

ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

Motivational factors affecting the decision to work in the food industry of Generation Z in Nakhon Pathom Province.

พิทยา ริดติลา¹, เสาวภา เมืองแก่น², กิตติพร พูลสวัสดิ์³ และสมภพ สิทธิธนานุโชติ⁴

Pittaya Ritsila¹, Saowapha Muangkaen², Kittiphorn Poolsawat³ and somphob sitthithananuchot⁴

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²⁻⁴,

Master's degree student Master of Business Administration Degree Program Business Administration

Thonburi University¹, Faculty of Business Administration Thonburi University²⁻⁴

pittaya130161@gmail.com¹, ops_tru@thonburi-u.ac.th², Kittiporn_mk@thonburi-u.ac.th³,

chiengsun4774@gmail.com⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม (2) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มพนักงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดนครปฐมที่มีอายุระหว่าง 18 - 28 ปี จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีประสบการณ์ทำงาน 1-3 ปี นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยแรงจูงใจ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านค่านิยมในการทำงาน ตามลำดับ และความคิดเห็นของการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงาน Generation Z ใน จังหวัดนครปฐม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ การเลือกเข้าทำงาน อุตสาหกรรม เจเนอเรชันแซด นครปฐม

Abstract

This research aimed to study (1) motivational factors and decision-making of Generation Z employees in Nakhon Pathom Province to work in the food industry, and (2) motivational factors affecting the decision-making of

Generation Z employees in Nakhon Pathom Province to work in the food industry. This research was a survey research. The sample group was 385 food industry employees in Nakhon Pathom Province, aged 18-28 years. The research instrument was an online questionnaire. The statistics used for data analysis included frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The statistics used for testing the hypotheses were used in the multiple regression analysis. The results of the study found that most of the respondents were female, had a bachelor's degree or equivalent, had an average monthly income of 10,000-20,000 baht, and had 1-3 years of work experience. In addition, it was found that the motivating factors were welfare and compensation, job description, learning and self-development, relationships with coworkers, advancement opportunities, organizational reputation, and work values, respectively. The opinions of Generation Z employees in Nakhon Pathom Province's decision to work were at the highest level overall. The results of the hypothesis testing found that organizational reputation, advancement opportunities, welfare and compensation, and relationships with coworkers had a statistically significant effect on Generation Z employees' decision to work in the food industry in Nakhon Pathom Province at a level of 0.05.

Keywords: Motivation, Employment, Industry, Generation Z, Nakhon Pathom

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดแรงงานและพฤติกรรมการทำงานของ Generation Z ซึ่งได้เติบโตในยุคดิจิทัล ได้ส่งผลให้ความคาดหวังในการทำงานของพวกเขาแตกต่างจากรุ่นก่อน โดยเน้นความยืดหยุ่นในการทำงาน สภาพแวดล้อมที่เป็นมิตร และโอกาสในการพัฒนาตนเองในสายอาชีพ องค์กรในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาบุคลากรที่สามารถเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อแข่งขันในยุคที่เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน (Carrell, M.R., et al., 1992)

Generation Z หรือกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2538-2553 (อายุ 18-28 ปี) ถือเป็นกำลังใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและสามารถเข้าถึงได้ง่าย พวกเขาใช้เวลาบนโลกออนไลน์และคาดหวังเส้นทางอาชีพที่มีความมั่นคงและชัดเจน พร้อมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงอุปสรรคทางวัฒนธรรมในที่ทำงานได้ (Chillakuri & Mahanandia, 2018) จากการสำรวจของ Job Thai.com พบว่าปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกองค์กรของพวกเขา คือ เงินเดือน สวัสดิการ หน้าที่ความรับผิดชอบ การเดินทางสะดวกและโอกาสเติบโตในสายอาชีพ

