

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z
ในจังหวัดสระบุรี

The Factors Influencing the Decision of Generation Z to Join the
Organization in Saraburi Province

ณัฐนรี จันทพิน

นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: natanaree_j@mail.rmutt.ac.th

ณชญาภัต เคาท์เทน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Corresponding author's E-mail: Nachayapat_r@rmutt.ac.th

Natanaree Juntapin

Student, Master of Business Administration Program

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Nachayapat Cuijten

Assistant Professor Dr., Faculty of Business Administration

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

รับเข้า : 14 กรกฎาคม 2568 แก้ไข : 13 สิงหาคม 2568 ตอรับ : 14 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี 2) ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี และ 3) ปัจจัยด้านการคำนวณที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่ม Generation Z ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 29 ปี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบทีของกลุ่มตัวอย่างอิสระ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่

ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ได้แก่ ด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้การยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน และด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ และ 3) ปัจจัยด้านการค้าจุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสมดุลในการทำงาน และด้านความมั่นคงในงาน

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านการค้าจุน เจนเนอเรชัน-ซี

Abstract

This research aimed to study : 1) the demographic factors influencing the decision of Generation Z to join the organization in Saraburi province, 2) motivation factors influencing the decision of Generation Z to join the organization in Saraburi province, and 3) hygiene factors influencing the decision of Generation Z to join the organization in Saraburi province. This research employed a quantitative method. The sample group used in this research consisted of 400 people from Generation Z aged range between 18 – 29 years old and living in Saraburi province area. Questionnaire used as a data collection tool. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested using Independent Samples t-test, One-Way ANOVA, and multiple linear regression analysis.

The research results were found that : 1) the difference in gender, age, educational level, and occupation had the difference in the decision level of Generation Z to join the organization, 2) motivation factors influencing the decision of Generation Z to join the organization in aspect of corporate reputation, recognition, work itself, and possibility of growth and learning, and 3) hygiene factors influencing the decision of Generation Z to join the organization in aspect of benefits and welfare, interpersonal relationships, policy and administration, work life balance, and job security.

Keywords: Demographic factors, Motivation factors, Hygiene Factors, Generation Z

บทนำ

ในการดำรงธุรกิจไม่ว่าจะในอดีตหรือปัจจุบัน ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญมากที่สุดขององค์กร ดังนั้นในแต่ละองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาคัดเลือกบุคลากร และ

ต้องการเป็นผู้ช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในเรื่องของการเป็นองค์กรในฝัน เพื่อที่จะดึงดูดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาในองค์กรมากที่สุด เพื่อที่จะสามารถพ่วงองค์กรขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจต่อไปในอนาคตโดยไม่มีที่สิ้นสุด (คุณिता ไตรอังกูร, 2562) โดยปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกงานของบุคคลทั่วไป ได้แก่ เงินเดือน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน การได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้า ความมั่นคง เวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นงานที่มีความหมาย การเข้ากันกับหัวหน้า งานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ งานที่ได้แสดงฝีมือและเป็นที่ยอมรับ และโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง (อเต็คโก้, 2564) ทั้งนี้ ความต้องการเหล่านี้อาจแตกต่างกันตามคนวัยทำงานในแต่ละเจนเนอเรชันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางสังคม การเลี้ยงดูในครอบครัว สภาพเศรษฐกิจในแต่ละยุคสมัย ซึ่งทำให้องค์กรจำเป็นต้องทำความเข้าใจและศึกษาพฤติกรรมของคนทำงานในแต่ละกลุ่ม เพื่อออกแบบการสร้างและกำหนดตัวตนหรือบริบทขององค์กรในตลาดแรงงานให้มีความสอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีสำหรับพนักงานทั้งปัจจุบันและในอนาคต (คุณिता ไตรอังกูร, 2562)

ในยุคที่เทคโนโลยีและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว Generation Z หรือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538 – 2552 คือกลุ่มประชากรที่เติบโตขึ้นมาท่ามกลางวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งการเติบโตมากับเทคโนโลยีตั้งแต่วัยเด็ก ทำให้คนกลุ่มนี้มีความสามารถในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (Kris Piroj, 2565) ปัจจุบันคนกลุ่ม Generation Z กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างจริงจัง โดยมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากกลุ่มเจนเนอเรชันก่อนหน้า ทั้งด้านทัศนคติ พฤติกรรมการทำงาน และความคาดหวังต่อองค์กร คนกลุ่มนี้มักมีความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับงานที่มีความหมาย และต้องการสร้างผลงานที่ส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรและสังคมโดยรวม แต่การทำงานของกลุ่ม Generation Z ก็มีผลกระทบต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสรรหาและการรักษาพนักงาน การปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมหรือการเตรียมการสื่อสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงาน Generation Z องค์กรที่สามารถปรับตัวและรองรับความต้องการของ Generation Z อย่างเหมาะสมจะมีประสิทธิภาพและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันและอนาคต

จังหวัดสระบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการพัฒนาของประเทศไทย อีกทั้งเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมหนักโดยเฉพาะอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ที่มีความสำคัญต่อการก่อสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ นอกจากนี้ ยังมีนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่งที่ดึงดูดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ การเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดแรงงานในหลายภาคส่วน รวมถึง

อุตสาหกรรมการผลิต การเกษตร และการบริการ ความต้องการแรงงานในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย และการแข่งขันสูง ในขณะที่องค์กรต่าง ๆ ก็กำลังเผชิญกับความท้าทายในการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ (สำนักงานจังหวัดสระบุรี, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Generation Z ที่มีความต้องการเฉพาะตัว จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่มคน Generation Z ได้แก่ งานวิจัยของชนัญชิตา จงประสพโชคชัย, อัญชัชฐา ภูอุดม, ดนุพล แสงนาค และอภิญา สุพิชญ์ (2566) พบว่า ปัจจัยในการเลือกเข้าทำงานกับบริษัทข้ามชาติของกลุ่ม Gen-Z ในยุคปัจจุบัน ที่ได้รับเลือกมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสในการก้าวหน้าและเติบโตเลื่อนขั้น และงานวิจัยของปริศรา ธาณีใหญ่ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านการค่าจ้างด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z. อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านการค่าจ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของ Generation Z ในบริบทจังหวัดสระบุรี การศึกษาระดับท้องถิ่นจึงจำเป็นเพื่อเข้าใจความต้องการและปัจจัยเฉพาะที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มนี้ในพื้นที่ดังกล่าว

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี เพื่อเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนกลยุทธ์สรรหาและรักษาพนักงานกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการและส่งเสริมความพึงพอใจ รวมถึงความสำเร็จในงานอย่างยั่งยืน ดังนั้น การศึกษาปัจจัยดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการค่าจ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานการวิจัย

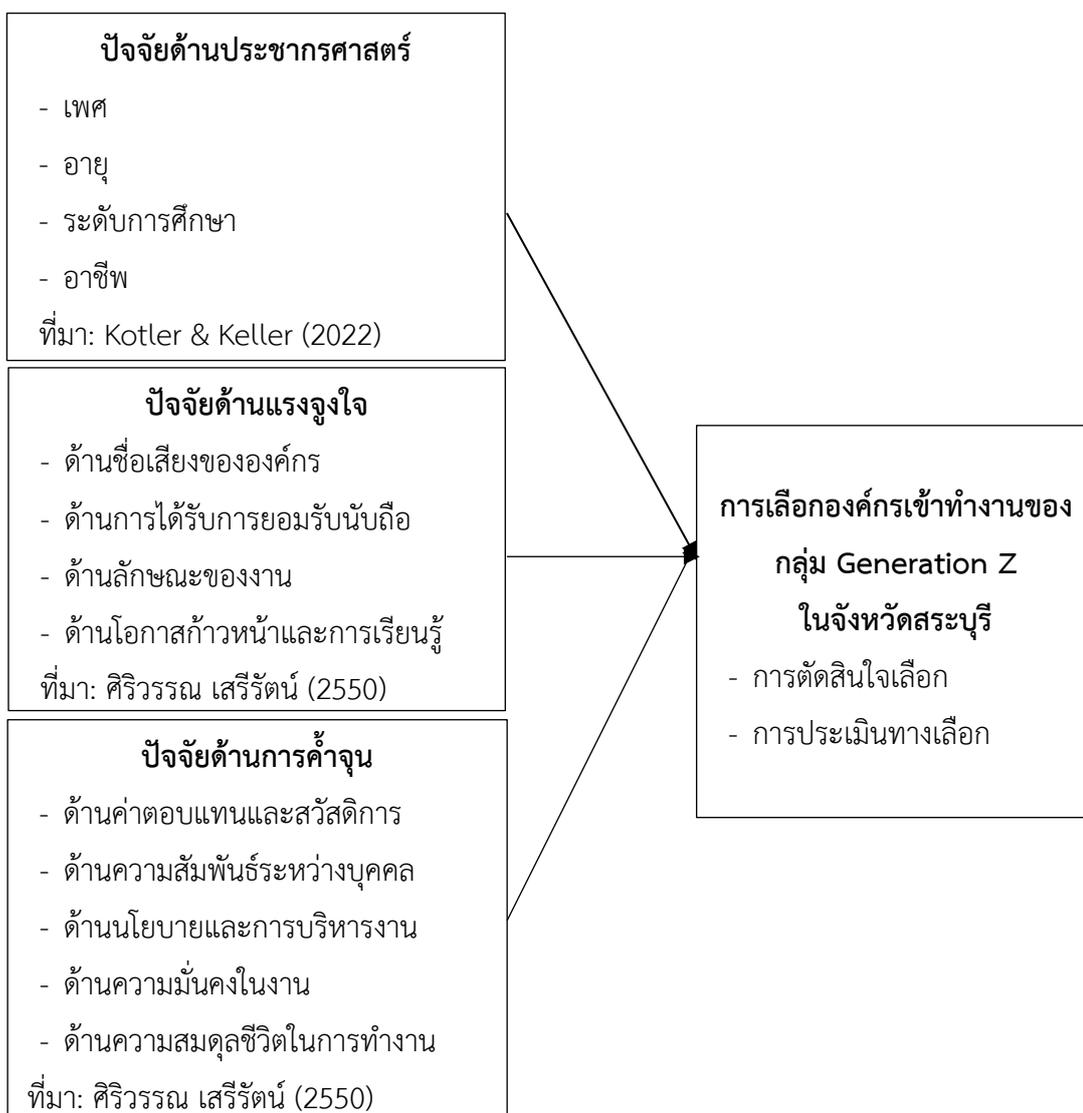
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการค้ำจุนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือประชาชนที่มีรายชื่อบนทะเบียนราษฎรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสระบุรี ที่มีอายุระหว่าง 18-29 ปี หรือเกิดระหว่างปี

พ.ศ. 2538 - 2549 หรือ ค.ศ. 1995 - 2005 จำนวน 645,344 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสระบุรี, 2566) กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่ม Generation Z ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 29 ปี โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมาจากการคำนวณด้วยสูตรของทาโร ยามาเน่ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าทุก ๆ หน่วยหรือทุก ๆ สมาชิกในประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่า ๆ กัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2555) ทั้งนี้ ก่อนทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้คำถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อ เพื่อคัดเลือกตัวอย่างขั้นต้นว่า “ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2549 หรือ ค.ศ. 1995 - 2005 หรือไม่” และ “ท่านอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสระบุรีหรือไม่” เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการตอบว่า “ใช่” จึงทำการตอบคำถามข้อมูลอื่น ๆ ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยประยุกต์จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้ Google Form ในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งแบ่งข้อมูลเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น คือ ช่วงปีเกิดและท่านอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสระบุรีหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกเข้าทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน และด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการคำนึงในการเลือกเข้าทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความสมดุลชีวิตในการทำงาน

ส่วนที่ 5 การเลือกองค์กรเข้าทำงานของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี ได้แก่ การตัดสินใจเลือกการประเมินทางเลือก

การประเมินค่าข้อมูลส่วนที่ 3 - 5 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ และการประเมินทางเลือก มากำหนดเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านปัจจัยด้านการคำนึงและปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยพัฒนาแบบสอบถามมาจากทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (1990 อ้างถึงใน ธนพร ต้นทานุตร, 2560) จะมี

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหา การวัด และประเมินผลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าระหว่าง .7-1.0

5. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดสอบใช้กับผู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามแบบครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) จะต้องมีค่ามากกว่า .7 ขึ้นไป (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556) ซึ่งปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกเข้าทำงานกับองค์กร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .794 ปัจจัยด้านการค้ำจุนในการเลือกเข้าทำงานกับองค์กร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .889 และการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .814 โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .925

