. สถานที่ปฏิบัติงานของท่านมีความปลอดภัยและสามารถ
ป้องกัน ภัยจากอันตรายได้ 0.958

35. ท่านได้รับการสนับสนุนและทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อปฏิบัติงาน
ได้ อย่างปลอดภัย 0.958

ด้านสถานที่ / การเดินทาง

36. สถานที่ทำงานเอื้ออำนวยต่อการเดินทางไปทำงาน 0.958

37. สถานที่ทำงานมีความปลอดภัยต่อการเดินทางไปทำงาน 0.958

38. สถานที่ทำงานมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการทำงาน 0.957

ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน

39. ท่านมีเวลาได้พักผ่อนและดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม 0.959

40. องค์กรมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับระบบปฏิบัติการ
ในการทำงาน ทำให้การทำงานแบบยืดหยุ่นของท่านเป็นไปได้ด้วย
ความราบรื่น 0.958

41. ภาระงานที่รับผิดชอบ ไม่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ
ร่างกายและจิตใจ เช่น เครียด นอนไม่หลับ ป่วยง่าย 0.958

42. ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา
ทำงานในแต่ละวัน 0.96

ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

43. ท่านคิดว่าเพื่อนร่วมงานมีความเป็นมิตรต่อกัน ให้ความสนิท
สนม ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการทำงาน 0.958

44. ท่านกับเพื่อนร่วมงานของท่านช่วยเหลือและร่วมมือกันในการ
ทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายเดียวกัน 0.958

45. องค์กรของท่านจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมพนักงานได้มีโอกาส
ทำงานร่วมกัน 0.959

ตัวแปร**ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)****ด้านลักษณะของวัฒนธรรมในองค์กร**

- | | |
|--|-------|
| 46. วัฒนธรรมและบรรยากาศในองค์กร ส่งผลต่อความรู้สึกในการทำงาน เช่น ความเครียดในการทำงาน เกิดภาวะหมดไฟในการทำงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการทำงาน | 0.958 |
| 47. องค์กรมีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง | 0.959 |
| 48. การยอมรับและเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประสบการณ์ของพนักงานในองค์กร | 0.958 |
| 49. องค์กรส่งเสริมท่านให้เกิดความรู้สึภาคภูมิใจในองค์กร และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง | 0.959 |
| 50. ท่านมีการกำหนดเป้าหมายในการทำงานไว้อย่างชัดเจน | 0.958 |

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- | | |
|---|-------|
| 51. สภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่เหมาะสมทำให้ท่านมีความสุขในการทำงาน | 0.958 |
| 52. บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานทำให้ท่านสามารถปฏิบัติงานได้ดีมากขึ้น | 0.958 |
| 53. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานของท่านมีความปลอดภัยในการทำงาน | 0.958 |

ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร

- | | |
|---|-------|
| 54. ท่านสามารถปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและนโยบายขององค์กรเป็นอย่างดี | 0.957 |
| 55. องค์กรของท่านมีนโยบายการวางแผนบริหารงานอย่างชัดเจน | 0.959 |
| 56. องค์กรของท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ | 0.957 |
| 57. นโยบายและการดำเนินงานของบริษัทนี้มีความรับผิดชอบต่อสังคม | 0.958 |

ด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร

- | | |
|---|-------|
| 54. ท่านสามารถปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและนโยบายขององค์กรเป็นอย่างดี | 0.957 |
| 55. องค์กรของท่านมีนโยบายการวางแผนบริหารงานอย่างชัดเจน | 0.959 |

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)
56. องค์กรของท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ	0.957
57. นโยบายและการดำเนินงานของบริษัทนี้มีความรับผิดชอบต่อสังคม	0.958
คำถามวัดปัจจัยกับความต้องการในการเลือกสมัครงาน	
1. ท่านคิดว่าปัจจัยข้างต้นมีผลต่อการตัดสินใจสมัครงานและเลือกเข้าทำงานของท่านมากน้อยเพียงใด	0.958
2. ท่านจะไม่ลังเลใจ หากได้รับการตอบรับการเข้าร่วมทำงานจากบริษัท	0.958
ภาพรวม	0.959



ประวัติผู้ประพันธ์

ชื่อ

เกษศญาพรย์ นิยมสุจริต

ประวัติการศึกษา

2559

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจีนธุรกิจ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ประวัติการทำงาน

2564-2566

เลขานุการผู้บริหาร

บริษัท เอ็นซี โคโคนัทจำกัด (ส่งออกมะพร้าว)

จังหวัด ราชบุรี