จังหวัดนครปฐมซึ่งมีอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมหลัก ที่มีโรงงานจำนวน 425 โรงงานหรือเป็น 23% และจำนวนแรงงาน 2,328 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2566) การจ้างงานสูงโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหารที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันและมีการเติบโตทั้งในด้านการผลิตและการลงทุนในเทคโนโลยี การสรรหาพนักงานจาก Generation Z จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อรองรับความต้องการในด้านความสามารถและการพัฒนาองค์กรให้แข่งขันได้ในยุคนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของ Generation Z ในจังหวัดนครปฐม โดยหวังว่าข้อมูลจากการวิจัยนี้จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมกับความต้องการของพนักงานรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

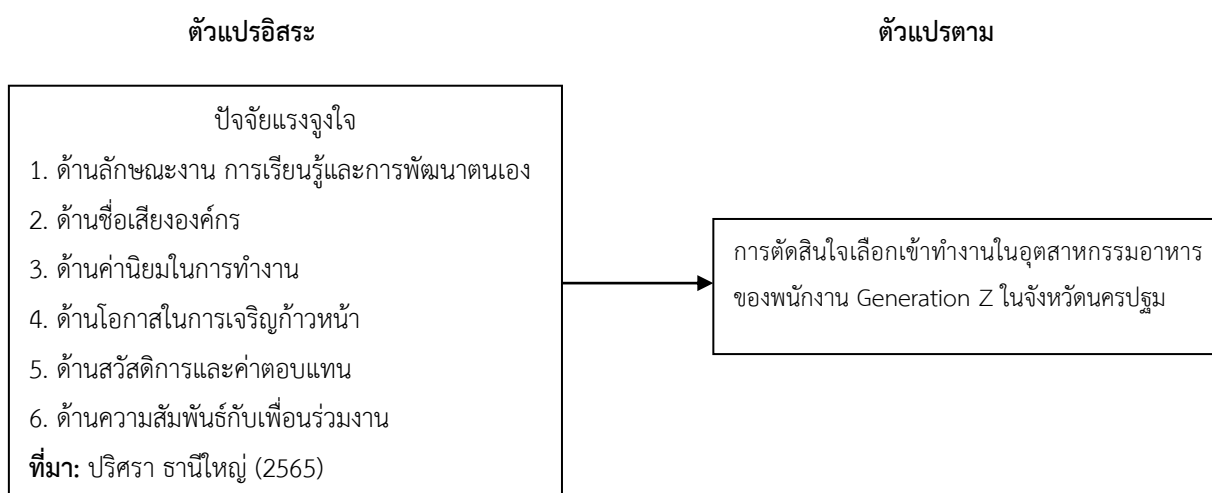
1. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ และการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจและการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานของพนักงาน Generation Z ในอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดนครปฐม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การสรรหาบุคลากรให้ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ข้อมูลจากการวิจัยช่วยวิจัยช่วยให้นายจ้างในอุตสาหกรรมอาหารเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน Generation Z เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์สรรหา การสร้างแรงจูงใจ และการรักษาพนักงานระยะยาว รวมถึงออกแบบและการปรับปรุงระบบสวัสดิการให้เหมาะสม เพื่อดึงดูดและคงบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ในองค์กร
3. ความเข้าใจแรงจูงใจของ Generation Z ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างเจเนอเรชัน สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี ช่วยในการวางแผนพัฒนาทักษะและศักยภาพพนักงานได้อย่างตรงจุด ยกกระดับประสิทธิภาพองค์กรโดยรวม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยโดยการสำรวจ ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของ Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ กลุ่มคน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ในช่วงเดือน มีนาคม-พฤษภาคม 2568 โดยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณในงานวิจัยจะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจและการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นกลุ่มพนักงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดนครปฐมที่มีอายุระหว่าง 18 - 28 ปี ทำเล็กรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2538-2545 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง ของ Cochran (1963) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จึงได้คำตอบเป็น 385 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของ Generation Z ในจังหวัดนครปฐม 5 ส่วน ประกอบด้วย (1) คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น (2) ข้อมูลประชากรศาสตร์ (3) ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านค่านิยมในการทำงาน ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (4) การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม (5) ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินคะแนน 3 ระดับ การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น เพื่อนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด ได้ค่าดัชนี IOC โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.968 ตรวจสอบความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ประมวลผลค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ค่าแอลฟาที่ได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะแสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้โดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) จำนวน 385 ตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41 มีประสบการณ์ทำงาน 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.2

