

การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี
FACTORS AFFECTING CHOICE OF OCCUPATION IN FACTORY OF GENERATION Y IN CHONBURI
THAILAND

ณัฐรีพร คายตะขบ

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

NATTHAREEPOND KAYTAKHOB

E-mail: 6414991220@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Thailand.

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง ด้านสวัสดิการ ด้านการพัฒนาตัวเอง และด้านชื่อเสียงองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครในโรงงานอุตสาหกรรมของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือคนกลุ่ม Generation Y จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมต่างกัน นอกจากนี้ด้านปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ ด้านปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง และด้านโอกาสในการพัฒนาตนเองมีความสัมพันธ์กันในด้านารตัดสินใจเลือกในการสมัครงานของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

Abstract

The purpose of the study was as follows 1) To study the decision-making process of job application in industrial factories among Generation Y individuals in Chonburi Province. 2) To study the decision-making process of job application in industrial factories among Generation Y individuals in

Chonburi Province, categorized by personal factors including gender, age, educational level, marital status and average monthly income. 3) To study the influencing factors in the decision-making process including five factors such as career advancement opportunities, salary, benefits, self-improvement opportunities and organizational reputation which influence the decision to apply for jobs in industrial factories among Generation Y individuals in Chonburi Province. The study uses the sample group of 400 Generation Y in Chonburi district area. Questionnaires are used as data collection tool. Statistical analysis includes frequency, percentage, mean, standard deviation, t- test, one- way ANOVA for testing assumptions and post assumptions and post hoc comparison using the LSD method. Multiple regression analysis is employed for prediction.

Based on the results of hypothesis testing found that overall, Generation Y in Chonburi province with sex, age, education level, status, average monthly income. Different makes decision to apply for jobs in different industries. In addition, the supporting factors in decision-making the factors of career advancement, wages, and self-development opportunities were related in terms of job application decisions of Generation Y in Chonburi province.

บทนำ

จากนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติของไทย ที่พัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าไปพร้อมกับเศรษฐกิจโลกที่มีการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเกิดความต้องการทางด้านตลาดแรงงานเป็นอย่างมาก กล่าวกันว่าคนวัยหนุ่มสาวย้ายงานบ่อยมากกว่าคนวัยกลางคนหรือสูงอายุแล้ว ซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรปี 2565 ผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป 58.51 ล้านคน เป็นผู้มีงานทำ 38.73 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม)ซึ่งแม้ในปัจจุบันก็พบเหตุการณ์ดังกล่าวทั้งในไทยและในต่างประเทศ ผลการสำรวจความคิดเห็นเรื่องการย้ายงานของคนวัยทำงานกลุ่ม เจนเนอเรชั่น วาย ของสำนักจัดหางาน CareerBuilder ที่ทำการสำรวจกับนายจ้าง ในระดับผู้จัดการจำนวน 2,138 คน และนักทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3,022 คน ในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 2014 พบว่าปัจจุบันพนักงานในองค์กรมากถึงร้อยละ 45 เป็นนักศึกษาจบใหม่ ซึ่งนายจ้างต่างคาดหวังว่าคนทำงานกลุ่มนี้จะไม่ลาออกและคงอยู่กับองค์กรเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 2 ปี อีกทั้งร้อยละ 43 ของนายจ้างเห็นว่าจะไม่รับคนที่มีประสบการณ์ย้ายงานบ่อยเข้ามาทำงานอย่างไรก็ดีกลับพบว่าในความเป็นจริงแล้วมีนายจ้างมากกว่าร้อยละ 55 ได้รับคนที่เคยย้ายงานบ่อยเข้ามาทำงาน (Bettina Wolf, 2014) นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพนักงานที่เข้ามาทำงานในช่วงเวลาที่สั้นๆ แล้วลาออกทันทีถึงร้อยละ 34 ในขณะที่พนักงานที่เข้ามาทำงานไม่ถึง 2 ปีแล้วลาออกมีถึงร้อยละ 40 และพนักงานที่เข้ามาทำงาน 3 ปีขึ้นไปแล้วลาออกมีเพียงร้อยละ 17 สะท้อนให้เห็นถึงอัตราการย้ายงานที่ค่อนข้างสูงและระยะเวลาทำงานกับองค์กรที่สั้นของคนรุ่นใหม่ในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ผลการวิจัยของ Lyons et al. (2015) (อ้างถึงใน จตุรงค์ นภทร, 2560) ซึ่งได้ศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการเคลื่อนย้ายอาชีพของคนแคนาดาในแต่ละกลุ่มวัย ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomer, กลุ่ม เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และ กลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย จำนวน 105 คน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์