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 29 ปี ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายโดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยโปรแกรม Google Form จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ และนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งได้จากข้อมูลที่รวบรวมมาจากหนังสือ บทความวิชาการ วารสารวิชาการ ผลการวิจัยที่ได้ศึกษามาก่อนและรวมถึงแหล่งข้อมูลที่สามารถค้นหาได้ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบทีของกลุ่มตัวอย่างอิสระสำหรับใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สำหรับใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ที่เป็นอิสระต่อกัน และสถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้นสำหรับใช้วิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

ตัวแปร	สถิติ	ค่า t/ F	p	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	-2.42	.02*	ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	F-test	23.98	.00**	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F-test	22.33	.00**	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	F-test	39.64	.00**	ยอมรับสมมติฐาน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 ด้วยสถิติการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้น ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ทำการตรวจสอบตัวแปรที่มีการแจกแจงปกติ (Normality) โดยพิจารณาความเบ้ และความโด่ง ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะตัวแปรต่อเนื่อง โดยที่ค่าสัมบูรณ์ของความเบ้ต้องไม่เกิน 3 และค่าสัมบูรณ์ของความโด่งต้องไม่เกิน 10 จึงถือว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2011) สมมติฐานที่ 2 พบว่า ค่าความเบ้ของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง -1.245 ถึง -.721 และค่าความโด่งของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง -.162 ถึง 5.142 แสดงว่าทุกตัวแปรมีการแจกแจงปกติ และสมมติฐานที่ 3 พบว่า ค่าความเบ้ของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง -1.074 ถึง 3.397 และค่าความโด่งของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง .131 ถึง 11.167 ซึ่งพบว่าตัวแปรด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการมีการแจกแจงไม่ปกติ อย่างไรก็ตาม ค่าความเบ้และค่าความโด่งเบี่ยงเบนจากค่าแจกแจงปกติมักไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในการวิเคราะห์เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 200 ตัวอย่าง (Tabachnick & Fidell, 2013) ในที่นี้ทุกตัวแปรมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล

2) ตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าต้องเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson ต้องมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 จะสามารถสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน (Field, 2009) โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Durbin-Watson ของสมมติฐานที่ 2 มีค่าเท่ากับ 1.609 และสมมติฐานที่ 3 มีค่าเท่ากับ 1.832 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

3) ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) เป็นการตรวจสอบความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (Residual) ที่ทุกจุดบนเส้นถดถอยมีค่าเท่ากัน โดยพิจารณาจากแผนภาพการกระจาย Scatter Plot พบว่า แผนภาพการกระจาย Scatter Plot ของทั้ง 2 สมมติฐาน มีความคลาดเคลื่อนเปลี่ยนแปลงใกล้เคียงศูนย์ กระจายตัวในช่วงแคบ แสดงว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่

4) ตรวจสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่ความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ต้องมากกว่า 10 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (Kline, 2011) ซึ่งสมมติฐานที่ 2 พบว่า มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .540 ถึง .657 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.522 ถึง 1.851 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน และสมมติฐานที่ 3 พบว่า มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .475 ถึง .995 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.005 ถึง 2.103 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.68	.20		3.47	.00
ด้านชื่อเสียงขององค์กร	.18	.05	.18	3.70	.00**
ด้านการได้การยอมรับนับถือ	.22	.04	.25	5.49	.00**
ด้านลักษณะของงาน	.17	.05	.18	3.76	.00**
ด้านโอกาสก้าวหน้าและ การเรียนรู้	.27	.04	.27	6.07	.00**

R = .695 R² = .438 Adjusted R² = .477 SE_{EST} = .243 F = 92.135 p = .00*

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้การยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ มีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 43.80 ($R^2 = .438$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 56.20 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .243 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .695 ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ .68 โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี คือ ด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .27 รองลงมา คือ ด้านการได้การยอมรับนับถือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .25 และด้านชื่อเสียงขององค์กร กับด้านลักษณะของงาน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .18 เท่ากัน ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้การยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน และด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการค้าจุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการค้าจุนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านการค้าจุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี

ปัจจัยด้านการค้าจุน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.77	.21		3.72	.00
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	.06	.03	.08	2.27	.02*
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	.16	.05	.18	3.53	.00**
ด้านนโยบายและการบริหารงาน	.20	.05	.22	4.13	.00**
ด้านความสมดุลในการทำงาน	.10	.04	.10	2.21	.03*
ด้านความมั่นคงในงาน	.30	.05	.32	6.34	.00**

R = .698 $R^2 = .487$ Adjusted $R^2 = .481$ $SE_{EST} = .242$ F = 74.934 p = .00**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการค้าจุนในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสมดุลในการทำงาน ด้านความ

มั่นคงในงาน มีอำนาจในการพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ร้อยละ 48.70 ($R^2 = .487$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 51.30 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .242 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .698 ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ .77 โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี คือ ด้านความมั่นคงในงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .32 รองลงมา คือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .22 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .18 ด้านความสมดุลในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .10 และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .08 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสมดุลในการทำงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลตามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี พบว่า

1.1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้านเพศที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี ที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมากกว่าเพศชาย เนื่องจากกลุ่มเพศหญิงอาจมีการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานกับองค์กรที่มีลักษณะตรงกับสาขาวิชาที่เรียนจบมา และความสนใจของตนเอง รวมถึงมุ่งให้ความสำคัญกับองค์กรที่มีชื่อเสียงและประกอบกิจการมาอย่างยาวนานมากกว่ากลุ่มเพศชาย สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า เพศหญิงเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อาคเนย์ ถาเกิด (2563) พบว่า กลุ่มคนเจนเนอเรชันวายที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน

1.2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอายุที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี ที่มีอายุระหว่าง 18 - 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร

น้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป อาจจะพิจารณาเลือก แสวงหางานและงานที่มีความน่าสนใจ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้เป็นที่ น่าพอใจ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18 - 20 ปี สอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ บุญมงคล (2562) กล่าวว่า คนในแต่ละช่วงวัยจะมีความต้องการ ความสนใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ อาคเนย์ ฤทธิ (2563) พบว่า กลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อการเลือก องค์กรเข้าทำงานที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศ์สุทธิ ศิริทิทวน (2565) พบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup แตกต่างกันไป

1.3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ เลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือก เข้าทำงานในองค์กร น้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป อาจจะพิจารณาให้ความสำคัญ เกี่ยวกับการเลือกเข้าทำงานในองค์กรจากการที่แต่ละองค์กรมีการแสดงข้อมูลถึงความมั่นคงไปสู่สาธารณะ ได้รับทราบมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ บุญมงคล (2562) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความคิด วิเคราะห์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปริศรา ธาณีใหญ่ (2565) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานใน องค์กรแตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศ์สุทธิ ศิริทิทวน (2565) พบว่า การศึกษามี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup แตกต่างกันไป

1.4) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกเข้า ทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรมากกว่ากลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มที่มี อาชีพรับจ้างทั่วไป/เกษตรกร เนื่องจากกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ซึ่ง ณ ปัจจุบัน กลุ่มดังกล่าวมีการทำงานอยู่ในองค์กรโดยอาจจะพิจารณามุ่งเป้าไปในประเด็น ความมั่นคงขององค์กรนั้น ๆ เป็นสำคัญที่สามารถประกอบธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีศักยภาพภายใต้ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งทำให้ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรแตกต่างจาก กลุ่มที่ยังไม่ได้ทำงานอยู่ในองค์กรที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/เกษตรกร สอดคล้องกับแนวคิดของ ประมวศ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า อาชีพเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรม แตกต่างกันไป มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัย ของ พงศ์สุทธิ ศิริทิทวน (2565) พบว่า อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup แตกต่างกันไป

2. ผลการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามดังกล่าวต้องการได้รับการยอมรับในการปฏิบัติงานจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ได้รับการยกย่องชมเชย เมื่อปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จ ต้องการงานที่จะมีอำนาจความรับผิดชอบในงาน และอิสระในการเลือกวิธีปฏิบัติ มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน ปริมาณงานและความรับผิดชอบในงานมีความเหมาะสมกับตำแหน่ง ต้องการร่วมงานในองค์กรที่ให้โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง การได้รับการอบรมและการพัฒนาความรู้ของพนักงานในระดับเดียวกัน และกำหนดความก้าวหน้าในตำแหน่งงานที่ท่านปฏิบัติอย่างชัดเจน นอกจากนี้จะเลือกร่วมงานในองค์กรที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงที่เป็นอันดับต้น ๆ ของธุรกิจนั้น ๆ รวมทั้งมีชื่อเสียงในด้าน การให้ความสำคัญกับบุคลากร และด้านการให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร สอดคล้องกับทฤษฎีของ Herzberg (1990 อ้างถึงใน ธนพร ตันทานุตร, 2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ได้แก่ การยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่ง เป็นปัจจัยที่จูงใจให้คนชอบและรักงาน เป็นตัวสร้างความพึงพอใจให้บุคคลในองค์กรปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนัญชิตา จงประสพโชคชัย, อัญชิษฐา ภูอุดม, ดนุพล แสงนาค และอภิญญา สุพิชญ์ (2566) พบว่า ปัจจัยในการเลือกเข้าทำงานกับบริษัทข้ามชาติของกลุ่ม Gen-Z ในยุคปัจจุบัน ที่ได้รับเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลักษณะงาน โอกาสในการก้าวหน้าและเติบโตเลื่อนขั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชิดกมล ทองงาม (2566) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพรับราชการ คือ ด้านความก้าวหน้า และด้านการยอมรับนับถือ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อาคเนย์ ภาเกิด (2563) พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านชื่อเสียงขององค์กร และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์กรเข้าทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการค้ำจุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการค้ำจุนด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสมดุลในการทำงาน และด้านความมั่นคงในงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามดังกล่าวต้องการร่วมงานกับองค์กรที่ตนเองเชื่อถือและศรัทธา มีความมั่นคง มีนโยบายในการบริหารงาน วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่ชัดเจน มีเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาที่รับฟังความคิดเห็นและแนะนำข้อดีให้กับตนเอง นอกจากนี้ ควรต้องมีค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับองค์กรในประเภทของภาคอุตสาหกรรมเดียวกัน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี มีการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร สอดคล้อง

กับทฤษฎีของ Herzberg (1990 อ้างถึงใน ธนพร ตันทานุตร, 2560) กล่าวว่า ปัจจัยด้านการค่าจุน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของงานที่คนงานต้องเกี่ยวข้องอยู่เสมอ หากคนงานไม่ได้รับการตอบสนองในปัจจัยเหล่านี้เพียงพอ อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อาคเนย์ ภาเกิด (2563) พบว่า ปัจจัยด้านการค่าจุนด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านนโยบาย กฎ ข้อบังคับ และขั้นตอนต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปรีศรา ธาณีใหญ่ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชิดกมล ทองงาม (2566) พบว่า ปัจจัยด้านเวลาการทำงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพรับราชการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kurniawan et al. (2021) พบว่า การสร้าง Employer Branding มีอิทธิพลต่อความน่าสนใจของนักศึกษาในกลุ่ม Generation Z โดยปัจจัยที่ดึงดูดและมีผลต่อความน่าสนใจขององค์กรที่กลุ่มคนเหล่านี้ให้ความสำคัญ คือ จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ส่วนความน่าสนใจขององค์กรยังมีบทบาทในการกระตุ้นการเลือกสถานที่ทำงานในบริษัทสตาร์ทอัพของอินโดนีเซีย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านชื่อเสียงขององค์กร องค์กรต่าง ๆ ควรแสดงจุดยืนว่าเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรโดยใส่ใจทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวของบุคลากร และให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการทำงานให้แก่บุคลากร เพื่อให้องค์กรได้งานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านการได้การยอมรับนับถือ องค์กรต่าง ๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์แจ้งให้บุคลากรทุกคนได้รับทราบถึงอันดับบุคลากรดีเด่นประจำเดือน/ ประจำปี หรือผู้บังคับบัญชามีการกล่าวแสดงการยกย่อง ชมเชย เมื่อบุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จ
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านลักษณะของงาน องค์กรต่าง ๆ ควรจัดปริมาณงานและความรับผิดชอบในงานให้มีความเหมาะสมกับแต่ละตำแหน่งงาน และแสดงลำดับขั้นตอนของการทำงานในองค์กรให้แก่บุคลากรได้รับทราบอย่างชัดเจน
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านโอกาสก้าวหน้าและการเรียนรู้ องค์กรต่าง ๆ ควรมีการกำหนดความก้าวหน้าในตำแหน่งงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน และส่งเสริมให้บุคลากรได้มีโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

5. ปัจจัยด้านการค้าจุนด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ องค์กรต่าง ๆ ควรต้องมีค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับค่าครองชีพในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน และจัดสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานให้กับพนักงานในองค์กร เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินกองทุนเลี้ยงชีพ วันหยุดประจำปี วันลาพักร้อน เป็นต้น

6. ปัจจัยด้านการค้าจุนด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล องค์กรต่าง ๆ ควรมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. ปัจจัยด้านการค้าจุนด้านนโยบายและการบริหารงาน องค์กรต่าง ๆ ควรวางนโยบายในการบริหารงานที่มีวิสัยทัศน์ และพันธกิจอย่างชัดเจน มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กรเป็นหลัก และเน้นผลผลิตงานที่มีประสิทธิภาพเป็นลำดับต่อมา

8. ปัจจัยด้านการค้าจุนด้านความสมดุลในการทำงาน องค์กรต่าง ๆ ควรจัดปริมาณงานให้แก่บุคลากรอย่างเหมาะสมและให้ความสำคัญกับชั่วโมงการทำงานที่มีความยืดหยุ่น

9. ปัจจัยด้านการค้าจุนด้านความมั่นคงในงาน องค์กรต่าง ๆ ควรแสดงถึงความมั่นคงขององค์กรให้บุคลากรมีความเชื่อถือและศรัทธาว่าองค์กรแห่งนี้จะไม่เลิกจ้างพนักงานแบบไม่มีเหตุผล เช่น การให้ค่าจ้างสัญญาแบบลายลักษณ์อักษร

10. สนับสนุนแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายสนับสนุนให้องค์กรจัดอบรม พัฒนาทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล นวัตกรรม และภาวะผู้นำสำหรับแรงงานรุ่นใหม่

11. สนับสนุนการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการแรงงานตามช่วงวัย โดยภาครัฐควรส่งเสริมให้องค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะในเขตอุตสาหกรรม พัฒนานโยบายการบริหารบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของแรงงาน Generation Z เช่น ความยืดหยุ่นในการทำงาน และการพัฒนาอาชีพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group) เกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านการค้าจุนในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและนำมาวางแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม Generation Z ต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากับกลุ่ม Generation Z ในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อจะได้วางแผนการสรรหาบุคลากรได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนี้ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z ในจังหวัดสระบุรี เช่น รูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Working)

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 20. ธรรมสาร.
- คุณิตา ไตรอังกูร. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่ม Generation Z*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชนัญชิตา จงประสพโชคชัย, อัญชัชฎา ภูอุดม, ดนุพล แสงนาค และอภิญญา สุพิชญ์. (2566). ปัจจัยในการเลือกเข้าทำงานกับบริษัทข้ามชาติของกลุ่ม Generation Z. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 6 (2), 421-440.
- ชิดกมล ทองงาม. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพรับราชการของกลุ่ม Generation Z ภายหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษา นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก)*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนพร ต้นพานบุตร. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำงานในองค์กรกลุ่มธนาคารพาณิชย์ของกลุ่ม Generation Y*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. พิมพ์ครั้งที่ 3. ภาพพิมพ์.
- ปริศรา ธาณีใหญ่. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พงศ์สุทธิ ศิริทิทวน. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup ของประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร*. [การศึกษารายบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- พรทิพย์ บุญมงคล. (2562). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ : เน้นสำหรับงานวิจัย*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญภิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานจังหวัดสระบุรี. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี พ.ศ. 2566 – 2570*. http://www.saraburi.go.th/web2/files/com_strategy/2021-11_f8f5bfa97e21c4b.pdf.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสระบุรี. (2566). *รายงานสถิติจังหวัดสระบุรี พ.ศ. 2566*. <https://saraburi.nso.go.th/reports-publications/provincial-statistics-report/report-saraburi-2566.html>.
- อเต็คโก้. (2564). *คุณเลือกงานจากอะไร? Adecco เผย 10 ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกงานจากผลสำรวจ Resetting Normal*. <https://adecco.co.th/th/knowledge-center/detail/hr-insight/resetting-normal-candidates-decision-making-2021>



- อาคเนย์ ภาเกิด. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. 3rd ed. Sage.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 5th ed. The Guilford Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. 16th ed. Pearson Education.
- Kris Piroj. (2565). *Generation Z คืออะไร? และพฤติกรรมของ Gen Z*. <https://greedisgoods.com/generation-z/>
- Kurniawan, D. T., Rakhmad, A. A. N., Futari, O., and Kusnayain, Y. I. (2021). *How Employer Branding Attract the Generation Z Students to Join on Start-up Unicorn*. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Perbankan*. 7(2), 1-15. <https://10.21070/jbmp.v7vi2.1531>
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. 6th ed. Pearson Education.