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

การวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลแบบแบบสอบถาม โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 โดยมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ด้าน ซึ่งมีผลดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน

ที่	ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจ่ายสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เช่น ค่ารักษาพยาบาล ประกันสุขภาพ ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง วันหยุด วันลาพักร้อน เป็นต้น	4.73	0.61	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละรอบการประเมินมีความเหมาะสม และยุติธรรม	4.73	0.60	มากที่สุด
3	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้บุคลากรอย่างเหมาะสมต่อปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย	4.69	0.64	มากที่สุด

ที่	ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเงินเดือนพื้นฐาน ค่านายหน้า โบนัส และค่า เบี้ยเลี้ยงอื่นๆ เป็นต้น	4.66	0.68	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจ่ายเงินเดือนที่เหมาะสมต่อความรู้ ความสามารถ และระดับการศึกษา	4.63	0.72	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.69	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ภาพรวมมีค่า 4.69 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจ่ายสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เช่น ค่ารักษาพยาบาล ประกันสุขภาพ ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง วันหยุดวันลาพักร้อน เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ท่านมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการปรับเพิ่มเงินเดือนในแต่ละรอบ การประเมินมีความเหมาะสม และยุติธรรม 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง

ที่	ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการวางแผนการทำงาน และมีการสื่อสารให้บุคลากรทราบอย่างชัดเจน	4.73	0.61	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการสนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของบุคลากรอย่างชัดเจน	4.68	0.63	มากที่สุด
3	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการมอบหมายหน้าที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถอย่างเหมาะสม	4.64	0.67	มากที่สุด
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้อิสระแก่บุคลากรในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และเป็นงานที่ท้าทายความสามารถของบุคลากร	4.63	0.62	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้เรียนรู้งานข้ามสายงาน เพื่อเพิ่มองค์ความรู้และประสบการณ์ในการทำงานสามารถใช้ศักยภาพได้อย่างเต็มที่	4.63	0.66	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.66	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง ภาพรวมมีค่า 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการวางแผนการทำงาน และมีการสื่อสารให้บุคลากรทราบอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของบุคลากรอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ที่	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน	4.68	0.63	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานที่แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของตน	4.67	0.63	มากที่สุด
3	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานมีความเป็นกันเอง ไม่มีลำดับชั้นในการทำงานมาก ให้คำปรึกษา แนะนำ และเป็นแบบอย่างที่ดี	4.66	0.68	มากที่สุด
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานให้การสนับสนุนการทำงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถด้วยความเต็มใจ	4.66	0.63	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับความเป็นตัวตนของตน	4.54	0.73	มากที่สุด
รวม		4.64	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีเพื่อนร่วมงานที่แสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของท่านโดยมีค่าเฉลี่ย 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูง ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า

ที่	ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีนโยบายการเลื่อนตำแหน่งที่เป็นธรรม	4.65	0.63	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและมีหลักเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่งที่ยุติธรรม	4.62	0.69	มากที่สุด
3	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการเผยแพร่องค์ความรู้ใหม่ ๆ และเป็นปัจจุบัน อย่างต่อเนื่อง	4.61	0.65	มากที่สุด
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีนโยบายการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของพนักงาน	4.59	0.68	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ และมีแผนการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน	4.57	0.72	มากที่สุด
รวม		4.61	0.60	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.61 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีนโยบายการเลื่อนตำแหน่งที่เป็นธรรม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ท่านมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและมีหลักเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่งที่ยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.62 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ด้านชื่อเสียงองค์กร

ที่	ด้านชื่อเสียงองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน	4.68	0.62	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับตัวงาน มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์เป็นสำคัญ	4.60	0.67	มากที่สุด
3	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน	4.55	0.76	มากที่สุด
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีชื่อเสียงด้านการส่งเสริมสนับสนุนและให้ความสำคัญกับบุคลากร	4.50	0.76	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในจังหวัดนครปฐม	3.99	1.02	มากที่สุด
รวม		4.46	0.58	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านชื่อเสียงองค์กร ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.61 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับตัวงาน มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์เป็นสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ข้อมูลแสดงจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ ด้านค่านิยมในการทำงาน

ที่	ด้านชื่อเสียงองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้อิสระในการตัดสินใจในการทำงาน	4.62	0.67	มากที่สุด
2	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน	4.59	0.70	มากที่สุด
3	ให้ความสำคัญต่อผลของงานมากกว่าตัวบุคคล หรือระดับความอาวุโสในองค์กร	4.41	0.80	มากที่สุด
4	มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับในสังคม	4.16	0.95	มากที่สุด
5	มีความต้องการทำงานในตำแหน่งงานที่ได้รับการยกย่อง/เชิดชูในสังคม	4.00	0.96	มากที่สุด
รวม		4.36	0.61	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ด้านค่านิยมในการทำงาน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีความต้องการทำงานในองค์กรที่ให้อิสระในการตัดสินใจในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.62 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความต้องการทำงานในองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ในภาพรวม

ที่	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1	จะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีตำแหน่งงานที่ตรงกับความรู้ ความสามารถ ความถนัด และความสนใจของตน	4.57	0.70	มากที่สุด

ที่	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
2	จะให้ความสำคัญกับองค์กรที่ยื่นข้อเสนอที่มีปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานที่ตนสนใจ	4.56	0.73	มากที่สุด
3	จะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีสถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง	4.54	0.77	มากที่สุด
4	จะแนะนำองค์กรที่มีปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานที่ท่านสนใจต่อผู้อื่นให้มาร่วมงานกับองค์กรพร้อมกับตน	4.52	0.75	มากที่สุด
5	จะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ตนสนใจมากกว่าชื่อเสียงขององค์กร	4.27	0.93	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.49	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใน ความสำคัญในการเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีตำแหน่งงานที่ตรงกับความรู้ ความสามารถ ความถนัด และความสนใจของ ตน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาคือ จะให้ความสำคัญกับองค์กรที่ยื่นข้อเสนอที่มีปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงาน ที่ตนสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 จะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีสถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.54 จะแนะนำองค์กรที่มีปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานที่ท่านสนใจต่อผู้อื่นให้มาร่วมงานกับองค์กร พร้อมกับตน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 และ จะเลือกเข้าทำงานในองค์กรที่ตนสนใจมากกว่าชื่อเสียงขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจเลือกเข้า ทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ด้วยวิธี (Enter Regression)

ตารางที่ 8 ข้อมูลแสดงจำนวนผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก เข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

แรงจูงใจ	การตัดสินใจซื้อ			t-test	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.316	0.174	-	1.814	0.070
ด้านลักษณะงาน การเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง	-0.024	0.057	-0.021	-0.421	0.674
ด้านชื่อเสียงองค์กร	0.288	0.058	0.278	5.004	0.000*
ด้านค่านิยมในการทำงาน	0.033	0.045	0.033	0.730	0.466
ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า	0.222	0.063	0.222	3.497	0.001*
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	0.169	0.076	0.162	2.222	0.027*
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.224	0.072	0.212	3.129	0.002*
R = 0.804, R ² = 0.646, Adjusted R ² = 0.646, SE _{Est} = 0.36, F = 114.778, p = .000*					

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า มีค่า $F = 114.778$ และมีค่า $p = 0.000$ เมื่อพิจารณาปัจจัยแรงจูงใจแต่ละด้าน พบว่า ด้านชื่อเสียงองค์กร ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยแรงจูงใจ และระดับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน รองลงมาคือด้านลักษณะงาน การเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านค่านิยมตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีศรา ธาณีใหญ่ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านค่านิยม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภานัน พุมตาล (2562) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านโอกาสการเจริญก้าวหน้า ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านลักษณะงาน ด้านชื่อเสียงองค์กร และ ด้านค่านิยม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา ชื่นอารมณ์ (2560) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านค่านิยม ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านชื่อเสียงองค์กร และด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองตามลำดับ

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ลำดับแรกคือ เลือกเข้าทำงานในองค์กรที่มีตำแหน่งตรงกับความรู้ ความสามารถ ความถนัด และความสนใจของตน รองลงมาคือ องค์กรที่ยื่นข้อเสนอที่มีปัจจัยแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานที่น่าสนใจ และองค์กรที่มีสถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและสะดวกต่อการเดินทาง สอดคล้องกับทฤษฎีของ Rani, I. H, et al., (2022) พบว่า ความสามารถและความถนัด มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน การพัฒนาและการเติบโตในสายงาน รวมถึงการได้รับสวัสดิการที่ดี ความก้าวหน้าและการเข้าถึงเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการสมัครงานของ Generation Z ในอินโดนีเซีย ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐิญา อัครารุธ (2566) พบว่า ด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะที่ที่เหมาะสม ส่งผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้าทำงาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงองค์กร โอกาสในการเจริญก้าวหน้า สวัสดิการและค่าตอบแทนและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีศรา ธาณีใหญ่ (2565), พงศ์สุทธิ ศิริทิพน (2565) และณัฐกร มั่นจิตต์ (2563) พบว่า ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน ด้านเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านชื่อเสียงองค์กร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในอุตสาหกรรมอาหารของพนักงาน Generation Z ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

1. ด้านชื่อเสียงองค์กร ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มที่ Generation Z ใช้งานบ่อยเช่น TIKTOK IG และ Facebook รวมถึงการจัดกิจกรรม CSR เพื่อเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก
2. ด้านโอกาสในการเจริญก้าวหน้า ควรมีเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน ระบบประเมินผลที่เป็นธรรม และจัดอบรม เพื่อพัฒนา Soft Skills เพื่อส่งเสริมการเติบโตในสายงาน
3. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานส่งเสริมบรรยากาศที่เป็นกันเอง เปิดโอกาสให้พูดคุยและทำงานร่วมกัน อย่างเป็นทีม จะช่วยให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กร
4. ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน พิจารณาสวัสดิการที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ เช่น ระบบทำงานแบบ Hybrid วันลาพักผ่อนที่ยืดหยุ่น และสวัสดิการด้านสุขภาพจิต

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2566). สถิติจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม ในรอบปี 2566. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.diw.go.th/webdiw/static-fac/>
- ณัฐกร มั่นจิตต์. (2563). แรงจูงใจของแรงงานไทยที่ต้องการไปทำงานในสาธารณรัฐเกาหลีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- นิตยา ชื่นอารมณ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าทำงานกับบริษัทญี่ปุ่นในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปริญญญา อัครารุช. (2566). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครงานของผู้สมัครต่อบริษัท นันยางมาร์เก็ตติ้ง จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปริศรา ธานีใหญ่. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พงศ์สุทธิ ศิริทวน. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงานกับบริษัท Startup ของประชาชนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ศุภานัน พุฒตาล. (2562). แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. รายงานวิจัยกองบริหารงานบุคคล, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques*. 2nded. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Chillakuri, B., & Mahanandia, R. (2018). Generation Z Entering the Workforce: The Need for Sustainable Strategies in Maximizing Their Talent. *Human Resource Management International Digest*, 26(4), 34-38.
- Carrell, M.R., Kuzmits, F.E., & Elbert, N.E. (1992). *Personnel human resource management*. 4thed. New York : Macmillan.
- Rani, I. H., Jalih, J. H., & Widyowati, L. A. (2022). Indonesian Generation Z work expectation and intention to apply for job: Role of social media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(2), 193-206.