พบว่า คนกลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย มีการย้ายงานในช่วงเวลา 1 ปี มากกว่ากลุ่มคนยุคอื่นๆ 2 - 3 เท่า ทั้งนี้ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นแต่ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเท่านั้น ในประเทศไทยเองก็กำลังเผชิญกับปัญหาดังกล่าวเช่นกัน จากผลการสำรวจอัตราการลาออกในปี 2560 โดย บริษัท เอออน ฮิววิท ประเทศไทย (จำกัด) ซึ่งเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษา HR ระดับโลก สำรวจอัตราการลาออกในประเทศไทย ซึ่งว่าอัตราการลาออกในปี 2560 เพิ่มขึ้นมาที่ร้อยละ 16.6 จากร้อยละ 16.3 และร้อยละ 13.5 ในปี 2559 และ 2558 ตามลำดับ เนื่องจากตลาดแรงงานมีการขยายตัวสูงขึ้นและคนรุ่นใหม่เปิดรับต่อการเปลี่ยนแปลงในงานมากขึ้น (Media Outreach, สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560: ออนไลน์) นอกจากนี้ การสอบถามความคิดเห็นกับนักทรัพยากรบุคคลทั่วประเทศ จำนวน 480 คนในปี พ.ศ. 2560 โดย จ๊อบไทยดอทคอม เว็บไซต์หางานประเทศไทย (ว้อยซ์ทีวี, สืบค้น 15 มกราคม 2560: ออนไลน์) พบว่าปัญหาที่นายจ้างพบจากการทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่มากที่สุดอันดับ หนึ่ง คือปัญหาเรื่องการย้ายงานบ่อย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.45 เน้นอนว่าการย้ายงานมีทั้งผลดีและผลเสียทั้งต่อนายจ้างและลูกจ้าง ตามผลสำรวจของ เว็บไซต์กลาสดอร์ (Glassdoor) ในปี ค.ศ. 2009 ที่สอบถามทัศนคติต่อการย้ายงานของคนวัยทำงานกลุ่ม เจนเนอเรชั่น วาย ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา พบว่าพนักงานกว่าร้อยละ 57 เชื่อว่าการย้ายงานจะช่วยให้ได้รับค่าตอบแทนมากกว่าการทำงานอยู่ที่เดิม โดยเฉพาะคนวัยทำงานกลุ่ม เจนเนอเรชั่น วาย มีความคิดว่า การทำงานอยู่ในองค์กรเดิมๆ เป็นระยะเวลาานจะทำให้ได้รับเงินเดือนค่าจ้างในอัตราที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงและมีโอกาสเติบโตในงานน้อยกว่าคนที่เปลี่ยนงานบ่อย (จตุรงค์ นภทร, 2560)แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนดังกล่าวมองว่าการเปลี่ยนงานบ่อยเป็นโอกาสที่จะได้รับค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่สูงขึ้นในอีกด้านหนึ่งสำหรับนายจ้างแล้วการที่พนักงานย้ายงานบ่อยเพื่อหวังได้รับค่าจ้างที่สูงขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น ส่งผลกระทบต่อระบบค่าจ้างในองค์กร ซึ่งในระยะยาวแล้วการจ้างคนที่ย้ายงานบ่อย จะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดีทั้งต่อลูกจ้างที่ย้ายงาน และต่อนายจ้างเองด้วย โดย Bettina Wolf (2014) ผู้จัดการโครงการสถาบันพัฒนาศักยภาพมนุษย์ (Association for Talent Development: ATD) ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอมุมมองเกี่ยวกับการย้ายงานบ่อยไว้ว่า การย้ายงานบ่อยอาจเกิดประโยชน์ต่อบางอุตสาหกรรมในแง่ที่ว่าได้รับคนที่มีประสบการณ์การทำงานที่หลากหลาย และขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะทาง ซึ่งส่งผลต่อการแข่งขันแย่งชิงคนกลุ่มนี้ในตลาดแรงงาน ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมทางด้านเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมบริการ เป็นต้น แต่ข้อเสียที่องค์กรพบก็คือการสูญเสียผลประโยชน์ที่องค์กรคาดว่าจะได้รับการลงทุนกับพนักงานในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันข้อเสียที่พนักงานพึงระวังก็คือการสูญเสียโอกาสในการพัฒนาความรู้ในงานอย่างต่อเนื่องผู้วิจัยสนใจปรากฏการณ์การย้ายงานของคนหนุ่มสาวหรือคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ของไทยในปัจจุบัน และต้องการรู้ว่าการย้ายงานบ่อยของคนกลุ่มนี้ส่งผลดีหรือผลเสียทั้งต่อลูกจ้างที่ย้ายงานบ่อยเองและ ต่อนายจ้างหรือไม่อย่างไร กล่าวคือทุกครั้งที่ย้ายงาน พนักงานจะได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นตลอดจริงหรือไม่ นอกเหนือจากค่าจ้างแล้วผลดีที่ได้คืออะไร ขณะเดียวกันผลเสียที่ได้จากการย้ายงานบ่อยคืออะไร เพื่อนำเสนอผลดีและผลเสียดังกล่าวให้แก่คนที่คิดตัดสินใจก่อนย้ายงาน รวมถึงแนวทางแก้ไขสำหรับนายจ้างต่อปัญหาการย้ายงานบ่อยของคนวัยทำงานกลุ่ม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง ด้านสวัสดิการ ด้านการพัฒนาตัวเอง และด้านชื่อเสียงองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครในโรงงานอุตสาหกรรมของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตงานวิจัย

พนักงานบริษัทเอกชนทั่วไปในจังหวัดชลบุรีที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2538 หรือมีอายุระหว่าง 23 – 35 ปี ถือเป็นกลุ่มตัวอย่างของพนักงาน เจนเนอเรชั่น วาย (Zemke et al., 2000 อ้างถึงใน จตุรงค์ นภทร, 2560

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง ด้านสวัสดิการ ด้านโอกาสในการพัฒนาตนเอง ด้านชื่อเสียงองค์กร

2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบแนวโน้มของการย้ายงานของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายงานของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง ด้านสวัสดิการ ด้านการพัฒนาตัวเอง และด้านชื่อเสียงองค์กร
3. เพื่อนำเสนอปัญหาที่เกิดจากการย้ายงานบอภัยให้กับคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y ก่อนตัดสินใจย้ายงาน

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี 2 ด้าน ดังนี้

ด้านลักษณะส่วนบุคคล

จาก ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี (นิรมล กะการดี 2560) ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(อาคเนย์ ถาเกิด 2563) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) คือ แนวคิดเกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากความแตกต่างของประชากรแต่ละด้านมีการเลือกซื้อสินค้า และใช้บริการ

แตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ คือการใช้ รายละเอียดของประชากรศาสตร์ มา แบ่ง ส่วนของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย เพศ (Gender) อายุ (Age) อายุ ระดับการศึกษา (Education) อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income)

(มัทนี คำสำราญ และ ณิชานุช วณิชย์กุล (2559) ให้แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์ หมายถึง การจำแนกบุคคลออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และ สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อความต้องการที่แสดงออกต่อพฤติกรรม

(วคิน สันทรณ์ (2557) ให้แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น และเมื่อกล่าวถึง ประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรม และการตัดสินใจที่ต่างกันไปด้วย

Kanuk และ Schiffman (2003) ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัว บุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

(กนกวรรณ ชูชีพ 2551) ได้อธิบายถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่าเป็นคุณสมบัติ ทางชีวภาพของมนุษย์ (Biographical Characteristics) ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแปรพื้นฐานตัวแปรหนึ่ง ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการจูงใจ อำนาจ และ การเมืองหรือวัฒนธรรมขององค์กร ทั้งยังเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในองค์กรเพราะถือว่าเป็นตัวแปร พื้นฐานที่นิยามมา มาใช้ใน การศึกษา ได้แก่ 1.อายุ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่สำคัญเพราะอายุจะเป็นที่ บ่งถึงประสบการณ์และระดับประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ถึง ความสำคัญ ความเชื่อ การ คิดวิเคราะห์สำหรับการตัดสินใจหรือ อายุยังทำให้บุคคลมีความแตกต่าง กัน เช่นเมื่ออายุมากขึ้น ก็ทำให้ประสบการณ์มากขึ้นความฉลาดรอบคอบก็มากขึ้น ทำให้ความ สนใจมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย 2. เพศ เพศหญิงและเพศชายมีความ แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน เช่น สรีระ ความถนัดสภาวะทางจิตใจ อารมณ์ความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้อาจเป็น ผลมาจาก วัฒนธรรมและสังคมที่เป็นตัวกำหนดบทบาทที่ต่างกัน 3. สถานภาพสมรส สถานภาพสมรสของบุคคลมีส่วน ต่อกับการตัดสินใจเลือกทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน 4. ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะทำให้มี ความรู้สึก แนวความคิด อุดมการณ์รวมทั้งมีความต้องการที่ต่างกัน บุคคลจะสนใจหรือยึดแนวคิด จากความรู้ ประสบการณ์ของแต่ละคน และบุคคลจะมีลักษณะบางอย่างที่แสดงความรู้ที่ได้ศึกษามา เพราะ สถานการณ์การศึกษาแต่ละแห่ง ก็มีการอบรมให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่ต่างกันไป ครูผู้สอน เองก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการ สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียนดังนั้น การศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของบุคคล

(กนกพร ภาศิฉาย 2563) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเข้าทำงาน อิทธิพลต่อการ เลือกเข้าทำงาน ทัศนคติต่อการทำงาน เพื่อนร่วมงาน และองค์กรของ เจเนอเรชั่น วายจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ประเภทขององค์กร ประสบการณ์ทำงาน

Leon G. Schiffman และ Joseph L. Wisenblit (2015) ได้กล่าวว่า การแบ่งส่วน ตลาดประชากร ได้โดยการ แบ่งกลุ่มของผู้บริโภคตามอายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบ อาชีพ สถานภาพสมรส ประเภท และขนาดของใช้ใน คริวเรือน และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ตัวแปร เหล่านี้มีวัตถุประสงค์ เชิงประจักษ์และสามารถซักถามหรือการสังเกตได้อย่าง ง่ายดาย สิ่งเหล่านี้ ช่วยให้นักการตลาดได้จำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ หรือ

กลุ่มรายได้ เช่นเดียวกับระดับชนชั้นทางสังคมที่จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์การคำนวณ ดัชนีการชีวิต 3 ตัวแปร คือ รายได้ (จำนวนเงินเดือน) ระดับการศึกษา(การศึกษาสูงสุด) และอาชีพ (ระดับศักดิ์จะเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพต่างๆ) และในภายหลังในด้านที่อยู่ของผู้บริโภคและ รหัสไปรษณีย์สามารถใช้ข้อมูลร่วมกัน ทำให้ทราบถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่ม ประชากรเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการค้นหาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง

สรุป ประชากรศาสตร์ หมายถึง การจำแนกบุคคลออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะ ประชากรได้แก่ อายุ เพศ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกันไป

ปัจจัยค้ำจุน

(กิตติธัช พันธุ์เปรม 2564) ให้แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน, ความมั่นคงในอาชีพ, ลักษณะงานที่พบปะผู้คน, ลักษณะงานบริการ และค่าตอบแทน และความก้าวหน้าในอาชีพ ช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานตัดสินใจเลือกเข้าทำงาน

(ศุภานัน พุฒตาล 2562) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์ต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกสมัครทำงานเป็นแนวทางแก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานทางด้านสรรหาทรัพยากรบุคคล ให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการสรรหาที่ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(วรลักษณ์ คะดาช 2562) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของผู้แทนยาเจเนอเรชั่นวายในบริษัทว่ามีอิทธิพลมาจากสิ่งใดบ้าง เพื่อที่จะได้ระบุปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่มีผลกระทบต่อการทำงาน การตัดสินใจลาออก และเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา พัฒนา และสร้างความผูกพันในองค์กร

(เจนจินต์ ศักดิ์ชัยนานนท์ 2564) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาพนักงาน Generation Yมีความต้องการสวัสดิการเพิ่มเติมจากที่องค์กรให้ ด้านสุขภาพ ด้านเงินสวัสดิการด้านสุขภาพ สวัสดิการด้านท่องเที่ยว และสวัสดิการที่ยืดหยุ่น

(วิภาวรรณ ก้อนดง 2557) ให้แนวความคิดปัจจัยความพึงพอใจในงานตามทฤษฎีของเฮิร์ชเบิร์กและความผูกพันต่อองค์กร ตามแนวคิดของ Allen & Meyer

(ภัสลดา สุวรรณวล 2565) ให้แนวความคิดการเปลี่ยนงานของบุคลากร เป็นผลกระทบต่อองค์กรในการสูญเสียผลประโยชน์ระยะยาวจากการลงทุนเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน และ เสริมสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในงาน

(นุจรี สุพัฒน์ 2563) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาบทบาทของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังของเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการ กับการตัดสินใจเลือกทำงาน

(จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกูล 2560) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่มเจเนอเรชั่น วายและเพื่อรักษาและดึงดูดพนักงานกลุ่ม เจเนอเรชั่น วายให้ทำงานกับองค์กรให้ได้ยาวนานที่สุด ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ

(นิรมล กะการตี 2560) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายงานบ่อยของคนวัยทำงานกลุ่ม เจเนอเรชั่น วาย โดยทำการศึกษาผ่าน 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าจ้าง ปัจจัยด้านการคั่นหางานที่ใช้ (ช่วงทดลอง) ปัจจัยด้านโอกาสเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านโอกาสในการพัฒนาตนเอง

(รุ่งนภา พิตรปรีชา 2557) ให้แนวความคิดปัจจัยที่มีผลต่อความมีชื่อเสียงของธุรกิจเอกชนในประเทศไทย” เป็นการศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการวัดชื่อเสียงองค์กร และเปรียบเทียบตัวชี้วัดชื่อเสียงองค์กรของกลุ่มธุรกิจเอกชนขนาดต่างๆ ในประเทศไทยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

(อาคเนย์ ธาเกิด 2563) ให้แนวความคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ค่า t-test, One-way ANOVA และวิเคราะห์ Regression

(ณัฐธิดา สุกุลตันติเมธา 2560) ให้แนวความคิดเพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยลักษณะบุคคล ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านวิถีชีวิตส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการคำนวณจากการใช้สูตรของ Yamane โดยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด และมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ขั้นที่ 1 คือ การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ และขั้นที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

1.2 ปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย ความก้าวหน้าในสายงาน ค่าจ้าง สวัสดิการ โอกาสในการพัฒนาตนเอง และชื่อเสียงองค์กร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 18 ข้อ กำหนดให้ 5 = ความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด , 4 = ความคิดเห็นเห็นด้วยมาก , 3 = ความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง , 2 = ความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย , 1 = ความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.3 การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีซึ่งประกอบด้วย ทางเลือกที่ดี สิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพที่ดี และการบรรลุเป้าหมายในชีวิต มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 3

ข้อ กำหนดให้ 5 = ความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด , 4 = ความคิดเห็นเห็นด้วยมาก, 3 = ความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง , 2 = ความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย , 1 = ความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

2. ช่วงเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินทัศนคติของพนักงาน กำหนดให้ 4.21 – 5 = ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.41 – 4.20 = ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย, 2.61 – 3.40 = ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง, 1.81 – 2.60 = ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย, 1.00 – 1.80 = ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ

2.1 ใช้สถิติ One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

2.2 ใช้สถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี ที่ใช้ที่ตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31-35 ปีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไปและมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค้ำจุนการตัดสินใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคน Generation Y ในจังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านโอกาสในการพัฒนาตนเอง ด้านสวัสดิการ ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านความก้าวหน้าสายงาน และ ด้านค่าจ้าง

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก

4. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

4.1 คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมที่มีเพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษาต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยภาพรวม ต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค้ำจุน ด้านความก้าวหน้าในสายงาน ด้านค่าจ้าง ด้านโอกาสการพัฒนาตัวเองมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก

2. ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 กลุ่มคน Generation Y ที่ตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี เพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจสมัครในโรงงานอุตสาหกรรม ต่างกันแสดงว่า เพศ มีผลต่อการเข้าสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ทำให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยภาพรวม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาคเนย์ ภาเกิด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่ม Generation Y ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มคน Generation Y ที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกองค์การเข้า ทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในด้านการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือก เนื่องจากเพศหญิงและเพศชายต่างมีความแตกต่างกันในด้านความถนัด ความสนใจในงานที่ต่างกัน ทำให้มีการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือกที่แตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนรพี ฒ นคร (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยในการสร้างแรงจูงใจของ พนักงานตรวจสอบบัญชี กรณีศึกษา บริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความต้องการที่ต่างกัน รวมถึงความต้องการทางด้านการทำงาน เนื่องจากมีการคาดหวังที่แตกต่างกัน ซึ่งเพศชายจะมีความคาดหวังจากงานและความก้าวหน้าจากการทำงานสูงกว่าเพศหญิง

2.2 คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีอายุ ทำให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยภาพรวม ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยอาคเนย์ ภาเกิด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่น

ววย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในด้านการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือก โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 26-30 ปี กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 31-35 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน ในด้านการตัดสินใจเลือก และด้านการประเมินทางเลือก กลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 26-30 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงาน ในด้านการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือกมากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 31-35 ปี เนื่องจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 26-30 ปี มีความรู้ ความสามารถ และมีความต้องการพัฒนาตัวเอง เพิ่มพูนทักษะเพื่อก้าวไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น กลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 26-30 ปี กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 36-40 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน ในด้านการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือก กลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 26-30 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงาน ในด้านการตัดสินใจเลือก และการประเมินทางเลือกมากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 36-40 ปี กลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 31-35 ปี กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 36-40 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน ในด้านการตัดสินใจเลือก โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 31-35 ปี มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงาน ในด้านการตัดสินใจเลือก มากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีอายุ 36-40 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ฉัตรนภา ตีละกุล (2555) เรื่อง การศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นววยที่มีผลต่อความต้องการ คุณลักษณะงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการคุณลักษณะงานที่แตกต่างกัน

2.3 คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีสภาพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยอาคเนย์ ฉาเกิด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นววย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชั่นววยที่มีสภาพต่างกัน มีผลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการตัดสินใจเลือก และด้านการประเมินทางเลือก เนื่องจาก สภาพภาพสมรสมีส่วนต่อการตัดสินใจเลือกทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน เพราะกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นววยจะเป็นคนให้ความสำคัญกับงานที่ตัวเองชอบมากกว่าสิ่งอื่นใด ทุ่มทุ่ม่งความสำเร็จในงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พัฒน์กมล อ่อน สา ลี (2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการใน กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผล การทดสอบสมมติฐานพบว่า สภาพภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานที่แตกต่างกัน ในการเลือกทำงาน

2.4 คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ ให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยอาคเนย์ ฉาเกิด (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นววย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชั่นววยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อ การเลือกองค์การเข้าทำงานที่แตกต่างกัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการ ตัดสินใจเลือก และด้านการประเมินทางเลือก เนื่องจาก รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการ ตัดสินใจในการเข้าทำงานของแต่ละบุคคล เพราะต่างต้องใช้เงินดำรงชีพ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หากบริษัทมีอัตราเงินเดือนที่สูงกว่า มีสวัสดิการที่ดีและเหมาะสม ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงาน ที่มีความรู้ความสามารถ ตัดสินใจเข้ามาร่วมงานกับบริษัทได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒน์กมล อ่อนสา ลี (2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในกลุ่ม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน

2.5 คนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ ให้การตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษามีผลในด้านการเลือกที่จะเข้าสมัครงานเพราะการสมัครงานทุกที่จะมีระดับการศึกษาเพื่อกำหนดตำแหน่งงาน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจเลือกสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ผลการศึกษาปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ พบว่า ด้านความก้าวหน้าในสายงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาคเนย์ ภาเกิด(2563) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร อังนิน สิริวัชร รักรธรรม (2553) ได้อธิบายว่าความก้าวหน้าในอาชีพ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทในการทำงาน ซึ่งส่งผลในทางด้านจิตวิทยาหรือที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำงาน การเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ เหล่านี้จึงรวมถึง การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดความก้าวหน้าในงาน การเลื่อนตำแหน่งหรือเงินเดือนตลอดถึงความพึงพอใจในการดำรงชีวิต ความรู้สึกรู้ว่าตนเองนั้นมีคุณค่า ซึ่งอาจจะออกมาในรูปแบบของอำนาจหน้าที่ สถานภาพที่สูงขึ้น ความก้าวหน้าในอาชีพจึงเป็นผลสุดท้ายของการจัดการอาชีพที่เริ่มต้นด้วยการวางแผนอาชีพ ก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การพัฒนาอาชีพ และพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพในที่สุด

นุชจรินทร์ วรณพงษ์ (2560) วารสารการเปรียบเทียบความคิดเห็นของสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี กับความคิดเห็นของนิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ต่อปัจจัยที่ใช้ในการดึงดูดใจผู้สมัครงาน วิธีการสรรหาพนักงาน และคุณสมบัติของผู้สมัครงานที่สถานประกอบการต้องการ กล่าวว่า ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครงานในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ความมั่นคงในงาน ลักษณะงาน โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน สวัสดิการ ค่าตอบแทน โอกาสในการพัฒนาตนเอง และสภาพแวดล้อมของ ที่ทำงาน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยข้างต้น เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ดำรงชีพ และความก้าวหน้าตามสายอาชีพของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ รัตติกรณ์ จงวิศาล (2550) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ใน การทำงาน คือ เงินเดือน ความมั่นคงในงาน ลักษณะงาน โอกาสในการเจริญ ก้าวหน้าในอนาคต ความก้าวหน้าในตำแหน่ง

งาน และยังสอดคล้องกับทฤษฎีการ สตรีสุข (2542) ที่ระบุว่าปัจจัยจูงใจในการทำงาน คือ ความมั่นคงในงาน ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานสวัสดิการ สภาพการทำงาน

3.2 ผลการศึกษาปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ พบว่า ด้านค่าจ้าง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจตัดสินใจสมัครงานใน โรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ งานวิจัยของอาคเนย์ ถาเกิด (2563)วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร อ่างใน รักษ์ทร ทศนโชติเดชา (2553) ค่าตอบแทนเป็น ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าทำงานของแต่ละบุคคลหากบริษัทมีอัตราเงินเดือนที่สูงกว่า มีสวัสดิการที่ดี และเหมาะสม ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงาน ที่มีความรู้ความสามารถตัดสินใจเข้ามาร่วมงานกับบริษัทได้มากกว่า อภิญญา พัฒนกิจเจริญชัย (2554, หน้า 9-12) ค่าตอบแทน (Compensation) หมายถึง ค่าแรง ค่าจ้าง เงินเดือน หรือ ผลประโยชน์อื่น ๆ ที่องค์กรให้แก่พนักงาน เพื่อตอบแทนการทำงาน หรืออาจหมายถึง ค่าทดแทนที่องค์กรจ่ายเป็น ค่าตอบแทนความสูญเสียต่าง ๆ ของพนักงานซึ่งรวมทั้งจ่ายทางตรง และทางอ้อมเป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน

กิตติธัช พันธุ์ประม (2564) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทยกล่าวว่า ค่าตอบแทนในนี้หมายรวมถึงค่าตอบแทนในรูปแบบที่เป็นตัวเงินที่เป็นผลประโยชน์ทางตรง เช่น เงินเดือนฐาน ค่าล่วงเวลา (OT) เงินพิเศษจากการขาย (Commission) และ รวมถึงค่าตอบแทนที่ไม่ได้อยู่ในรูปของตัวเงินที่เป็นผลประโยชน์ทางอ้อม เช่น สวัสดิการต่างๆ เป็นต้น เรื่องของปัจจัยด้าน ค่าตอบแทน โดย ไพสิน บรรพโต (2561) กล่าวว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนในระดับสูง ซึ่งไปในทิศทาง เดียวกับ ศิริวรรณ ไตรสรลักษณ์ (2552) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลตอบแทนเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ประกอบอาชีพ โดยให้ความสำคัญกับโบนัสประจำปี และค่าตอบแทนเหมาะสมกับปริมาณงานมาเป็น 2 อันดับแรก

3.3 ผลการศึกษาปัจจัยค้ำจุนในการตัดสินใจ พบว่า ด้านโอกาสในการพัฒนาตัวเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตัดสินใจสมัครงานในโรงงานอุตสาหกรรมของคนกลุ่ม Generation Y ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05สอดคล้องกับงานวิจัยของนิรมล การะดี(2560) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายงานบ่อยของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y กล่าวว่า Alderfer (1972 อ้างถึงใน มิ่งขวัญ พอบุตรดี, 2557) เจ้าของทฤษฎี ERG ทางจิตวิทยาได้ให้ ความหมายของ โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ไว้ว่า การได้รับโอกาสเพิ่มเติมในการเรียนรู้ การฝึกอบรม รวมถึง การสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของตนในขณะที่ Senge (1999) ให้ความหมายว่า โอกาสใน การพัฒนาตนเองคือระดับที่บุคคลรู้สึกว่าจะสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อการนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Rego & Pina Cunha, 2009 อ้างถึงใน Cameron Newton et al., 2014) โดย ปราชญา กล้าผจญ และ พอดาบุตรสุทธิ วงศ์ (2550) ได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาตนเองไว้ 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การรับรู้คุณค่า และเข้าใจตนเอง รับรู้ค่านิยมของตนเองที่ใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิต
- 2) สามารถจัดการตนเอง ควบคุมอารมณ์ และมีความสามารถในการปรับตัว
- 3) การตระหนักรู้ทางสังคม และมีความคิดริเริ่ม และ

4) การบริหารจัดการความสัมพันธ์ และการมองโลกในแง่ดี ทั้งนี้การพัฒนาตนเองเป็นสิ่งจำเป็นที่จะพัฒนางาน พัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนอบรมเพื่อให้เกิด ดังนั้นการปฏิบัติงานในแต่ละสายอาชีพ จึงจา

เป็นจะต้องมีการได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง เพื่อที่จะได้มีความชำนาญและก้าวหน้าในงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จูร์ริตัน พินิจมนตรี (2553) ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ต้องการการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความมั่นคงทางรายได้

นอกจากนี้ Leonard Nadler (อ้างถึงใน อลิสซา ตลิ่งพล, 2550) กล่าวไว้ว่า โดยในระยะเริ่มต้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งเน้นเฉพาะการฝึกอบรม (Training) เป็นสำคัญ ต่อมาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้มุ่งไปสู่การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) ในปัจจุบันแนวคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เน้นไปที่ 3 กิจกรรมที่สำคัญคือ 1) การฝึกอบรม(Training) ซึ่งจัดเป็นการเรียนรู้เพื่อนำมาใช้ในงานปัจจุบัน 2) การจัดการศึกษา (Education) เป็นการเรียนเพื่อมุ่งเน้นการทำงานในอนาคต และ 3) การพัฒนา (Development) เป็นการเรียนรู้ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการนำมาใช้ในองค์กร แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีERG ของ Alderfer (Alderfer's ERG Theory) (1972 อ้างถึงใน สุรางค์รัตน์ วศินารมณ, 2540) ที่ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ไว้ 3 ชั้น แต่ละชั้นสามารถเกิดขึ้นพร้อมกันหรือเกิดสลับไปมาในแต่ละชั้นได้ คือ ความต้องการมีชีวิตรอด (Existence Needs) ความต้องการการสัมพันธ์ (Relatedness Needs) และความต้องการการเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) ซึ่งความต้องการในลำดับนี้มนุษย์จะแสวงหาการพัฒนาตนเอง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จในทางเศรษฐศาสตร์ Campbell R et al. (อ้างถึงใน พรรณี จรัมย์พร, 2548) ได้อธิบายไว้ว่า การฝึกอบรมจัดว่าเป็นการลงทุนในมนุษย์ (Investment in Human Capital) เช่นเดียวกับการลงทุนในการศึกษาที่จะช่วยเพิ่มผลิตภาพ ทำให้บุคคลมีความรู้มากขึ้นก่อให้เกิดเป็นผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต โดยในมุมมองของนายจ้าง การฝึกอบรมเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางตรง เช่น ค่าตอบแทนวิทยากร ค่าสถานที่ เป็นต้น และยังเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางอ้อม เช่น ผลผลิตที่ได้รับจากคนงานในช่วงระหว่างฝึกอบรมอาจจะลดลง แต่ในเรื่องผลประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม ทั้งนายจ้างและลูกจ้างเองต่างก็ได้รับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น กล่าวคือนายจ้างได้รับผลประโยชน์จากศักยภาพที่สูงขึ้นของลูกจ้างที่ผ่านการฝึกอบรมซึ่งส่งผลต่อรายรับรวมขององค์กรที่เพิ่มขึ้นตามด้วยส่วนลูกจ้างที่ผ่านการฝึกอบรมก็สามารถคาดหวังถึงอัตราค่าจ้างที่สูงขึ้นจากศักยภาพที่สูงขึ้นของตนได้ Green et al. (1996) ได้อธิบายเกี่ยวกับการลงทุนในการฝึกอบรมกับการลาออกไว้ 2 แนวทางคือ 1) องค์กรที่มีอัตราการลาออกสูงจะต้องลงทุนด้านฝึกอบรมพนักงานสูงเพื่อทดแทนพนักงานที่ลาออกไปหรือเพื่อเพิ่มความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน 2) การฝึกอบรมอาจทำให้อัตราการลาออกสูงขึ้น เพราะพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมลาออกไปเพื่องานที่ดีกว่า โดยการศึกษาของ Hossein Nouri and Robert J. Parker (2013) ได้ทำการศึกษากับพนักงานตรวจสอบบัญชีในองค์กรขนาดใหญ่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ของสหรัฐอเมริกา พบว่าประสิทธิผลของ การฝึกอบรมส่งผลทางตรงกับความเชื่อมั่นในเรื่องโอกาสเติบโตในสายอาชีพและส่งผลทำให้ความมุ่งมั่นในองค์กรสูงขึ้นและความตั้งใจลาออกของพนักงานลดลง และการศึกษาของ มิ่งขวัญ พอบุตรดี(2557) พบว่า ความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรสูงก็ต่อเมื่อพนักงานได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเองสูง ในทางกลับกันความตั้งใจคงอยู่ในงานจะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรต่อก็ต่อเมื่อพนักงานได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มคน Generation Y ในจังหวัดชลบุรีเท่านั้น ดังนั้นครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตในการศึกษาไปในจังหวัดใกล้เคียงที่เป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อจะได้ทราบความเห็นเพิ่มมากขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มอื่นที่นอกเหนือจากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม เพราะในจังหวัดชลบุรีไม่ได้มีแค่แหล่งโรงงานอุตสาหกรรม ยังมีธุรกิจด้านการบริการและร้านอาหารที่น่าสนใจศึกษาอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติธัช พันธุ์เปรม (2564). วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานบริษัทค้าปลีกของ Generation Z ในประเทศไทย
- จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกูล (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร
- เจนจินต์ ศักดิ์ชัยนานนท์ (2564). วิจัยเรื่องความต้องการสวัสดิการของ Generation Y ที่ทำงานในภาครัฐและภาคเอกชนในกรุงเทพมหานคร
- ณภัค อินทรานนท์ (2560). ความต้องการสวัสดิการยืดหยุ่นของพนักงานสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ แบ่งตามเจเนอเรชั่น
- ณัฐธิดา สกกุลตันดิเมธา (2559). วิจัยเรื่องการศึกษาลักษณะบุคคล วิถีชีวิต กระบวนการทำงาน และแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
- นุจรี สุพัฒน์ (2563). วิจัยอิทธิพลของความคาดหวังในการทำงานที่มีต่อการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรและการตัดสินใจเลือกงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
- นิรมล กะการดี(2560). วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการย้ายงานบ่อยของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y
- นุชจรินทร์ วรรณพงษ์ (2560). วารสารการเปรียบเทียบความคิดเห็นของสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี กับความคิดเห็นของนิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อปัจจัยที่ใช้ในการดึงดูดใจผู้สมัครงาน วิธีการสรรหาพนักงาน และคุณสมบัติของผู้สมัครงานที่สถานประกอบการต้องการ
- นุชจรินทร์ วรรณพงษ์ (2560). วารสารการเปรียบเทียบความคิดเห็นของสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี กับความคิดเห็นของนิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อปัจจัยที่ใช้ในการดึงดูดใจผู้สมัครงาน วิธีการสรรหาพนักงาน และคุณสมบัติของผู้สมัครงานที่สถานประกอบการต้องการ
- พงศกร แมฮะ (2561). สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร
- มณี เพชรเบญจกุล (2557). วิจัยปัจจัยที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Generation Y

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2557). วารสารปัจจัยที่มีผลต่อความมีชื่อเสียงของธุรกิจเอกชนในประเทศไทย
อาคเนย์ ภาเกิด (2563) . วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ผ่าน
บริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร