



**แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z
ในกรุงเทพมหานคร**

พลอยชมพู เหมหงษา

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2563

**แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z
ในกรุงเทพมหานคร**

พลอยชมพู เหมหงษา

**สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2563**

MOTIVATION AND VALUES OF GENERATION Z IN BANGKOK

PLOYCHOMPOO HAMEHONGSA



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of

Master of Master of Business Administration

Department of Management

Faculty of Business Administration, Innovation and Accounting

Dhurakij Pundit University

2020



ใบรับรองสารนิพนธ์

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

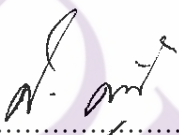
หัวข้อสารนิพนธ์ แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย พลอยชมพู เหมหงษา

สาขาวิชา การจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ

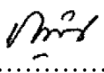
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ)


..... กรรมการ

(ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว


..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อสารนิพนธ์	แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	พลอยชมพู เหมหงษา
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จริญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	สาขาวิชาการจัดการ
คณะ	วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เกิดปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2552 จำนวน 500 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์และด้านความต้องการอำนาจ ตามลำดับ ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และด้านการอนุรักษ์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านการพัฒนาตนเอง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบความแตกต่างทางคุณลักษณะของบุคคลที่มีต่อแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน พบว่า ความแตกต่างของเพศ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีต่อแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางการศึกษาค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ รวมถึงการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการศึกษาวิจัยอย่างดียิ่งจาก ดร. จรัญญา ปานเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อปรับปรุงให้การค้นคว้าสารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ซึ่งผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว ญาติ ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจและความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สนใจในเนื้อหาและการศึกษาค้นคว้าต่อไป และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยกราบขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

พลอยชมพู เหมหงษา
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2563



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	2
1.5 ขอบเขตการวิจัย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน	19
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Z	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3. ระเบียบวิธีวิจัย	30
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	30
3.2 ประชากรและตัวอย่าง	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	31
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	38

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ	40
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยม.....	45
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน	47
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	49
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
5.1 สรุปผลการวิจัย	87
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	92
5.3 ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	99
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	103



สารบัญตาราง

ตารางที่	
หน้า	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ	40
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยม	46
4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน.....	47
4.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน.....	48
4.6 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	49
4.7 ผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	50
4.8 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	50
4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จ	51
4.10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความ ต้องการมิตรสัมพันธ์.....	52
4.11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความ ต้องการอำนาจ.....	53
4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	55
4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการ มิตรสัมพันธ์.....	56
4.14 การวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการ อำนาจ	58
4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	61
4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	62
4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ	65
4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน	69
4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน	69
4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน	70
4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการ อนุรักษ์	71

4.22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง.....	72
4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน.....	73
4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์....	74
4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง.....	77
4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน	79
4.27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์	80
4.28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง.....	83



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2.1 ภาพพีระมิดแสดงลำดับชั้นความต้องการ ตามแนวคิดของมาสโลว์ 10

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 30



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรการทำงานจะประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพขององค์กรนั้น เกิดจากปัจจัยหลายส่วนที่ช่วยกันทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างมีคุณภาพ โดยปัจจัยที่ถือว่าเป็นหลักสำคัญของการบริหารองค์กรคือบุคลากรในองค์กร เนื่องจากบุคลากรเป็นเสมือนกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินไปได้อย่างมีคุณภาพ การศึกษาลักษณะหรือรายละเอียดต่าง ๆ ของบุคลากรภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญ ลักษณะต่าง ๆ ทั้งด้านของร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องแรงจูงใจ และค่านิยมในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นที่มาของการทำงานในองค์กรอย่างมีความสุขและมีความรักในองค์กรนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะเป็นที่ยึดเหนี่ยวให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ และค่านิยมของบุคลากรเพื่อนำไปปรับปรุงและแก้ไขให้เกิดการพัฒนาขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ

ในปัจจุบันการทำงานในองค์กร มีบุคลากรที่มีความแตกต่างกันในด้าน แต่สิ่งที่จะกล่าวถึงคือ เจเนอเรชันที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มเจเนอเรชัน B กลุ่มเจเนอเรชัน X กลุ่มเจเนอเรชัน Y และ กลุ่มเจเนอเรชัน Z ซึ่ง ทั้ง 4 เจเนอเรชัน นั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มเจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มมนุษย์ เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 หรือ ค.ศ. 1997 จนถึงปี พ.ศ. 2552 หรือ ค.ศ. 2009 โดยคนเจเนอเรชัน Z จะเปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่างมากขึ้น จากการมองเห็นในโลกดิจิทัล จึงเปิดกว้างในการยอมรับความแตกต่าง (มนัสวี ศรีนนท์, 2561) มีแนวโน้มที่จะปรับตัวทัศนคติได้ดี ไม่แบ่งแยกชนชั้น สีผิว ศาสนา หรือประเพณีที่แตกต่าง ต้องการคำอธิบายมากขึ้น ต้องมีเหตุผล ต้องรู้สึกว่าได้เข้าใจกับทุกเรื่องในชีวิต จะหาความรู้ได้ทุกที่ เกลียดการเรียนแบบบรรยาย ก็ชอบข้อมูลแนวกราฟ ภาพ สถิติชัดเจน เน้นข้อมูลสั้นๆ ที่เข้าใจง่ายๆ เพราะจดจำข้อมูลได้ดีจากข้อมูลสั้นๆ ตามแบบฉบับโลกออนไลน์ แต่มีแนวโน้มที่จะเป็นมนุษย์หลายงาน เพราะความอดทนต่ำ ดังนั้น การบริหารงานในองค์กร สิ่งที่สำคัญคือการบริหารจัดการในส่วนของบุคลากรและในปัจจุบันนี้คนเจเนอเรชัน Z มีการเข้ามาปฏิบัติงานกันในองค์กรเพิ่มขึ้น และยังเป็นอนาคตขององค์กรต่อไป สามารถมองแนวโน้มของคุณภาพองค์กรจากบุคลากรได้ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารงาน และการวางแผนงาน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนาการบริหารงานในองค์กรในการปฏิบัติงานร่วมกับคนเจเนอเรชัน Z ได้อย่างเหมาะสมและมีความสุข

1.2 คำถามการวิจัย

1. Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างไร
2. Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานเป็นอย่างไร
3. Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันหรือไม่
4. Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกันหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล
4. เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน
2. Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชาชนและพื้นที่

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เกิดปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2552

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg's Two Factor Theory) และศึกษาค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดของ Schwartz, N.E. (2010)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการวิจัยรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน 1 กรกฎาคม 2563 ถึง 31 พฤษภาคม 2564

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้
2. สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างทางคุณลักษณะของบุคคลที่มีต่อแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร
3. สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มีบุคลากร Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรน เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง

แรงจูงใจ เป็นพฤติกรรมการจูงใจที่เกิดขึ้น ยังเป็นผลเนื่องมาจากแรงผลักดัน หรือแรงกระตุ้น จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมมีความเข้มข้น มีทิศทาง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด จึงมีใช้พฤติกรรมทั่ว ๆ ไป ที่เกิดจากการตอบสนองสิ่งเร้าธรรมดา

ค่านิยม หมายถึง ทักษะของคนหรือสังคมที่มีต่อสิ่งของ ความคิด และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่าและความถูกต้องของสิ่งคมนั้น ๆ

Gen Z คือ ค่านิยมล่าสุดของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน หมายถึงคนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1997 หรือปี พ.ศ. 2540 จนถึงปี พ.ศ. 2552 เด็ก ๆ กลุ่ม Gen Z นี้จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่แวดล้อม มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็ว คนกลุ่ม Gen Z เป็นประชากรกลุ่มอายุน้อยที่สุดในปัจจุบัน โดยในเจเนอเรชันนี้จะเป็นช่วงที่มีประชากรเกิดใหม่น้อยลง เนื่องจากเป็นเมืองเพิ่มขึ้นทำให้มีภาระด้านการดำเนินชีวิต การทำงาน ที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ ทำให้ค่านิยมการมีลูกน้อยลง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

2.1.1 ความหมายของการจูงใจ

2.1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของการจูงใจในการทำงาน

2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1.4 การประยุกต์ความรู้เรื่องการจูงใจไปใช้ในงาน

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน

2.2.1 ความหมายของค่านิยม

2.2.2 ลักษณะของค่านิยม

2.2.3 ประเภทของค่านิยม

2.2.4 ความสำคัญของค่านิยม

2.2.5 อิทธิพลของค่านิยมต่อตัวบุคคล

2.2.6 แง่คิดเกี่ยวกับค่านิยม

2.2.7 ค่านิยมในการทำงาน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Z

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

2.1.1 ความหมายของการจูงใจ

การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจูงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Domjan, 1996, p.199) การจูงใจจึงเป็นภาวะภายในของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง (Woolfolk, 1995, p. 130) หรือเป็นสภาวะที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ผู้จูงใจกำหนด (นิภา แก้วศรีงาม, 2547) หรืออาจสรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยจูงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ เป็นพฤติกรรมที่มีใช้เป็นการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดาเช่น การขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก การหันไปมองเมื่อมีคนเดินผ่านหน้า การยกหูโทรศัพท์เมื่อมีกริ่งดังขึ้น ตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ยังไม่จัดว่าเป็นการจูงใจ ที่จะจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ เช่น การที่เจ้าหน้าที่บัญชีพยายามทำบัญชีให้เรียบร้อยเพื่อต้องการค่าชมจากหัวหน้างาน การที่พนักงานขายตั้งใจมาทำงานสม่ำเสมอไม่ขาดงานและตั้งใจทำยอดขายเพราะหวังจะได้รับความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ การที่ผู้จัดการผ่านบุคคลตั้งใจทำงานขึ้นหนึ่งเป็นอย่างดี เพราะตระหนักในศักดิ์ศรีของตัวเอง ฯลฯ ตัวอย่าง 3 ประการนี้ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมมีความเข้มข้น มีทิศทาง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด จึงมีใช้พฤติกรรมทั่ว ๆ ไป ที่เกิดจาก

การตอบสนองสิ่งเร้าธรรมดา นอกจากนั้น พฤติกรรมการจูงใจที่เกิดขึ้น ยังเป็นผลเนื่องมาจากแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจ ซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป

2.1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของการจูงใจในการทำงาน

การใช้กลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานให้ไปสู่เป้าหมายที่ต้องการนั้นมีใช้อย่างใหม่ที่เพิ่งเริ่มเกิดขึ้นในเร็วๆ นี้ ในสมัยโบราณก็มีการใช้วิธีการดังกล่าวทั้งกับมนุษย์ด้วยกันและกับสัตว์ที่จัดเป็น ผู้ร่วมงาน ด้วยเช่นกัน กลยุทธ์ที่นำมาใช้บางประการเป็นไปได้โดยทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดความพอใจสมัครใจที่จะทำ กลยุทธ์บางประการแม้จะได้ผลในการสร้างแรงกระตุ้นให้ทำงานได้มากขึ้น แต่ผู้ปฏิบัติอาจมีเจตคติทางลบต่อผู้บริหาร เพราะถูกเอารัดเอาเปรียบเกินไป หรือบุคคลภายนอกอาจมองโดยไม่ยอมรับนัก เพราะเอารัดเอาเปรียบกัน การทำความเข้าใจเรื่องความสำคัญของการจูงใจในการทำงานอาจโดยตั้งปัญหาถาม - ตอบ เกี่ยวกับพฤติกรรมของคนบางคนที่เราพบเห็นในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างรายการปัญหา เช่น เพราะอะไรนักวิทยาศาสตร์บางคนจึงใช้เวลามากมายเหลือเกินอยู่ในห้องทดลองบางคนใช้เวลาส่วนใหญ่เกือบตลอดชีวิตของเขาที่เดียวเพื่อการทดลองนั้น ๆ เพราะอะไรนักกีฬาบางคนจึงสู้ทนเหน็ดเหนื่อยยากกับการฝึกซ้อมซ้ำ ๆ เป็นเวลาแรมเดือน แรมปี ก่อนเข้าแข่งขันกีฬาที่สำคัญ เพราะอะไรคนบางคนจึงยอมอดทน เสียสละ ทำงานหนัก และใช้พลังทั้งหมดในตัวตลอดชีวิตของเขา เพื่อการค้นพบโลกอนาคตในบางลักษณะที่ยังไม่มีใครพบได้มาก่อน ในขณะที่คนบางคนทำในลักษณะเดียวกัน แต่เพื่อการค้นหาร่องรอยอดีตของโลกดึกดำบรรพ์ไม่สนใจใฝ่รู้ในโลกอนาคต เป็นต้น

จากตัวอย่างปัญหาที่ยกมานี้ คำตอบต่อปัญหาดังกล่าวคือ เพราะพฤติกรรมเหล่านั้นมีสิ่งผลักดันหรือมีแรงจูงใจให้เกิดขึ้น คือ เป็นพฤติกรรมที่มีการจูงใจ พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจจะเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น จริงจัง ลงทุนลงแรง กระทำในสิ่งนั้นเพื่อให้ผลงานหรือผลการกระทำ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยกล่าวสรุปเป็นข้อๆ ถึงความสำคัญของการจูงใจในการทำงานได้ดังนี้ (อรพินทร์, 2555)

1. การจูงใจช่วยเพิ่มพลังในการทำงานให้บุคคล

พลัง (energy) เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ ในการทำงานใด ๆ ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ย่อมทำให้ขยันขันแข็ง กระตือรือร้น กระทำให้สำเร็จ ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่ทำงานประเภท “เช้าขาม เย็นขาม” ที่ทำงานเพียงเพื่อให้ผ่านไประวัน ๆ

2. การจูงใจช่วยเพิ่มความพยายามในการทำงานให้บุคคล

ความพยายาม (persistence) ทำให้บุคคลมีความมานะ อดทน บากบั่น คิดหาวิธีการนำความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของตนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่องานให้มากที่สุด ไม่ท้อถอยหรือละความพยายามง่ายๆ แม้งานจะมีอุปสรรคขัดขวาง และเมื่องานได้รับผลสำเร็จด้วยดีก็มักคิดหาวิธีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

3. การจูงใจช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของบุคคล

การเปลี่ยนแปลง (variability) รูปแบบการทำงานหรือวิธีทำงานในบางครั้ง ก่อให้เกิดการค้นพบช่องทางดำเนินงานที่ดีกว่าหรือประสบผลสำเร็จมากกว่า นักจิตวิทยาบางคนเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องหมายของความเจริญก้าวหน้าของบุคคล แสดงให้เห็นว่าบุคคลกำลังแสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้ชีวิตบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูง เมื่อตื่นรนเพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ใด ๆ หากไม่สำเร็จบุคคลก็มักพยายามค้นหาสิ่งผิดพลาดเลยพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นในทุกวิถีทาง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานจนในที่สุดทำให้ค้นพบแนวทางที่เหมาะสมซึ่งอาจจะต่างไปจากแนวเดิม

4. การจูงใจในการทำงานช่วยเสริมสร้างคุณค่าของความเป็นคนที่สมบูรณ์ให้บุคคล

บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงาน จะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้า และการมุ่งมั่นทำงานที่ตนรับผิดชอบให้เจริญก้าวหน้า จัดว่าบุคคลผู้นั้นมีจรรยาบรรณในการทำงาน (work ethics)

ผู้มีจรรยาบรรณในการทำงานจะเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มีวินัยในการทำงาน ซึ่งลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ ผู้มีลักษณะดังกล่าวนี้มักไม่มีเวลาเหลือพอที่จะคิดและทำในสิ่งที่ไม่ดี

ความสำคัญของการจูงใจในการทำงานทั้ง 4 ประการข้างต้น จะเห็นได้ว่า องค์การใดที่มีทรัพยากรบุคคลซึ่งมีแรงจูงใจในการทำงานสูง ย่อมส่งผลให้องค์การนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการเจริญก้าวหน้า เพราะพนักงานดังกล่าวจะทุ่มเทพลังงานและความสามารถอย่างเต็มที่และโดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อยเพื่อให้ผลงานสำเร็จตามนโยบายและเป้าหมายของงาน นอกจากนี้ยังมีบุคคลอีกส่วนหนึ่งซึ่งเชื่อว่าการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลมุ่งมั่นทำงานให้เจริญก้าวหน้า ยังช่วยเสริมสร้างความเป็นคนที่สมบูรณ์ให้แก่ผู้นั้น ช่วยให้ใช้ชีวิตอย่างมีความหมาย และช่วยสร้างคนให้ได้ดีเพราะการทำงานเป็นหัวใจสำคัญส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ทำให้ชีวิตมีคุณค่า

2.1.3 ลักษณะและที่มาของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motives) เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมจูงใจ จากตัวอย่างพฤติกรรมจูงใจในการทำงานที่เด็กกล่าวไว้ในหัวข้อที่ว่าด้วยความหมายของการจูงใจ ในเรื่องพฤติกรรมการทำงานของเจ้าหน้าที่บัญชี พนักงานขาย และผู้จัดการฝ่ายบุคคล จากตัวอย่างดังกล่าวซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการคำชม ทำให้เจ้าหน้าที่บัญชีตั้งใจทำบัญชีให้เรียบร้อย ความหวังที่จะได้รับความดีความชอบพิเศษ ทำให้พนักงานขายมาทำงานสม่ำเสมอและตั้งใจทำยอดขายความรักศักดิ์ศรีในตัวเองของผู้จัดการฝ่ายบุคคล ทำให้ตั้งใจทำงานเป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมจูงใจมีใช้อยู่ ๆ จะเกิดขึ้นมาเอง ต้องมีสิ่งจูงใจ สิ่งที่มาจูงใจนั้นเรียกว่า “แรงจูงใจ” ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันใล้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายปลายทาง (Schiffman and Kanuk, 1991:69) มีแนวคิดและคำอธิบายมากมายที่กล่าวถึงลักษณะและที่มาของแรงจูงใจ แนวคิดและคำอธิบายดังกล่าวแม้จะพูดถึงสิ่งเดียวกันแต่มีจุดเน้นที่ต่างกันไป ในที่นี้จะกล่าวถึงลักษณะและที่มาของแรงจูงใจที่น่าจะเป็นประโยชน์และเข้าใจง่ายสำหรับผู้ศึกษาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและจิตวิทยาการทำงานดังต่อไปนี้

แรงจูงใจมี 2 ลักษณะ ดังนี้ (อรพินทร์ ชูชม อัจฉรา สุขารมณ และอังคินันท์ อินทรกำแหง, 2553; Gagne & Deci, 2005)

1. แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงาน มองว่าองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ กระทำการต่าง ๆ ให้องค์การเจริญก้าวหน้า หรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจขาลง องค์การจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุน ไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทน แต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกัน ทั้งเจ้าของกิจการและพนักงานต่างร่วมกันค้าขายอาหารเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั้งประเภทแซนวิช ก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ เพียงเพื่อให้มีรายได้ประทังกันไปทั้งผู้บริหารและลูกน้อง และในภาวะดังกล่าวนี้จะเห็นว่าพนักงานหลายรายที่ไม่ทั้งเจ้านาย ทั้งเต็มใจไปทำงานวันหยุด โดยไม่มีค่าตอบแทน ถ้าการกระทำดังกล่าวเป็นไปโดย เนื่องจากความรู้สึก หรือเจตคติที่ดีต่อเจ้าของกิจการ หรือด้วยความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกคนหนึ่งขององค์การ มิใช่เพราะเกรงจะถูกไล่ออกหรือไม่มีที่ไป ก็กล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน

2. แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกที่บุคคลที่มักกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับการยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น การที่คนงานทำงานเพียงเพื่อแลกกับค่าตอบแทนหรือเงินเดือน การแสดงความขยันตั้งใจทำงานเพียงเพื่อให้หัวหน้างานมองเห็นแล้วได้รับความดีความชอบ เป็นต้น

ที่มาของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีที่มาจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น อาจจะเนื่องมาจากความต้องการ หรือแรงขับ หรือสิ่งเร้าใจ หรือภาวะการตื่นตัวในบุคคล หรืออาจจะเนื่องมาจากการคาดหวัง หรือบางครั้งบางคราวก็อาจเป็นแรงจูงใจไร้สำนึก คือ เนื่องมาจากการเก็บกดซึ่งบางที่เจ้าตัวก็ไม่วู้ตัว จะเห็นได้ว่าการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมในคนเรานั้นไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอน เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์มีความซับซ้อน แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมต่างกัน แรงจูงใจต่างกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมเหมือนกัน พฤติกรรมอย่างหนึ่งอาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่าง และในบุคคลต่างสังคม ก็มักมีแรงจูงใจต่างกัน เนื่องจากสังคมที่ต่างกัน มักทำให้เกิดแรงจูงใจต่างกัน

พรชัยลิขิตธรรมโรจน์ (2545) กล่าวถึงที่มาของแรงจูงใจ ซึ่งมีที่มาของแรงจูงใจบางอย่างนั้น จะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน 6 กระบวนการคือ

1. ความต้องการ (needs) เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุล เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น คนที่รู้สึกเหนื่อยล้าโดยการนอน หรือนั่งพัก หรือเปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอิริยาบถ ดูหนังฟังเพลง คนที่ถูกทิ้งให้อยู่คนเดียว เกิดความต้องการความรักความสนใจจากผู้อื่น เป็นแรงผลักดันให้คนๆ นั้น รับประทานอาหารบางอย่างเพื่อให้ได้รับความรักความสนใจ ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการนั้น ส่วนใหญ่เกิดเนื่องมาจากความต้องการของบุคคล ความต้องการในคนเรามีหลายประเภท นักจิตวิทยาแต่ละท่านจะอธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ กัน แต่โดยทั่วไปแล้ว เราอาจแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ความต้องการทางกาย (physical needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย เช่น ต้องการกินอาหาร หายใจ ขับถ่ายของเสีย การเคลื่อนไหว พักผ่อน และต้องการทางเพศ ความต้องการทางกายทำให้เกิดแรงจูงใจให้บุคคลกระทำการเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายนี้ว่า แรงจูงใจทางชีวภาพ หรือทางสรีระ (biological motives)

- 2) ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการทางจิตใจ (social or psychological needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคง ปลอดภัย การเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสรภาพ ความสำเร็จในชีวิต และตำแหน่งทางสังคม ความต้องการทางสังคมหรือทางจิตดังกล่าวนี้ เป็นเหตุให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าวคือ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่าแรงจูงใจทางสังคม (social motives)

2. แรงขับ (drives) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกาย และสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการ และแรงขับมักเกิดควบคู่กัน คือ เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้น ๆ ไป ผลักดัน

ให้เกิดพฤติกรรม เราเรียกว่า เป็นแรงขับนอกจากนั้นแรงขับยังหมายถึงสภาพทางจิตวิทยาที่เป็นผลเนื่องมาจากความต้องการทางกาย เช่น ความหิวทำให้เกิดสภาพทางจิตวิทยาคือ ใจสั้น ตาลอย หงุดหงิด อารมณ์เสีย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในหน่วยงาน เช่น การเร่งร้อนหาข้อสรุปจากการประชุมในบรรยากาศที่ผู้เข้าประชุมทั้งหัวทั้งเหนื่อย แทนที่จะได้ข้อสรุปที่ดี บางครั้งกลับก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้ง ไม่ได้รับผลสำเร็จตามที่ต้องการ หรือเพราะด้วยความหิว ความเหนื่อย ทำให้รีบสรุปและตกลงเรื่องงานโดยขาดการไตร่ตรอง เพื่อจะได้รับประทานอาหารและพักผ่อน ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียต่องานได้ แต่ในบางกรณี บุคคลบางคนก็อาจฉวยโอกาสของการทำงานในที่ประชุมอยู่ในภาวะมีแรงขับด้านความหิว ความเหนื่อย มาเป็นประโยชน์ให้ลงมติบางเรื่องโดยง่ายและรวดเร็ว เพื่อประโยชน์ต่องาน

3. สิ่งล่อใจ (incentives) เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จัดเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การชักจูงให้คนงานมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ โดยยกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานให้เป็นที่ยอมรับ การประกาศเกียรติคุณ หรือการจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานหรือบุคคลดีเด่นประจำปี การจัดทำเนียบ “Top Ten” หรือลิสสาชาติเด่นขององค์กร การมอบโล่รางวัลแก่ฝ่ายงานที่มีผลงานยอดเยี่ยมในรอบปี ฯลฯ ตัวอย่างที่ยกมาเหล่านี้ จัดเป็นการใช้สิ่งล่อใจมาสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดแก่พนักงานขององค์กรทั้งสิ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งล่อใจนั้นอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

4. การตื่นตัว (arousal) เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิดกล่ามเนื้อพร้อมที่จะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา พนักงานต้อนรับที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้า ฯลฯ ลักษณะดังกล่าวนี้เปรียบเหมือนเครื่องยนต์ที่ติดเครื่องพร้อมจะทำงาน บุคลากรในองค์กรถ้ามีการตื่นตัวในการทำงาน ย่อมส่งผลให้ทำงานได้ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาธรรมชาติ พฤติกรรมของมนุษย์พบว่า การตื่นตัวมี 3 ระดับ คือ การตื่นตัวระดับสูง การตื่นตัวระดับกลาง และการตื่นตัวระดับต่ำ ระดับที่นักจิตวิทยาค้นพบว่าดีที่สุดได้แก่การตื่นตัวระดับกลาง ถ้าเป็นการตื่นตัวระดับสูง จะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจ หรือตื่นเต้น ขาดสมาธิในการทำงาน ถ้าตื่นตัวระดับต่ำก็มักทำงานทำงานเฉื่อยชา ผลงานเสร็จช้า และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัว มีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในตัวได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีต่าง ๆ กัน ทั้งในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และระบบสรีระภายในของผู้นั้น

นักจิตวิทยาที่ทำการศึกษารื่องการตื่นตัวในเชิงสรีระที่มีชื่อเสียงได้แก่ เฮบบ์ (Donald O.Hebb) ซึ่งเขาได้ทำการศึกษาไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1955 และค้นคว้าเพิ่มเติมติดต่อกันเรื่อยมา ผลงานล่าสุดเท่าที่ค้นคว้าได้มีถึง ค.ศ.1972 เขากล่าวว่าการตื่นตัวกับอารมณ์ของมนุษย์มีความสัมพันธ์กัน และในขณะที่ตื่นตัวการทำงานทางสรีระของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การเต้นของหัวใจจะแรงขึ้น กล้ามเนื้อจะเกร็ง ระบบประสาทอัตโนมัติอยู่ในภาวะพร้อมจะทำงานเต็มที่ ซึ่งนักจิตวิทยามักเรียกภาวะพร้อมของคนดังกล่าวนี้ว่า “ปฏิกริยาพร้อมสู้ และพร้อมหนี” ซึ่งคำกล่าวนี้ เป็นการเปรียบเทียบอาการตื่นตัวของหมีป่า ถ้ามันจมนมมันก็พร้อมสู้กับศัตรู ดังคำกล่าวที่ว่า “สุนัขจรตรอก” แต่ถ้ามันมองเห็นช่องทางหนีมันก็จะหลบเร้นออกจากการต่อสู้ นั่นคือพร้อมที่จะทำได้ทุกรูปแบบ

5. การคาดหวัง (expectancy) เป็นการตั้งความปรารถนาหรือการพยากรณ์ล่วงหน้าของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปตัวอย่างเช่น การที่คนงานคาดหวังว่าพวกเขาจะได้รับโบนัสประจำปีสัก 4-5 เท่าของเงินเดือน การคาดหวังดังกล่าวนี้ส่งผลให้พนักงานดังกล่าวกระปรี้กระเปล่า มีชีวิตชีวา ซึ่งบางคน

ก็อาจจะสมหวัง และมีอีกหลายคนที่มีผิดหวังในชีวิตจริงของเราโดยทั่วไป สิ่งที่เราคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นมักไม่ตรงกันเสมอไป ช่วงห่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ถ้าห่างกันมากก็อาจทำให้คนงานคับข้องใจ และเกิดปัญหาขัดแย้งอื่น ๆ ตามมา เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารงานจึงควรระวังในเรื่องดังกล่าวที่จะต้องมีการสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในกันและกัน การสร้างความหวังหรือการปล่อยให้พนักงานคาดหวังลม ๆ แล้ง ๆ โดยที่สภาพความเป็นจริงทำไม่ได้ อาจจะทำให้เกิดปัญหายุ่งยากที่คาดไม่ถึงในเวลาต่อไป ดังตัวอย่างที่เห็นได้จากการที่กลุ่มคนงานของบริษัทใหญ่บางแห่งรวมตัวกันต่อต้านผู้บริหารและเผาโรงงานเนื่องมาจากไม่พอใจที่ไม่ได้โบนัสประจำปีตามที่คาดหวังไว้ว่าควรจะได้

การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมอีกส่วนหนึ่งในองค์การถ้าได้มีการกระตุ้นให้พนักงานทำงานโดยวางแผนและเป้าหมาย ตั้งระดับของผลงานตามที่ควรจะเป็น อาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยยกระดับมาตรฐานของผลงานของพนักงาน ซึ่งเมื่อได้ผลงานดีขึ้นผู้บริหารก็พิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดว่าควรจะได้ เช่นนี้นับว่าได้รับประโยชน์พร้อมกันทั้งฝ่ายเจ้าของกิจการและผู้ปฏิบัติงาน

6. การตั้งเป้าหมาย (goal settings) เป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้น ในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพ ถ้าพนักงานหรือนักธุรกิจมีการตั้งเป้าหมายในการทำงาน จะส่งผลให้ทำงานอย่างมีแผนและดำเนินไปสู่เป้าหมายดังกล่าวเสมือนเรือที่มีหางเสือ ซึ่งในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นจะเห็นว่า มีคนบางคนที่ทำอะไรก็มักประสบความสำเร็จหรือไม่สำเร็จดังกล่าวอาจจะมีหลายประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลมากต่อความสำเร็จในการทำงาน คือการตั้งเป้าหมายในการทำงานแต่ละงานไว้ล่วงหน้า ซึ่งเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารงาน ควรสนับสนุนให้พนักงานทำงานอย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์การ และตัวของพนักงานเอง

ที่กล่าวมาทั้งหมดในเรื่องที่มาของแรงจูงใจ ซึ่งได้แก่ ความต้องการ แรงขับ สิ่งล่อใจ การตื่นตัว การคาดหวัง และการตั้งเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าค่อนข้างยากที่จะกล่าวอธิบายแต่ละเรื่องแยกจากกัน โดยเอกเทศ ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ตัวอย่างเช่น ความต้องการทำให้เกิดภาวะขาดสมดุลภายในร่างกายหรือจิตใจ มนุษย์อยู่ในภาวะขาดสมดุลไม่ได้ ต้องหาทางสนองความต้องการเพื่อให้เข้าสู่ภาวะสมดุล ส่งผลให้เกิดแรงขับหรือแรงผลักดันพฤติกรรม ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางมุ่งไปสู่เป้าหมาย เมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว แรงผลักดันพฤติกรรมก็ลดลง ภาวะสมดุลก็กลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง จากคำอธิบายดังนี้จะเห็นได้ว่าที่มาของแรงจูงใจหลายเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

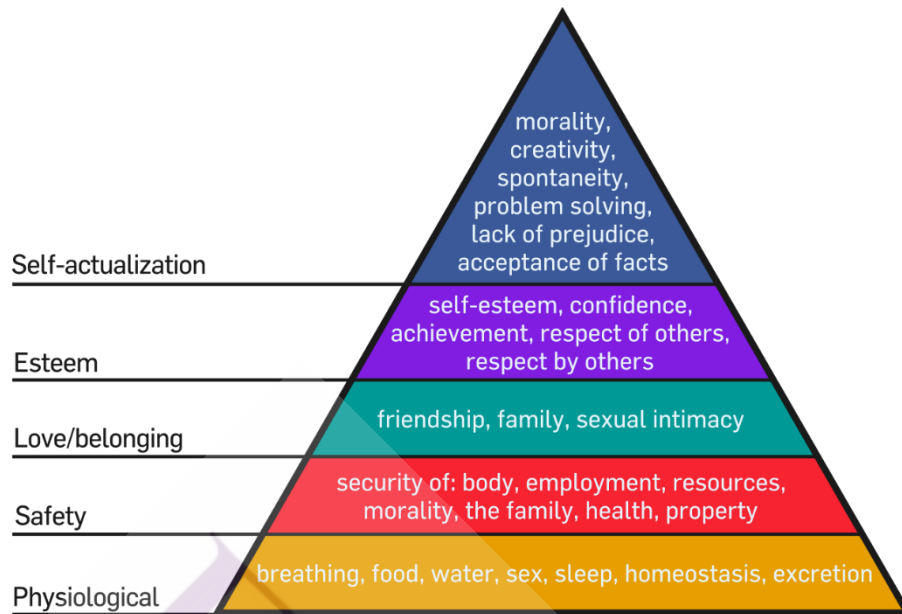
2.1.4 ทฤษฎีและการศึกษาเรื่องการจูงใจ

มีทฤษฎีและการศึกษาเรื่องการจูงใจเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งทฤษฎีและการศึกษาที่ว่าด้วยการจูงใจโดยตรง และทฤษฎีและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) เป็นนักจิตวิทยาในกลุ่มมนุษย์นิยมทฤษฎีของเขาได้ชื่อว่าทฤษฎีลำดับความต้องการ โดยอธิบายว่ามนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น ซึ่งพบว่าบุคคลมักดิ้นรนตอบสนองความต้องการขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว จึงแสวงหาความต้องการขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับ ในยุคแรกๆ ที่มาสโลว์ทำการศึกษาเขาแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ลำดับ ลำดับ 1-4 เป็นความต้องการระดับต้น ลำดับที่ 5 เป็นความต้องการระดับสูง

ภาพปิรามิดแสดงลำดับชั้นความต้องการ ตามแนวคิดของมาสโลว์ 5 ลำดับชั้นลำดับ 1-4 เป็นความต้องการระดับต้น หรือระดับขาดแคลน ลำดับที่ 5 เป็นความต้องการระดับสูงหรือระดับสร้างความสำเร็จแบบให้ชีวิต



ภาพที่ 2.1 ภาพปิรามิดแสดงลำดับชั้นความต้องการ ตามแนวคิดของมาสโลว์

จากภาพที่ 2.1 อธิบายลำดับชั้นความต้องการตามแนวคิดของมาสโลว์ ได้ดังนี้

ลำดับชั้นที่ 1 ความต้องการทางสรีระ (physical needs) คือความต้องการตอบสนองความหิว กระจาย ความเหนื่อย ความง่วง ความต้องการทางเพศ ความต้องการขับถ่าย ความต้องการมีกิจกรรมทางร่างกาย และความต้องการสนองความสุขของประสาทสัมผัส

ลำดับชั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) คือความต้องการการคุ้มครองปกป้องรักษา ความอบอุ่นใจ ความปราศจากอันตราย และต้องการหลีกเลี่ยงความวิตกกังวล

ลำดับชั้นที่ 3 ความต้องการความเป็นเจ้าของ และความรัก (belongingness and love needs) คือความอยากมีเพื่อน มีพวกพ้อง มีกลุ่ม มีครอบครัว และมีความรัก ชั้นนี้จัดเป็นความต้องการทางสังคม

ลำดับชั้นที่ 4 ความต้องการเป็นที่ยอมรับ ยกย่อง และเกียรติยศชื่อเสียง (esteem needs) คือความอยากมีชื่อเสียง มีหน้ามีตา มีคนยกย่องเลื่อมใส มีความเด่นดัง และต้องการความรู้สึกที่ดีของคนอื่นต่อตน

ลำดับชั้นที่ 5 ความต้องการใฝ่รู้ใฝ่เรียน (need to know and understand) คือความอยากรู้ อยากเข้าใจ อยากมีความสามารถ อยากมีประสบการณ์ สามารถแบ่งความต้องการออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) ความต้องการทางสุนทรียะ (aesthetic needs) ได้แก่ความต้องการด้านความดี ความงาม คุณธรรม และความละเอียดอ่อนทางจิตใจ

2) ความต้องการความสำเร็จ หรือความสำเร็จแบบในชีวิต (self actualization needs) ชั้นนี้ถือว่าเป็นความต้องการสูงสุดแห่งความเป็นมนุษย์ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องปูพื้นฐานให้บุคคลได้ตอบสนองความต้องการของตนในลำดับชั้นที่ 1 เป็นลำดับมาจนถึงระดับสูง หรือสร้างความรู้สึกรู้สึก “พอ” ในความเป็นเขาเสียก่อน ซึ่งบุคคลประเภทนี้มักได้รับ ประสบการณ์สูงสุด คือได้รับประสบการณ์เข้มข้นบางประการด้วยตนเอง จนตระหนักในสภาพความเป็นจริงแห่งชีวิต ซึ่งบางคนกล่าวว่าเข้าถึงปรัชญาชีวิต หรือสัจธรรมแห่งชีวิต

ความต้องการทั้ง 5 ลำดับขั้นตอนตามแนวคิดของมาสโลว์นั้น บุคคลจะกระทำการเพื่อสนองความต้องการลำดับแรกก่อน แล้วจึงดิ้นรนเพื่อสนองความต้องการถัดมาเป็นลำดับตัวอย่างพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร เช่น ตราบไคที่ค่าแรงยังไม่พอกิน (ความต้องการขั้นที่ 1) หรือตนต้องเผชิญสถานการณ์เสี่ยงภัยในหน้าที่ (ความต้องการขั้นที่ 2) ในภาวะดังกล่าวนี้ พนักงานอาจยังไม่คำนึงถึงความรัก การยอมรับ การยกย่องและเกียรติยศชื่อเสียง (ความต้องการขั้นที่ 4) หรือจะยังไม่ดิ้นรนเพื่อไฝ่หาความรู้ ความดี ความงาม หรือความสมบูรณ์แบบส่วนตัว (ความต้องการขั้นที่ 5) จึงเห็นได้ว่าคนบางคนกระทำในสิ่งที่สังคมไม่ยอมรับ เพื่อให้ความต้องการทางกาย ได้รับตอบสนอง เช่น เพื่อให้ท้องหายใจ เพื่อสนองความต้องการทางเพศ หรือเพื่อสะสมเงินทองเอาไว้ให้อุ่นใจว่าต่อไปภายหน้าจะได้มีกินมีใช้

ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Vroom Expectancy Theory)

วรูม (Victor H.Vroom) เป็นนักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยม (Cognitive Psychology) ที่ศึกษาวิจัยการทำงานของคนในโรงงานอุตสาหกรรม และได้สร้างทฤษฎีความคาดหวังไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1964 แม้คำอธิบายในทฤษฎีของวรูมอาจจะยังไม่สมบูรณ์ แต่ก็พบว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้มีการวิจัยต่อเนื่องมาอีกมากในเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม นักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยมนี้เชื่อในเรื่องของความคิดของบุคคลว่าเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรม หรือการกระทำ แม้จะมีเรื่องของผลรางวัล หรือสิ่งเร้าภายนอกตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจคือความคิดของบุคคล นักจิตวิทยาบางคนในกลุ่มนี้ศึกษาเรื่องการวางแผน บางคนศึกษาเรื่องการตั้งเป้าหมาย แต่สำหรับวรูมจะเน้นศึกษาเรื่องความคาดหวัง

คำอธิบายของวรูมเน้นใน 2 เรื่องด้วยกัน คือเรื่องค่านิยมในงานว่าทำงานแล้วคาดหวังว่าจะได้อะไร เช่น ทำงานให้ดี เพื่อหวังจะได้รับเงินเดือนเพิ่ม หรือบางคนหวังได้รับค่ายกย่อง ในที่นี้เงินและค่ายกย่องเป็นค่านิยม และอีกเรื่องที่เน้นคือแรงจูงใจซึ่งกำหนดทิศทางกระทำเพื่อให้ได้ตามค่านิยมของตน คือคาดหวังว่าจะได้ตามค่านิยม เป็นแรงจูงใจให้บุคคลใช้ความพยายามกระทำให้สำเร็จ และความสำเร็จของงานเกิดจากความพยายามบวกกับความสามารถของตน จากคำอธิบายดังกล่าวนี้ หลายคนเห็นว่าวรูมเน้นที่สิ่งจูงใจจากภายนอก คือความคาดหวังที่จะได้รับรางวัล ได้รับการยกย่อง ได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น ฯลฯ แต่ถ้ามองทัศนะของกลุ่มพุทธินิยม กลุ่มนี้จะกล่าวว่า ความคาดหวังซึ่งเป็นความคิดของบุคคล เป็นจุดสำคัญของแรงจูงใจ

การศึกษาของวรูมนับว่าเป็นประโยชน์และเป็นจุดเริ่มต้นให้มีการศึกษาค้นคว้าเรื่องแรงจูงใจในการทำงานอีกมาก ตัวอย่างการศึกษาที่น่าสนใจ เช่น ในปี ค.ศ.1976 กาลเบธ และคัมมิงส์ ได้นำวิธีการของเขาไปศึกษาการทำงานของคนงานคุมเครื่องจักรในโรงงานการผลิตเครื่องจักร พบว่าการที่คนงานทำงานสำเร็จได้ด้วยดีนั้น มีทั้งแรงจูงใจภายในและภายนอก แรงจูงใจภายนอกก็คือรางวัลหรือค่าตอบแทนเพิ่ม ส่วนแรงจูงใจภายในคือความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับความสำเร็จ และในปีเดียวกันนักวิจัยชื่อลิวเลอร์และพอร์ตเตอร์ ได้นำวิธีการของวรูมไปศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบุคคลในองค์กร ได้พบปัจจัยที่ส่งผลสู่ความสำเร็จของงานเพิ่มเติมจากที่วรูมได้ทำการศึกษาไว้ โดยวรูมได้กล่าวถึงปัจจัย 2 ตัว คือ ความพยายามกับความสามารถที่เมื่อผนวกกันเข้าก็ทำให้งานสำเร็จ แต่ลิวเลอร์และพอร์ตเตอร์ได้พบจากการศึกษาวิจัยของเขาว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้คนงานทำงานสำเร็จ ประกอบด้วย ความพยายาม ความสามารถ และการรับรู้บทบาท คือการที่บุคคลรับรู้บทบาท ซึ่งได้แก่การเข้าใจงานในหน้าที่ของตน จะเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจ

ให้ทำงานสำเร็จ นอกจากนั้นลอร์เลอร์และพอร์เตอร์ ยังเสนอแนะไว้ในการศึกษาของเธอว่า ในการให้รางวัลแก่ผู้ปฏิบัติ ควรเป็นไปโดยสัมพันธ์สอดคล้องกับความพยายามที่ผู้ปฏิบัติงานได้ลงทุนลงแรงในงานนั้น ๆ

แนวคิดในทฤษฎีของวรูม สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการทำงานของบุคคล เกิดจากความคิดของบุคคลในการตั้งความคาดหวังในสิ่งที่กระทำ ซึ่งความคาดหวังนั้นมักเป็นไปตามค่านิยมของตน ทำให้บุคคลพยายามทำให้ได้ หากสิ่งที่พยายามสอดคล้องกับความสามารถด้วย ก็จะเป็นแรงจูงใจที่เข้มข้นสำหรับบุคคล นอกจากนั้น ผลการศึกษาต่อเนื่องจากวรูมก็ช่วยสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว และยังได้ข้อสรุปเพิ่มขึ้นจากการที่บุคคลได้เข้าใจบทบาทการทำงานของตนเป็นอย่างดี จึงเห็นได้ว่า แนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลทำงาน คือการสร้าง ความคาดหวัง การให้ตระหนักในค่านิยมต่องาน การใช้ความพยายามการเสริมสร้างความสามารถในงาน และการช่วยให้บุคคลเข้าใจบทบาทของตนในงานนั้น ๆ

ทฤษฎีการจูงใจของแมคเกรเกอร์ (McGregor's Theory X and Theory Y)

Douglas McGregor เป็นศาสตราจารย์วิชาการบริหาร ณ สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา เขาทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการทำงานของมนุษย์ และได้สร้างทฤษฎีการจูงใจในการทำงาน เป็น 2 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎี X

ทฤษฎีนี้มองความเป็นมนุษย์ในแง่ไม่ดี สรุปแนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้ได้เป็น 3 ประการ คือ เห็นว่า โดยธรรมชาติของมนุษย์ที่แท้จริงนั้น มนุษย์ไม่ชอบทำงาน หากมีโอกาสหลีกเลี่ยงได้ก็พยายามหลีกเลี่ยง

จะเห็นว่าวิธีที่จะทำให้มนุษย์ทำงานได้นั้น ต้องใช้วิธีบังคับ ควบคุม ช่มชู้ สั่งการ และลงโทษ เพื่อให้ งานบรรลุวัตถุประสงค์

จะเห็นว่ามนุษย์ส่วนใหญ่ชอบเป็นผู้ตามมากกว่าผู้นำ และพยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ไม่ค่อยหวังความก้าวหน้า ทะเยอทะยานน้อย แต่สิ่งที่ต้องการมากเหนืออย่างอื่นคือ ความมั่นคงปลอดภัย

จากแนวคิดที่มองว่ามนุษย์ไม่ดีดังกล่าว จึงเห็นได้ว่าผู้ที่เชื่อตามแนวคิดของทฤษฎีนี้ หากจะมอบหมายให้ใครทำงานอะไร จึงต้องมีหัวหน้างานคอยควบคุม บังคับบัญชาเพราะเห็นว่าถ้าไม่มีหัวหน้าบังคับบัญชา หรือไม่มีใครมาชี้แจงสั่งการ งานก็มักไม่เดิน การที่มีหัวหน้ามาบังคับบัญชาในความหมายของกลุ่มนี้ คือ การว่ากล่าวและลงโทษ เหตุที่ต้องทำดังนี้ โดยมีเหตุผลว่าพื้นฐานของคนมักเกียจคร้านและขาดความรับผิดชอบ คือทฤษฎีในกลุ่มนี้จะมองมนุษย์ในแง่ลบเป็นส่วนใหญ่

2. ทฤษฎี Y

ทฤษฎีนี้มองความเป็นมนุษย์ในแง่ดี แนวคิดของทฤษฎีนี้ สรุปสาระสำคัญได้ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

โดยธรรมชาติของมนุษย์ส่วนใหญ่ มีความมานะ พยายามทั้งทางจิตใจและร่างกาย ความพยายามมีคู่กับความเป็นมนุษย์เช่นเดียวกับการพักผ่อนหรือการแสวงหาความเพลิดเพลิน มนุษย์มิได้รังเกียจการทำงาน เห็นว่างานช่วยสนองความต้องการของตน และเห็นว่าบางครั้งบางคราวที่มนุษย์จำต้องหลีกเลี่ยงงานนั้น น่าจะเนื่องมาจากลักษณะการควบคุมของหัวหน้างาน หรืออำนาจการควบคุมจากภายนอก

การทำให้ผลงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร อาจไม่จำเป็นต้องใช้การควบคุมและบังคับ การให้โอกาสคนงานได้ทำงานในบรรยากาศที่เขาเป็นตัวของตัวเอง และยอมรับในวัตถุประสงค์ของงานได้ จะส่งผลให้ งานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

มนุษย์โดยทั่วไปให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นกลุ่ม เป็นทีม เป็นคณะทำงานอยู่แล้ว ดังตัวอย่างที่บางประเทศ หรือบางท้องถิ่นที่นิยมมารวมกลุ่มทำงานด้วยกันที่เรียกว่า “ประเพณีลงแขก” ในสมัยโบราณ

มนุษย์มักยึดมั่นกับวัตถุประสงค์ของงาน เมื่อทำงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงาน เมื่อทำงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานแต่ละอย่าง จะเกิดความรู้สึกพอใจ สมใจ เกิดความพยายามในการทำงานมากขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การโดยส่วนรวม

มนุษย์เกิดการเรียนรู้จากสถานการณ์ที่เหมาะสมพร้อมต่อการยอมรับในความรับผิดชอบของตน และพร้อมต่อการแสวงหาความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ใครก็ตามที่หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ขาดความทะเยอทะยานและแสวงหาความมั่นคง ความปลอดภัยอย่างเดียว น่าจะไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริงของการกระทำนั้น ๆ น่าจะเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งผลักดันบางอย่าง

บุคคลในองค์การแต่ละคน มักมีคุณลักษณะในตัวด้วยกันทั้งนั้นในด้านความสามารถทางการคิด ความฉลาด การสร้างจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์

จะเห็นได้ว่าทฤษฎี Y ของแมคเกรเกอร์ ของมนุษย์ในแง่ดี จากแนวคิดที่มองมนุษย์ในแง่ดีดังกล่าว ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ก่อให้เกิดที่มาของหลักการด้านมนุษยสัมพันธ์ คือ ความเชื่อที่ว่ามนุษย์เป็นผู้ที่ชอบสังคม อยู่คนเดียวไม่ได้ ต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระบบสังคม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน นอกจากนั้นทฤษฎี Y นี้ ยังเน้นการพัฒนาตนเองของมนุษย์แต่ละคน มนุษย์มักรู้จักตนเองดี และรู้ขีดความสามารถของตน ผู้บังคับบัญชาควรมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อพนักงาน และควรสร้างสถานการณ์ที่เอื้อให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกรับผิดชอบ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานไปสู่เป้าหมาย ทั้งที่เป็นเป้าหมายส่วนบุคคล และเป้าหมายขององค์การ และทฤษฎีนี้ยังมีความคิดต่อระบบงานอุตสาหกรรมและงานธุรกิจในปัจจุบันด้วยว่า ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนมีโอกาสแสดงความสามารถของตนเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งในองค์การแต่ละแห่งควรให้ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสมากขึ้นในการได้แสดงความสามารถของตนให้มากที่สุด ซึ่งถ้าผู้บังคับบัญชาสร้างบรรยากาศให้ผู้ปฏิบัติงาน เกิดความรู้สึกรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสแสดงความสามารถได้เต็มที่ จะส่งผลต่องานขององค์การอีกหลายประการ ทั้งในแง่ผลงาน และความรู้สึกผูกพันกับองค์การ

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบอร์ก (Herzberg's Two Factor Theory)

Frederick Herzberg เป็นนักจิตวิทยาอีกผู้หนึ่งที่มุ่งมั่นศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน ผลงานของเขาในเรื่องนี้มีปรากฏแพร่หลายมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1966 และ ค.ศ.1968 ปัญหาที่เขาเฝ้าถามตนเองอยู่เสมอคือ ทำอย่างไรจะจูงใจคนในการทำงานได้เป็นอย่างดี เขาเห็นว่าค่าแรงต่ำทำให้คนงานไม่พอใจ แต่การให้ค่าแรงสูงก็ได้ทำให้คนงานอยากทำงานหนักขึ้น เงินไม่ใช่สิ่งจูงใจสูงสุดจะทำให้คนงานทำงานได้มากกว่าเดิม แม้เงินจะมีความสำคัญก็ตาม ขณะเดียวกันความมั่นคงและบรรยากาศที่ดีในองค์การก็มีใช้สิ่งจูงใจสูงสุดอีกเช่นเดียวกัน

ทฤษฎีของเฮร์ซเบอร์ก เน้นอธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ “ตัวกระตุ้น (motivators) และ “การบำรุงรักษา” (hygiene) สองปัจจัยดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างดี ซึ่งผู้บริหารองค์การ ควรพิจารณาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารคนและบริหารงาน

เฮร์ซเบอร์กได้ทำการศึกษาโดยสัมภาษณ์ความพอใจและไม่พอใจทำงานของนักบัญชีและวิศวกรจำนวน 200 คน จากโรงงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ 11 แห่ง ของเมืองพิตสเบิร์ก ผลการศึกษาของเขาสรุปได้ว่า ความพอใจในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีความแตกต่างกัน คือ การที่บุคคลพอใจในการทำงานมิได้หมายความว่าบุคคลนั้นมีแรงจูงใจในการทำงานเสมอไป ความพอใจในการทำงานส่งผลให้บุคคลไม่ค่อยคิดจะลาออกจากงานหรือไม่ค่อยมีความคิดจะนัดหยุดงาน แต่อาจไม่มีส่วนต่อการมุ่งมั่นทำให้งาน

เจริญก้าวหน้า แต่ถ้าคนงานผู้ใดมีแรงจูงใจในการทำงาน คนงานนั้นจะตั้งใจทำงานให้เกิดผลดี ทฤษฎีและการศึกษาของเฮอริชเบอร์ก ซึ่งให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านตัวกระตุ้นและการบำรุงรักษาที่มีต่อเจตคติในงานของผู้ปฏิบัติงาน ดังภาพ

ผลการศึกษาของเฮอริชเบอร์ก ที่แสดงให้เห็นผลของปัจจัยด้านตัวกระตุ้นและการบำรุงรักษาต่อเจตคติในงานของผู้ปฏิบัติงาน

ปัจจัย 2 ประการ คือ ตัวกระตุ้นและการบำรุงรักษาที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เฮอริชเบอร์กได้วิเคราะห์จากการศึกษาของเขา ดังนี้

1. ปัจจัยด้านจูงใจ

ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการกระตุ้น ทำให้บุคคลเกิดความพอใจ แต่แม้ว่าการไม่มีปัจจัยนี้ ก็ไม่ใช่สาเหตุที่ทำให้ไม่พอใจเสมอไป ตัวกระตุ้นประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการ ดังนี้

1) ความสำเร็จในการทำงาน หมายถึง การที่บุคคลในองค์กร ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่าง ดี มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิด ความรู้สึกพอใจและปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น

2) การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจะจากผู้บังคับบัญชาจากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงานการยอมรับนับถือจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ก่อให้เกิดถึงการยอมรับในความสามารถเมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

3) ลักษณะของงาน หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทลายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

4) ความรับผิดชอบในงาน หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้ได้รับผิดชอบงานและมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่

5) ความก้าวหน้าในงาน หมายถึง การที่พนักงานตระหนักว่าเขามีโอกาสในการเติบโต การจะได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น

6) โอกาสในการเติบโต หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการเรียนรู้และเต็มใจในการเพิ่มพูนความรู้ การพัฒนาให้เกิดทักษะใหม่ๆ รวมถึงการได้รับโอกาสในการฝึกอบรม เรียนรู้

2. ปัจจัยสุขอนามัย

ปัจจัยด้านนี้ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และรักษาเขาไว้ไม่ให้ออกไปทำงานที่อื่น เมื่อไม่ได้จัดให้พนักงานจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานของเขาการบำรุงรักษา ประกอบด้วยปัจจัย 10 ประการ ดังนี้

1) ค่าตอบแทนการทำงาน หมายถึง พนักงานรู้สึกว่าเป็นค่าตอบแทนการทำงาน มีความเหมาะสม

2) นโยบายแลการบริหาร หมายถึง พนักงานรู้สึกว่ายายจัดการมีการสื่อสารที่ดียิ่งกัพนักงาน พนักงานก็มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและนโยบายการบริหารงานบุคคล

3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน หมายถึง พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อหัวหน้างานของเขา

4) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หมายถึง พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อกลุ่มเพื่อนร่วมงาน

5) ภาวะการทำงาน หมายถึง พนักงานรู้สึกดีต่องานที่ทำและสภาพการณ์ของที่ทำงาน

- 6) ความสัมพันธ์กับลูกน้อง หมายถึง หัวหน้างานมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา
- 7) ความมั่นคง คือพนักงานมีความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัยในงานที่ปฏิบัติและงานมีความมั่นคง
- 8) สถานภาพ หมายถึง พนักงานรู้สึกว่างานของเขามีตำแหน่งหน้าที่ดี
- 9) ชีวิตส่วนตัว หมายถึง พนักงานรู้สึกว่างานของเขาทั้งด้านชั่วโมงการทำงาน การย้ายงาน ฯลฯ ไม่กระทบต่อชีวิตส่วนตัว

ไม่กระทบต่อชีวิตส่วนตัว

จากผลการศึกษาของเฮิร์ชเบอร์กดังกล่าวนี้ จึงเห็นได้ว่า ความพอใจและแรงกระตุ้นของพนักงานส่วนใหญ่เกิดจากลักษณะของงาน ดังนั้นองค์การจึงควรจัดให้มีองค์ประกอบด้านการกระตุ้นเกี่ยวกับงาน ซึ่งอาจทำได้หลายลักษณะด้วยกัน วิธีที่ยอมรับกันมากวิธีหนึ่ง คือการกระจายงาน แนวทางการกระจายงาน อาจทำได้หลายแนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 ลดการเข้มงวดกับพนักงาน และเปิดโอกาสให้พนักงานใช้เหตุผลและความรับผิดชอบในงานของเขาให้มากขึ้น

แนวทางที่ 2 จัดให้พนักงานทำงานรวมกันเป็นหน่วยเดียวที่มีความสมบูรณ์ในตัวมากกว่าที่จะแยกกันทำงานตามลำพังเป็นส่วน

แนวทางที่ 3 ให้อำนาจพนักงานมากขึ้นในการตัดสินใจและการปฏิบัติ และให้คนงานมีอิสระบ้างในการดำเนินงาน

แนวทางที่ 4 จัดให้มีการประชาสัมพันธ์รายงานผลผลิตต่อพนักงานผู้ปฏิบัติโดยตรงอย่างสม่ำเสมอ และบ่อย ๆ มากขึ้น เพื่อให้พนักงานรับรู้ผลงานของตน แทนที่จะรายงานต่อผู้ตรวจงานของพนักงานเท่านั้น

แนวทางที่ 5 กระตุ้นให้พนักงานลองทำงานใหม่ๆ และงานที่มีความยากมากขึ้นซึ่งจะสร้างแรงจูงใจให้พยายาม และก้าวหน้ามากขึ้น

แนวทางที่ 6 มอบงานพิเศษให้ทำ เพื่อพนักงานจะได้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างอาจเป็นด้านปฏิบัติหรือกระบวนการทำงาน หรือการพัฒนาการคิดในตัวพนักงานแต่ละคน

แนวทางการกระจายที่กล่าวมานี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างการเจริญเติบโตของพนักงาน ให้เกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จ ความรับผิดชอบ การยอมรับ และการให้ข้อมูลย้อนกลับ หรือให้ได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงานของเขา และการกระจายงานยังช่วยสนองความต้องการของพนักงาน ก่อให้เกิดการจูงใจในการทำงานและช่วยให้พนักงานได้รับการยอมรับในผลงานของเขาได้ด้วย

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่า ในการบริหารงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้บุคลากร ผู้บริหารควรเน้นปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เช่น การมอบงานให้รับผิดชอบมากขึ้น การส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน เป็นต้น ส่วนปัจจัยด้านการบำรุงรักษาก็ควรต้องให้ความสนใจด้วยแต่มีใช้เน้นเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน หากแต่เป็นไปเพื่อป้องกันมิให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความไม่พอใจในการทำงาน ถ้าทำได้เพียงเท่านี้ก็นับว่าน่าพอใจแล้ว

ทฤษฎีและการศึกษาเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ (McClelland's Need Achievement Theory)

นักจิตวิทยาที่ศึกษาเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่สำคัญมี 2 คน คือ เดวิด แมคคลีแลนด์ และจอห์น แอทคินสัน ซึ่งเน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ มิได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการทำงานที่ดี ทำงานนั้นให้ดีที่สุด และทำได้สำเร็จเมื่อทำได้สำเร็จแล้วจะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นให้สำเร็จต่อไป ซึ่งจากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าพนักงานในองค์กรนั้น ถ้ามีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไม่ว่าจะเป็น

พนักงานระดับใด มักจะก้าวหน้าได้รวดเร็ว ในที่นี้จะกล่าวถึงทฤษฎีจากการศึกษาค้นคว้าของแมคคลีแลนด์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและกล่าวถึงกันโดยทั่วไป

จากผลการศึกษาวิจัย แมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ว่าประกอบด้วยลักษณะต่อไปนี้ คือมีความต้องการรับผิดชอบมาก ไม่เกียจงาน และเมื่อเผชิญอุปสรรคก็มักค้นหาวิธีแก้ปัญหาให้ได้ ไม่ยอมแพ้ปัญหา ในองค์การที่มีพนักงานลักษณะนี้มักเป็นพนักงานที่ทำงานคนเดียว หรือถ้าจะเลือกผู้ร่วมงานเขามักเลือกผู้มีความสามารถ ไม่เลือกโดยคำนึงถึงความเป็นพรรคพวกเดียวกัน ไม่เล่นพวก

มีความต้องการผลสำเร็จสูง พนักงานลักษณะนี้มักตั้งเป้าหมายให้สูงเข้าใจและพอใจกับการทำงาน ทำทนายความสามารถเพื่อให้ถึงเป้าหมายนั้นให้ได้ ไม่กลัวเหนื่อย ไม่คิดว่าตนทำงานมากกว่าคนอื่น

มีความต้องการรับทราบผลการกระทำของตน พนักงานลักษณะนี้จะกระหายใคร่รู้ความคิดของคนอื่น มาก เขาอยากรู้ว่าคนอื่นคิดอย่างไรหรือรู้สึกอย่างไรกับผลงานของเขาและอยากรู้ว่าสิ่งที่เขาทำส่งผลกระทบต่อของส่วนรวมหรือผู้อื่นอย่างไร ถ้าไม่ได้รับทราบจะกังวลใจ ถ้าทราบว่าให้ผลดีจะพึงพอใจและเป็นแรงกระตุ้นให้กระทำอย่างอื่นต่อไป ด้วยคุณลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง 3 ประการดังกล่าว เมื่อแมคคลีแลนด์ ทำการศึกษา

พนักงานในองค์การที่มีลักษณะที่ว่านั้นว่าพนักงานเหล่านี้เมื่อทำงานสำเร็จแล้ว เขาต้องการผลตอบแทนอย่างไร ผลการศึกษาพบว่าพนักงานไม่ต้องการแรงจูงใจอื่นใดอีกเพราะเขามีของเขาอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ต้องการให้องค์การจัดกระทำ คือ สภาพการทำงานที่เหมาะสมที่เอื้อให้เขาทำงานได้สำเร็จ ซึ่งจากการศึกษาของแมคคลีแลนด์และคนอื่น ๆ ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจในเรื่องความต้องการของพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง คือ พนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการการทำงานที่มีลักษณะ 3 ประการด้วยกัน ดังนี้คือ

ประการที่ 1 พนักงานต้องการที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเป็นส่วนเฉพาะของเขา เขามีอิสระที่จะตัดสินใจ และแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง

ประการที่ 2 พนักงานต้องการงานที่มีระดับยากง่ายพอดี ไม่ง่ายเกินไป หรือยากเกินไปไปกว่าความสามารถของเขา เขาเห็นว่า ถ้ายากเกินไปก็ประสบความสำเร็จระดับต่ำ ถ้ายากเกินไปก็อาจทำไม่สำเร็จ

ประการที่ 3 พนักงานต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องของการได้รับทราบผลงาน และความก้าวหน้าของเขา คือ ต้องการให้มีการสนับสนุนงานนั้น ๆ ให้ดำเนินไปได้ตลอดต้องการการยอมรับในระดับที่พอดีในภาพรวมของผลงาน และโดยต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อให้เขาได้มีโอกาสแสดงผลงานได้เรื่อย ๆ เพื่อให้เห็นความก้าวหน้าและพิสูจน์ตนเอง

จากการศึกษาของแมคคลีแลนด์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการจัดสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงานของพนักงานในองค์การเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการทำงานของพนักงานช่วยให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สำหรับพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง เงินเดือนหรือค่าตอบแทน หรือรางวัลเป็นสิ่งของอาจไม่สามารถดึงดูดใจเขาได้พอ สิ่งที่เขาต้องการคือลักษณะของงานที่เปิดโอกาสให้เขาได้รับความสำเร็จ

ทฤษฎีแรงจูงใจไร้สำนึกของฟรอยด์ (Freud' Psychoanalytic Theory)

ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดของกลุ่มจิตวิเคราะห์ ซึ่งมีฟรอยด์ (Sigmund Freud) เป็นผู้นำ ฟรอยด์มีความเห็นว่า “เพศ” และความก้าวร้าว เป็นแรงขับให้เกิดพฤติกรรม เพศเป็นแรงผลักดันขั้นพื้นฐานของพฤติกรรมทุกอย่าง ส่วนความก้าวร้าว นั้นมักเกิดภายหลังแรงผลักดันทางเพศ โดยแรงผลักดันทางเพศทำให้เกิดพฤติกรรม พฤติกรรมที่ได้รับผลไม่เป็นที่พึงพอใจทำให้เกิดความคับข้องใจ ความคับข้องใจทำให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวตามมา

ทฤษฎีนี้ได้ชื่อว่าทฤษฎีแรงจูงใจไร้สำนึก เนื่องจากเห็นว่าจิตไร้สำนึก (unconscious mind) เป็นสิ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมมากที่สุด เช่น ตัวอย่างพฤติกรรมพลั้งเผลอของพนักงาน เมื่อถูกมอบหมายงานให้ทำงานบางอย่างแล้วลืมนำ เมื่อถูกทวงถามและพนักงานต้องการพูดว่า “ขอโทษ เสียใจมากที่ลืมนำ” ก็อาจกลายเป็น “ขอโทษ ดีใจมากที่ลืมนำ” ตามสิ่งผลักดันจากจิตไร้สำนึก ตัวอย่างเหล่านี้ย่อมก็เป็นแนวคิดแก่ผู้บริหารหรือผู้ทำงานธุรกิจในการให้ความสนใจผู้ทำงานด้วยกัน ใครที่ลืมนำงานอะไรบ่อย ๆ อาจเพราะไม่ชอบงานนั้นก็ได้

ทฤษฎีการจูงใจที่เนื่องมาจากสิ่งเร้าของกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Stimulus-Response Theory)

ทฤษฎีการจูงใจที่เนื่องมาจากสิ่งเร้าส่วนใหญ่เป็นของนักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมผู้นำสำคัญในเรื่องนี้คือสกินเนอร์ (B.F Skinner) ซึ่งเชื่อว่าสิ่งเร้าเป็นตัวควบคุมพฤติกรรม นอกจากจะให้ความสำคัญกับสิ่งเร้าแล้ว ยังเน้นความสำคัญของการใช้ตัวเสริมแรงหรือแรงเสริม โดยเห็นว่าทำให้เกิดพฤติกรรมที่มีความคงทนถาวร คำว่า “ตัวเสริมแรง” หรือ “แรงเสริม” เป็นสิ่งที่บุคคลชอบและต้องการ ซึ่งบุคคลได้รับภายหลังจากที่มีพฤติกรรมที่พึงปรารถนา เมื่อได้รับแรงเสริมจากพฤติกรรมดังกล่าวบุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมแบบเดิมอีกในเวลาต่อไป ตัวอย่างเช่น พนักงานในองค์การที่ทำยอดปริมาณงานได้สูงและมีคุณภาพแล้วได้รับรางวัล เขามีแนวโน้มจะทำงานให้ได้อีกในเวลาต่อไป ดังนั้นเทคนิคการจูงใจตามทฤษฎีนี้ คือ ต้องใช้สิ่งเร้าภายนอกที่เหมาะสมทำให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นคำชักชวน เป็นงานท้าทายที่มอบให้ทำ ฯลฯ และเมื่อเกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนาแล้วก็ให้แรงเสริมกับพฤติกรรมนั้น เพื่อให้แสดงพฤติกรรมที่ดีนั้น ๆ อีกในเวลาต่อไป คำว่าแรงเสริมนั้นอาจจะเป็นอะไรก็ได้ที่บุคคลต้องการซึ่งไม่สามารถระบุแน่นอนได้ ทั้งนี้โดยขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลอาจเป็นคำชม เป็นการแสดงความสนใจ ยอมรับ การยกย่อง การให้เกียรติ หรืออาจเป็นการให้รางวัลเป็นสิ่งของ เงินค่าตอบแทน หรือตำแหน่งงาน ฯลฯ

ทฤษฎีและการศึกษาเรื่องการจูงใจที่กล่าวมาในที่นี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งจากทฤษฎีและการศึกษาเรื่องการจูงใจจำนวนมาก โดยเลือกนำมากล่าวเพื่อให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจเรื่องการจูงใจในลักษณะที่จะเลือกนำไปประยุกต์ใช้ในงานได้เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะต้องเลือกไปใช้ให้เหมาะสมกับบุคคลและสถานการณ์ในทฤษฎีและการศึกษาบางเรื่อง อาจไม่ถึงขั้นเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานได้ อาจเป็นแต่เพียงช่วยให้ผู้ศึกษาได้แนวทางสร้างบรรยากาศที่ดีและเหมาะสมต่อการทำงาน ซึ่งก็นับว่าเป็นการประยุกต์ทฤษฎีและการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในงานได้อีกส่วนหนึ่ง

2.1.5 การประยุกต์ความรู้เรื่องการจูงใจไปใช้ในงาน

การจูงใจมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมและการทำงานของบุคคล บุคคลที่ปรารถนาความก้าวหน้าในองค์การ จึงควรให้ความสนใจกับการประยุกต์ความรู้เรื่องการจูงใจไปใช้ประโยชน์ในงาน เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดแก่พนักงานและเกิดแก่ตนเองด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ แนวทางการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

ข้อควรคำนึงในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

ทฤษฎีและการศึกษาเรื่องแรงจูงใจมีหลายลักษณะ การที่จะนำแนวคิดของแต่ละทฤษฎีหรือผลการศึกษาแต่ละเรื่องไปใช้ประโยชน์ในการสร้างแรงจูงใจในงาน จึงทำได้ในแง่มุมที่ต่าง ๆ กันไป แต่ก็จะมีบางส่วนที่เหมือนกันอยู่บ้างแม้จะไม่เหมือนกันทั้งหมด ในขั้นตอนของการประยุกต์ใช้นี้ ผู้นำไปใช้จะต้องเลือกให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มบุคคลที่เราจะไปสร้างแรงจูงใจให้เกิดแก่เขา ถ้าเลือกวิธีการไม่เหมาะสมแรงจูงใจก็ย่อมไม่เกิด ในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้บุคคล มีสิ่งที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้ (ณัฐพัชร์ ลาภบำรุงวงศ์, 2562)

1. การประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎี X ทฤษฎี Y ของ McGregor การประยุกต์แรงจูงใจของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของบุคคลคือความเข้าใจลักษณะของบุคคลที่ได้แบ่งพฤติกรรมเป็น 2 แบบ ดังที่ McGregor ได้กล่าวถึงสมมติฐานของมนุษย์แบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ ทฤษฎี X เกี่ยวข้องกับสมมติฐานในทางลบของบุคคลที่มีความเชื่อว่า พนักงานมักจะไม่ชอบการทำงานและหลีกเลี่ยงทำงานอยู่เสมอ ทฤษฎี Y เป็นสมมติฐานในทางบวกที่มีสมมติฐานว่าพนักงานจะทำงานด้วยตนเองพนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การได้ McGregor เชื่อว่าบุคคลที่มีพฤติกรรมตามสมมติฐานแบบทฤษฎี X คือพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่เป็นต้น ส่วนทฤษฎี Y คือ พฤติกรรมในทางที่ดี ตัวอย่างเช่น ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบ เป็นต้น

2. การประยุกต์การจัดการด้านการติดต่อสื่อสาร (Management Communication) การประยุกต์พื้นฐานในแรงจูงใจ คือการที่ผู้บริหารมีการสื่อสารที่ดีระหว่างสมาชิกในองค์การผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพในด้านการสื่อสารที่ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ และรับรู้ในเรื่องของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันและรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัยในการทำงานการมีส่วนร่วม การประชุม การประกาศให้ทราบ ข้อมูลต่าง ๆ อาจใช้เทคโนโลยีการสื่อสารภายในองค์การ

3. การออกแบบงานเพื่อแรงจูงใจ (Designing Motivating Jobs) การออกแบบงานเป็นแรงจูงใจเพื่อให้รางวัลเป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่ดี โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญของการให้รางวัลคือเพื่อจูงใจบุคลากรที่มีคุณสมบัติมีความสามารถเข้าร่วมงานในองค์การ เพื่อรักษาบุคลากรให้ทำงานต่อไปและเพื่อกระตุ้นให้พนักงานบรรลุเป้าหมายสูงสุด

ดังนั้น การออกแบบโดยแรงจูงใจ เพื่อให้ได้รางวัลนั้นมีการแบ่งออกเป็น 2 รางวัล คือ 1) รางวัลภายนอก ประกอบด้วย รางวัลทางการเงิน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา โบนัส และรางวัลที่เป็นสวัสดิการ ประโยชน์เกื้อกูลกัน เช่น การให้บำเหน็จ บำนาญ การรักษาพยาบาล 2) รางวัลภายใน ประกอบด้วย รางวัลที่ได้กับพนักงาน เช่น การเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น การท างานให้บรรลุความสำเร็จต่าง ๆ ตามเป้าหมาย ทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจ การพัฒนาศักยภาพ เป็นต้นการออกแบบงานต่อไปนี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจภายในได้ด้วยงานที่มีลักษณะดังนี้

1) การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation) หมายถึง การหมุนเวียนเปลี่ยนหน้าที่ในการทำงานปกติประจำวันไปเป็นการทำงานอื่น ทำให้พนักงานได้เกิดการเรียนรู้งานและลดการเบื่อหน่ายจากการทำงานประจำวัน พนักงานทำงานที่แตกต่างกันและได้เรียนรู้การทำงานมากขึ้น

2) การขยายขอบเขตของงาน (Job Enlargement) หมายถึง การมอบหมายให้พนักงานทำงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานมีขอบเขตการทำงานมากขึ้นหลายงาน ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจสูง โดยการให้พนักงานทำงานมากขึ้นมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

3. การเพิ่มคุณค่าในงาน (Job Enrichment) หมายถึง การจูงใจพนักงานโดยการให้ทำงานในระดับที่สูงขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น ทำให้งานมีคุณค่ามากขึ้น ตัวอย่างเช่น มีการใช้อำนาจหน้าที่ได้ เป็นการเพิ่มแรงจูงใจและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่พนักงาน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน

2.2.1 ความหมายของค่านิยม

ค่านิยม เป็นความคิด พฤติกรรมและสิ่งอื่นที่คนในสังคมหนึ่งเห็นว่า มีคุณค่า จึงยอมรับมาปฏิบัติ และวางแผนไว้ระยะหนึ่ง ค่านิยมมักเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยและความคิดเห็นของคนในสังคม (ก่อ สวัสดิ์พานิช, 2535)

ค่านิยม หมายถึงการยอมรับนับถือและพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คนหรือกลุ่มคนในสังคม มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นวัตถุ ความคิดหรือการกระทำในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม ทั้งนี้ ได้มีการประเมินค่าจากทัศนคติต่างๆ โดยรอบคอบแล้ว (พนัส หันนาคินทร์, 2537)

ค่านิยมเป็นแรงจูงใจอันสำคัญที่มีต่อจุดมุ่งหมายในชีวิตจุดมุ่งหมายใดของชีวิตได้มาแล้วคุ้มค่า เราจะกล่าวว่าจุดมุ่งหมายนั้นมีค่านิยมสูง ถ้าจุดมุ่งหมายใดได้มาแล้วไม่คุ้มค่า จุดมุ่งหมายนั้นมีค่านิยมในระดับต่ำ สิ่งใดที่บุคคลพยายามหลีกเลี่ยง แสดงว่า บุคคลนั้นมีค่านิยมที่ไม่ดีหรือมีค่านิยมในทางลบต่อสิ่งนั้น ค่านิยมจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล (Ruch, 1992)

ค่านิยมเป็นเจตคติและความเชื่อที่ฝังลึกในชีวิตของบุคคลและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในทุกด้าน จากพฤติกรรมที่เห็นได้ง่าย อาทิเช่น การแต่งกายไปจนถึงพฤติกรรมที่ซับซ้อน อาทิเช่น การแสดงความคิดเห็น การเลือกคู่ครอง ความยุติธรรม เป็นต้น (Miller, 1995)

Phenix (1992) ให้นิยามว่า “ค่านิยมคือความชอบ ความสามารถจำแนกให้เห็นความแตกต่างของความชอบกับกับความไม่ชอบได้โดยการประเมินผล”

2.2.2 ลักษณะของค่านิยม

จำแนกลักษณะของค่านิยม โดยการพิจารณาตามลักษณะการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมด้านต่าง ๆ ออกเป็น 6 ประเภท (E. Spranger, 1928)

1. ค่านิยมทางทฤษฎีหรือวิชาการ (Theoretical Value) ได้แก่ ค่านิยมที่จะศึกษาหาความรู้ความจริง เหตุผล และการรวบรวมจัดระบบความรู้

2. ค่านิยมทางเศรษฐกิจ (Economic Value) เป็นค่านิยมที่ทำให้บุคคลแสวงหาประโยชน์ทรัพย์สินและความมั่นคง

3. ค่านิยมทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) เกี่ยวข้องกับความชื่นชม พึงพอใจในความงามความเหมาะสม และความกลมกลืนกันในลักษณะต่างๆ

4. ค่านิยมทางสังคม (Social Value) ได้แก่ความรักเพื่อนมนุษย์ ความต้องการที่จะทำประโยชน์ให้เพื่อมนุษย์

5. ค่านิยมทางการเมือง (Political Value) คือ ความนิยมอำนาจอิทธิพลและชื่อเสียง

6. ค่านิยมทางศาสนา (Religious Value) ได้แก่ ความเชื่อและความยึดถือในศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือจุดมุ่งหมายอันสูงสุดในจักรวาลจากลักษณะข้างต้นอาจกล่าวได้ว่าค่านิยมที่แท้เป็นค่านิยมที่ผ่านการเลือกมาอย่างดีและเมื่อเลือกแล้วก็ถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอด้วยความมั่นใจความภูมิใจ

จากค่านิยมต่าง ๆ เหล่านี้พอจะสรุปได้ว่าค่านิยมนั้น เป็นความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลพิจารณาแล้วว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและมีคุณค่า จึงนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในสถานการณ์ต่าง ๆ กันอิทธิพลของค่านิยมที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคล

สุพัตรา สุภาพ (2543) ได้กล่าวถึงค่านิยมสังคมเมืองและค่านิยมสังคมชนบทของสังคมไทยไว้ค่อนข้างชัดเจน โดยแบ่งค่านิยมออกเป็นค่านิยมของคนในสังคมเมืองและสังคมชนบทซึ่งลักษณะค่านิยมทั้งสองลักษณะจัดได้ว่าเป็นลักษณะของค่านิยมที่ทำให้เกิดอิทธิพลต่อค่านิยมที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคล

2.2.3 ประเภทของค่านิยม

การแบ่งประเภทของค่านิยมกระทำได้หลายวิธี แล้วแต่ว่าผู้แบ่งจะยึดอะไรเป็นพื้นฐานในการการแบ่ง ไม่มีการแบ่งที่เป็นการตายตัวอย่างเพียงอย่างเดียว ถ้าผู้แบ่งยึดถือพระผู้เป็นเจ้าหรือพระศาสดาเป็นหลักสำคัญ ก็อาจจะแบ่งค่านิยมออกได้ เป็น 2 ประเภท (สาโรธ บัวศรี, 2527)

1. ค่านิยมที่เป็นศีลธรรม (Morality) หมายถึงค่านิยมที่เป็นศีล และธรรมโดยเฉพาะหรือได้แก่ Moral Values และ Ethical Values โดยเฉพาะ ซึ่ง ถือเอาพระศาสดาหรือพระผู้เป็นเจ้าได้กำหนดไว้ให้แล้ว

2. ค่านิยมที่เป็นข้อตกลง (Convention) หมายถึงค่านิยมที่ประชาชนในชาติได้ตกลงเห็นชอบกำหนดกันขึ้นเองไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม ตามยุคตามสมัย ได้แก่ธรรมเนียมประเพณีอุดมการณ์ วินัย กฎหมาย ฯลฯ

แต่ถ้าแบ่งยึดถือเอาวิชาชีพ (Profession) เป็นหลักสำคัญก็อาจจะแบ่งค่านิยมออกเป็น 2 ประเภท เช่นกัน คือ

1. ค่านิยมพื้นฐาน (Basic Values) ประกอบด้วยค่านิยมดังต่อไปนี้

- 1) ศีลธรรม (Moral Values)
- 2) คุณธรรม (Ethical Values)
- 3) ธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม (Cultural Values)
- 4) กฎหมาย (Legal Values)

2. ค่านิยมวิชาชีพ ประกอบด้วยค่านิยมต่อไปนี้

อุดมการณ์ประจำวิชาชีพของตน เช่น นักการศึกษา อาจมีอุดมการณ์ 3 ประการ คือวิชาการ วิจัย การใช้ความคิดใหม่

- 1) วินัยประจำวิชาชีพของตน
- 2) มารยาทประจำวิชาชีพของตน
- 3) พระราชบัญญัติประจำวิชาชีพของตนโดยเฉพาะ

นอกจากนี้ยังมีนักสังคมวิทยาได้จำแนกลักษณะของค่านิยมตามกลุ่มคน โดยพิจารณาจำแนกเป็นระดับบุคคล กลุ่มคน และสังคม หรือถ้าผู้จำแนกยึดถือลักษณะของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเสมอ อาจจำแนกลักษณะของค่านิยมออกเป็นค่านิยมที่มีลักษณะยั่งยืนถาวรหรือเปลี่ยนแปลงกับค่านิยมที่มีลักษณะระดับของความสำคัญมากน้อย หรือลักษณะของค่านิยมที่เป็นความเชื่อ

ค่านิยมนั้นกล่าวกันโดยทั่วไปว่ามี 2 ประเภท คือ ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมของสังคม (ทิตานา, 2542)

1. ค่านิยมส่วนบุคคล ค่านิยมส่วนบุคคลเป็นการตัดสินใจเลือกในสิ่งหรือสถานการณ์ที่ตนต้องการหรือพอใจนั้นถือว่าเป็นค่านิยม (Value) ของบุคคลนั้น เช่น นายแดง อยากรับคนชั้นชั้นแข็งเอาการเอางาน

นายแดงก็จะปฏิบัติตามตามพื้นฐานของความคิดของตนเอง เพราะฉะนั้น นายแดงจะมีค่านิยมของความขยันขันแข็งและแสดงความเป็นคนขยันออกมา

2. ค่านิยมของสังคม ซึ่งนักวิชาการได้แสดงทัศนะไว้ต่าง ๆ กันดังนี้ ค่านิยมของสังคม คือ การรวมค่านิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม กล่าวคือ สมาชิกของสังคมส่วนใหญ่นิยมส่ง หรืออยากจะปฏิบัติตนในสถานการณ์นั้น ๆ อย่างไร สิ่งหรือสถานการณ์นั้น ๆ ก็กลายเป็นค่านิยมของสังคม ของสังคมนั้น ขอยกตัวอย่าง เช่น ในสถานการณ์ที่ผิวเมียบตบตีกัน สมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมอยากสอดรู้สอดเห็นถึงความเดือดร้อนของคนอื่นจึงได้ไปมุงดู การมุงดูก็เป็นค่านิยมของสังคมนั้น

ค่านิยมของสังคม หมายถึง สิ่งที่น่าสนใจ สิ่งที่คุณปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเห็นหรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คุณถือว่าเป็นสิ่งบังคับ ต้องทำต้องปฏิบัติ เป็นสิ่งที่คนบงกชยักย่อง และมีความสุขจะได้เห็น ได้ฟังได้เป็นเจ้าของ

ค่านิยมของสังคม หมายถึง ค่านิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมกล่าวคือสมาชิกของสังคมส่วนใหญ่ยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม หรือควรแก่การปฏิบัติสิ่งหรือสถานการณ์นั้น ๆ ก็จะกลายเป็นค่านิยมของสังคมนั้น ๆ ค่านิยมออกเป็น 2 ระดับคือ (ชญาสิทธิ์ กุศลรัตนมณีพร และคณะ, 2555)

1. ค่านิยมในทางปฏิบัติ (Pragmatic values) เป็นหลักของศีลธรรมที่ตั้งอยู่บนรากฐานที่ว่าตนในสังคมต้องพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้นค่านิยมจึงประณาม สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกแยกในสังคม เช่น การคดโกง การทำร้ายกัน และยกย่องพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น ความขยันขันแข็ง ความซื่อสัตย์

2. ค่านิยมอุดมคติ (Ideal values) ซึ่งมีความลึกซึ้งกว่าค่านิยมในทางปฏิบัติ เช่นศาสนาคริสต์สอนว่าให้คนรักเพื่อนบ้านเหมือนกับรักตนเอง ซึ่งน้อยคนที่จะปฏิบัติตามได้ แต่ค่านิยมระดับนี้ก็มีความสำคัญในการทำให้คนเห็นแก่ตัวน้อยลง

2.2.4 ความสำคัญของค่านิยม

อาจกล่าวได้ว่าค่านิยมมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ค่านิยมบางอย่างได้สร้างแก่นของวัฒนธรรมนั่นเอง เช่น ค่านิยมเรื่องรักอิสระเสรีของสังคมไทย ทำให้คนไทยมีพฤติกรรมที่ “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้” เพราะฉะนั้นค่านิยมจึงมีความสำคัญมากและมีผลกระทบต่อความเจริญหรือความเสื่อมของสังคม กล่าวคือสังคมที่มีค่านิยมที่เหมาะสมและถูกต้อง เช่น ถ้าสังคมใดยึดถือค่านิยมเรื่องความซื่อสัตย์ ความขยันหมั่นเพียร ความเสียสละ หรือความสามัคคี สังคมนั้นย่อมจะเจริญก้าวหน้าแน่นอนแต่ในทางกลับกัน ถ้าสังคมใดมีค่านิยมที่ไม่สนับสนุนความเจริญ เช่น ค่านิยมที่เชื่อเรื่องโชคชะตาที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมไม่กระตือรือร้น หรือเฉื่อยชา ซึ่งจะเป็นอุปสรรคในการพัฒนา เป็นต้น

2.2.5 อิทธิพลของค่านิยมต่อตัวบุคคล

ค่านิยมไม่ว่าจะเป็นของบุคคลหรือค่านิยมของสังคม จะมีอิทธิพลต่อตัวบุคคล ดังนี้ คือ(สุนทรีย์ โคมิน และ สนิท สมัครการ, 2522)

1. ช่วยให้คุณตัดสินใจว่าสิ่งใดผิด สิ่งใดถูก ดีหรือไม่ดี มีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่าควรทำหรือไม่ควรทำ
2. ช่วยให้คุณในการกำหนดท่าทีของตนต่อเหตุการณ์ที่ตนต้องเผชิญ
3. ช่วยสร้างมาตรฐาน และแบบฉบับจากการประพฤติปฏิบัติของบุคคล
4. มีอิทธิพลเหนือบุคคลในการเลือกคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น และเลือกกิจกรรม

ทางสังคม ซึ่งตนจะต้องเข้าไปร่วมด้วย

5. ช่วยให้คุณกำหนดความคิดและแนวทางปฏิบัติ

6. ช่วยเสริมสร้างหลักศีลธรรม ซึ่งบุคคลจะใช้ในการพิจารณา การกระทำของตนอย่างมีเหตุผล

2.2.6 แง่คิดเกี่ยวกับค่านิยม

1. โดยปกติแล้วบุคคลมักจะมีค่านิยมในเรื่องเดียวกันหรือสิ่งเดียวกัน แตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะแต่ละบุคคลมีความรู้ ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมไม่เหมือนกัน แต่บุคคลก็อาจจะมีค่านิยมในบางเรื่องตรงกันได้ เรียกว่า ค่านิยมร่วม (shared values) ซึ่งส่วนมากมักได้มาจากอิทธิพลของศาสนา

2. มนุษย์เรามักจะชอบคบหาสมาคมกับบุคคลที่ยึดถือค่านิยมอย่างเดียวกัน

3. ค่านิยมบางอย่างได้กลายมาเป็นกฎหมายเช่น ค่านิยมในเรื่องเสรีภาพก่อให้เกิดกฎหมายเกี่ยวกับเสรีภาพส่วนบุคคล

4. ค่านิยมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา กล่าวคือ ค่านิยมบางอย่างอาจเสื่อมความนิยมไป หรืออาจมีค่านิยมใหม่บางอย่างเกิดขึ้นมา เช่น ค่านิยมของกุลสตรีไทย แบบผ้าพับไว้ ปัจจุบันสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนเป็นนิยมหญิงไทยที่มีลักษณะคล่องแคล่วว่องไวเหมาะสมกับสภาพของสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น

5. ค่านิยมของคนและค่านิยมของสังคมจะกำหนดการตัดสินใจในการเลือกของบุคคล

6. ค่านิยมบางอย่าง ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลด้วยกัน แต่ค่านิยมบางอย่าง เป็นไปในทางตรงกันข้าม ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะค่านิยมมีอิทธิพลต่อความประพฤติของบุคคลทั่วไป ถ้าเรายังมีความรู้สึกว่าคุณค่าใดมีความสำคัญต่อเรามาก เราก็มักจะรู้สึกลำเอียงว่าคุณค่านั้นถูกต้องมากยิ่งขึ้นและคิดไปว่าคุณค่าที่ขัดแย้งกับของตัวนั้นผิดและไม่ยอมรับ

7. ค่านิยมของสังคม ไม่จำเป็นว่าต้องมีอยู่ในตัวบุคคลในสังคมนั้นทุกคนไป แต่อาจจะมีอยู่ในสมาชิกของสังคมส่วนใหญ่เท่านั้น เช่น การยกย่องคนร่ำรวย หรือเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน

2.2.7 ค่านิยมในการทำงาน

Schwartz, N.E. (2010) แบ่งค่านิยมในการทำงานออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Openness to Change) หมายถึง การให้ความสำคัญกับความคิด และการกระทำที่เป็นอิสระของตนเอง และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วยทิศทางของตน (Self - Direction) การกระตุ้น (Stimulation) และสุขนิยม (Hedonism)

2. การอนุรักษ์ (Conservation) หมายถึง การให้ความสำคัญกับการทำตามข้อกำหนดหรือข้อบังคับ การรักษากฎปฏิบัติแบบดั้งเดิมและความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัย (Security) การคล้อยตาม (Conformity) และประเพณี (traditional)

3. การพัฒนาตนเอง (Self - Enhancement) หมายถึง การให้ความสำคัญกับการแสวงหาความสำเร็จและการมีอำนาจเหนือผู้อื่น ประกอบด้วย อำนาจ (Power) และความสำเร็จ (Achievement)

4. การเข้าใจผู้อื่น (Self - Transcendent) หมายถึง การให้ความสำคัญกับการยอมรับความเท่าเทียมของผู้อื่นและคำนึงถึงสวัสดิการ ประกอบด้วย ความเมตตากรุณา (Benevolence) และความเป็นสากล (Universalism)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Z

2.3.1 ความหมายของ Generation Z

Papalia, Olds, and Feldman (2008) ได้กล่าวว่า เจเนอเรชั่น Z (Generation Z) เป็นกลุ่มคนที่ถูกเรียกว่า The Homelanders เกิดขึ้นในช่วงที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ก่อตั้งกระทรวงความมั่นคงแห่งมาตุภูมิสหรัฐฯ พวกเขาเป็นกลุ่มคนรุ่นแรกที่เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 21 และอาจถูกเรียกว่า Net Generation หรือ iGen ได้ เพราะเด็กเหล่านี้ไม่รู้จักรั้วโลกที่ปราศจากอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์มือถือ และเกิดขึ้นมาท่ามกลางประเด็นทางสังคม อาทิ ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศโลกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรมสาธารณะ

เจเนอเรชั่น Z (Gen-Z) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า The Digital Kids เป็นผู้ที่เกิดขึ้นในระหว่างปี ค.ศ. 1994-2004 ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ที่อยู่ในเจเนอเรชั่น X ดังนั้น พวกเขาจึงมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นพวกพึ่งพาตนเองมากกว่าและเน้นความเป็นทีมน้อยกว่าเจเนอเรชั่น Y การถือกำเนิดขึ้นในโลกยุคดิจิทัลทำให้เจเนอเรชั่น Z ต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีมากกว่าเจเนอเรชั่นอื่น ๆ (Ivanova & Smrikarov, 2009)

เจเนอเรชั่น Z หรือ Net Generation เป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นในระหว่างปี ค.ศ. 1995-2004 ซึ่งเด็กเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่ออย่างอินเทอร์เน็ตที่พวกเขาใช้ในการดาวน์โหลดเพลง และสร้างเนื้อหาบนโลกออนไลน์ การใช้งานเทคโนโลยีเป็นธรรมชาติของพวกเขา เพราะพวกเขาเติบโตขึ้นมาพร้อมกับหนังสือออนไลน์ (E-Book) การดาวน์โหลดเพลงและเว็บไซต์ต่าง ๆ การมีผู้ปกครองเป็นกลุ่มคน Baby Boomers ตอนปลายหรือกลุ่มเจเนอเรชั่น X ที่เกิดในช่วงเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยีอนาล็อกไปสู่เทคโนโลยีแบบดิจิทัล ทำให้พวกเขาถูกฝึกมาตั้งแต่อายุยังน้อยให้เป็นผู้มีความเป็นเลิศทางสื่อสังคมต่าง ๆ เทคโนโลยีสื่อและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเจเนอเรชั่น Y เจเนอเรชั่น Z และเจเนอเรชั่นที่กำลังเกิดใหม่อย่างอัลฟา (Alpha Generation) ซึ่งเป็นประชากรโลกกว่า 60% ได้สร้างนิยามใหม่เกี่ยวกับวิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภครุ่นใหม่แก่นักการตลาด เพราะกลุ่มผู้บริโภคใหม่เหล่านี้ถูกมองว่าผู้พึ่งพาเทคโนโลยี (Technology-dependent) ผู้ใช้สื่อที่หลากหลายในเวลาเดียวกัน(Multi-taskers) และเป็นผู้ที่ใช้จ่ายหนักกว่าบรรพบุรุษของตน (Spire Research and Consulting, 2010)

เจเนอเรชั่น Z มีชื่อเรียกอีกหลายชื่อ เช่น Tweens, Baby Bloomers, Generation 9/11 และ Generation XD เกิดในช่วงหลังปีค.ศ.1994 เป็นเจเนอเรชั่นใหม่ล่าสุดที่พ่อแม่ของพวกเขาแต่งงานช้าและมีแนวโน้มจะหย่ากันมากขึ้น เด็กในเจเนอเรชั่นนี้ต้องเผชิญกับการก่อการร้ายสากล ผลที่ตามมาจากเหตุการณ์ 9/11 ความรุนแรงในโรงเรียน เศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนภาวะเศรษฐกิจถดถอย และวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ ซึ่งทำให้พวกเขากลายเป็นพวกอนุรักษ์นิยมสมัยใหม่ ที่นำความเชื่อแบบดั้งเดิมมาใช้ การให้คุณค่ากับครอบครัว การควบคุม ตนเอง และมีความรับผิดชอบมากขึ้น พวกเขาคุ้นเคยกับเทคโนโลยีระดับสูงและแหล่งข้อมูล อันหลากหลายด้วยข่าวสารที่ระดมใส่พวกเขาในทุก ๆ ด้าน พวกเขาไม่เคยใช้ชีวิตโดยปราศจากอินเทอร์เน็ต และให้ความสำคัญกับความจริง การยอมรับจากบุคคลรอบข้างมีความสำคัญกับเด็กเจเนอเรชั่น Z มากที่สุด เพราะพวกเขาต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ตัวตน บางส่วนของพวกเขาจึงถูกกำหนดโดยกลุ่มที่วัยรุ่นเหล่านี้เป็นสมาชิกอยู่ พวกเขาให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากขึ้นกว่าเจเนอเรชั่นที่ผ่านมาและพร้อมที่จะปฏิบัติตามภารกิจ มีความมั่นใจและมองโลกในแง่ดีมาก (Williams & Page, 2011)

Grail Research (2011) ได้ให้นิยามเจเนอเรชัน Z ไว้ว่า เจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างกลางปี ค.ศ. 1990 ถึง 2010 และเป็นที่รู้จักกันในชื่อ Digital Natives ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่พึ่งพาและใช้เทคโนโลยีได้อย่างสะดวกสบาย เพราะเป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นมาในโลกยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเป็นสิ่งทั่วไปในปัจจุบัน พวกเขาสามารถทำกิจกรรมได้หลายสิ่งในเวลาเดียวกัน ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์บนโลกออนไลน์และอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความซับซ้อน โปรดปรานในความเรียบง่าย และผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ก็ยังมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง เนื่องจากการเข้าถึงเครือข่ายข้อมูลออนไลน์ขนาดใหญ่ที่ทำให้พวกเขามีความตระหนักถึงโลก ในปัจจุบันที่กำลังเผชิญกับการก่อการร้ายและภาวะโลกร้อนอย่างรุนแรง โดยเด็กในเจเนอเรชันนี้จะเชื่อมต่อกับโลกอยู่ตลอดเวลา (Always connected) ด้วยการสื่อสารผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ข้ามประเทศและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของเด็กในเจเนอเรชันนี้อย่างสูง ขณะที่ Palley (2012) ได้ให้นิยามเจเนอเรชัน Z ไว้ว่าเป็นเจเนอเรชันด้อยประสบการณ์ที่เกิดหลังปี ค.ศ.1995 ตามหลัง Millennial generation โดยเจเนอเรชันนี้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีอย่างแท้จริง พวกเขาจะอยู่ในโลกของโทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) และอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง ปราศจากข้อจำกัดของโทรศัพท์บ้านหรือการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบดั้งเดิม พวกเขาแยกไม่ออกระหว่างโลกออนไลน์กับโลกแห่งความเป็นจริง เพราะอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่จะเชื่อมต่อพวกเขากับโลกไว้ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จะสร้างระบบความคิดที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงข้อมูล เพราะเด็กในวัยนี้ถูกเลี้ยงดูมากับอุปกรณ์สมัยใหม่ ดังนั้นเจเนอเรชัน Z จะมีความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีและจะเชื่อมต่อกับโลกนี้มากกว่าเจเนอเรชันก่อน ผลที่เกิดตามมา คือ การมีวัฒนธรรมอันหลากหลายและมีความเป็นสากล เป็นพื้นฐานของระบบความคิดมากกว่า Millennial generation ที่เป็นบรรพบุรุษของพวกเขาเจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 2000 ต้น ๆ ถึงปัจจุบัน พวกเขาโตมากับความก้าวหน้าทางการสื่อสารและเทคโนโลยีสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตข้อความแบบทันที การส่งข้อความ โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ในบางครั้งกลุ่มคนในเจเนอเรชันนี้จะถูกเรียกว่า Generation Wii, iGeneration, Gen Tech, Digital Natives, Net Gen และ Facebook Generation โดยคาดว่า Gen Wii เป็นคำย่อของการติดต่อสื่อสารที่ถูกสร้างขึ้นโดยที่ปรึกษาของ Taco Bell ในการประชุมร่วมกับ MTV ที่กล่าวว่า เจเนอเรชันนี้ทำทุกอย่างในชีวิตให้เป็นเกมและสำหรับพวกเขาทุกอย่างคือเกม (Lee 2013) จากนิยามข้างต้นได้มีการนิยามช่วงอายุที่หลากหลาย ดังนั้นจึงได้ทำการสรุปช่วงอายุสำหรับเจเนอเรชัน Z ในงานวิจัยครั้งนี้ให้อยู่ในช่วงอายุ 13-22 ปีเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในงานวิจัยครั้งนี้

2.3.2 ลักษณะเฉพาะของ Gen-Z

McQueen (2011) กล่าวถึงลักษณะเด่นของเจเนอเรชัน Z ไว้ว่ามีอยู่ 6 ลักษณะ ดังนี้

1. มีความเป็นเลิศทางเทคโนโลยี (Tech Savvy) เจเนอเรชัน Z รู้จักเพียงโลกที่มีการเชื่อมต่อทันทีเป็นบรรทัดฐาน เพราะการเปิดรับเทคโนโลยีของเจเนอเรชัน Z เริ่มต้นก่อนเวลาที่กำหนดไว้โดยเกือบ 2 ใน 3 ของเด็กทารกที่มีอายุต่ำกว่าหนึ่งขวบใช้เวลาเฉลี่ยกว่า 1 ชั่วโมง 20 นาทีในแต่ละวันอยู่บนโทรศัพท์หรือจอคอมพิวเตอร์ เด็กวัยหัดเดินอายุสองขวบจำนวนมาก รู้ว่าตนเองอยู่ใกล้ๆ โทรศัพท์ไอโฟน และมีแอปพลิเคชันบนมือถือของพ่อแม่ที่ดาวน์โหลดมาเพื่อให้พวกเขาเล่นโดยเฉพาะ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นทำให้เด็กเจเนอเรชัน Z มีประสบการณ์วัยเด็กส่วนมากอยู่ในบ้าน และมีเพียงเศษเสี้ยวเวลาว่างเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการเล่นนอกบ้าน ความบันเทิงการเล่น และการปฏิสัมพันธ์กับสังคมของเด็กเจเนอเรชัน Z ที่วนอยู่กับโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และวิดีโอเกมเพิ่มสูงมากขึ้นทุกที โดยพวกเขาใช้เวลากว่า 27% ขณะตื่นอยู่ไปกับหน้าจอ

2. การเป็นผู้ใหญ่ก่อนกำหนด (Prematurely mature) เด็กเจนเนอเรชั่น Z มีการเปิดรับมากขึ้น มีประสบการณ์มากขึ้นและมีการทดลองที่มากกว่าเด็กวัยเดียวกันในเจนเนอเรชั่นก่อนภาวะเริ่มเจริญพันธุ์ก่อนวัยราว 1-2 ปี เกิดขึ้นกับเด็กชายและเด็กหญิงเร็วกว่าที่เคยเกิดขึ้นเมื่อ 30 ปีที่แล้ววัฒนธรรมป๊อปและการอิมิต์วของสื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการลดลงของช่วงวัยความไร้เดียงสาของเด็กเจนเนอเรชั่น Z เด็กกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่สุดของการทำการตลาดแบบอิงช่วงวัยและโดยเฉลี่ยพวกเขาจะเปิดรับรายการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ราว 30,000-40,000 รายการต่อปี

3. ถูกเอาใจ (Pampered) เด็กเจนเนอเรชั่น Z มีจำนวนพี่น้องน้อยกว่าเด็กในเจนเนอเรชั่นก่อน เพราะการหดตัวของขนาดครอบครัวที่กว่า 60% จะมีบุตรเพียง 2 คนหรือน้อยกว่านั้น รวมไปถึงการมีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยเพียง 3.2 คนรวมพ่อและแม่แล้ว จึงทำให้ความสนใจ ความรักใคร่ และเงินทองถูกใช้หมดไปกับเด็กในเจนเนอเรชั่นนี้ อย่างไม่เคยมีมาก่อนจึงไม่น่าแปลกใจว่าการประนีประนอม ความเป็นที่ม และการแบ่งปัน จะถูกมองว่าไม่ใช่วิสัยของเด็กเจนเนอเรชั่น Z เพราะพวกเขาได้รับการปฏิบัติเหมือนเจ้าชายหรือเจ้าหญิงของพ่อแม่มาตั้งแต่เกิด

4. มีอำนาจ (Empowered) เด็กเจนเนอเรชั่น Z มักถูกเรียกว่า “ประชาชนตัวน้อย” เพราะเด็กในวัยนี้ถูกมองว่าเป็นผู้ใหญ่ย่อส่วนที่ได้รับการคาดหวังว่าจะมีความสามารถในการตัดสินใจ การควบคุมตนเอง และความสามารถในการใช้เหตุผลในระดับเดียวกับผู้ใหญ่ โดยพ่อแม่ของเด็กในวัยนี้จะเริ่มต้นตั้งคำถามกับลูกถึงความพอใจของเขาก่อนที่จะสามารถตอบได้และจะไม่ตัดสินใจโดยไม่ถามถึงความต้องการของลูกก่อน ผลที่เกิดขึ้นทำให้เด็กในวัยนี้เริ่มเกิดความเชื่อว่าความต้องการของพวกเขาสำคัญมากที่สุด เด็กเจนเนอเรชั่น Z เติบโตขึ้นในยุคที่พวกเขามีอำนาจและทางเลือกมากกว่าเด็กในเจนเนอเรชั่นก่อน

5. ไม่ชอบเสี่ยง (Risk averse) เด็กเจนเนอเรชั่น Z เติบโตขึ้นมาในยุคที่ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ “การไม่สนอะไรทั้งสิ้น (Throwing caution to the wind)” ถูกมองว่าเป็นการไม่เอาใจใส่ ซึ่งในปัจจุบัน ความเสี่ยงถูกมองว่าเป็นหนทางนำไปสู่ความล้มเหลว อันตราย ความผิดหวัง และภัยคุกคาม แทนที่จะถูกมองว่าเป็นส่วนที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในโลกแห่งความจริงความเสี่ยงจึงกลายเป็นคำรุกรามเลขหนึ่งของสังคม การเน้นไปที่การป้องกันเด็กเจนเนอเรชั่น Z ออกจากความเสี่ยงจะส่งผลกระทบต่อ วิธีการสร้างสิ่งใหม่ ๆ การผจญภัย และทักษะการเป็นเจ้าของกิจการ (Entrepreneurialism) เด็กในเจนเนอเรชั่นนี้จึงมีแนวโน้มที่จะกลัวการเป็นคนล้มเหลวอย่างรุนแรง

6. ได้รับการปกป้อง (Protected) เด็กเจนเนอเรชั่น Z กำลังเติบโตขึ้นมาในสภาวะแวดล้อมที่พวกเขาได้รับการปกป้องคุ้มครองโดยพ่อแม่ที่อยู่ในเจนเนอเรชั่น X ซึ่งเคยถูกเลี้ยงดูมาอย่างอิสระกระแสนการปกป้องลูกจากผลกระทบอื่น ๆ ที่ตามมา อารมณ์ในด้านลบ และความเป็นจริงของชีวิตกำลังเติบโตขึ้นท่ามกลางกลุ่มผู้ปกครองที่มีลูกอยู่ในเจนเนอเรชั่น Z ขณะที่การปกป้องและการอบรมเป็นสัญชาตญาณโดยธรรมชาติของการเป็นพ่อแม่มีความเป็นไปได้ว่า เด็กเจนเนอเรชั่น Z กำลังได้รับการปกป้องจากผลกระทบที่ตามมา ภายหลังจากการกระทำของพวกเขา และความเป็นจริงของชีวิตที่สร้างความเสียหายต่อการพัฒนาลักษณะนิสัยของพวกเขา ดังนั้นแล้วผู้ปกครองจึงต้องรักษาสมดุลระหว่างการปล่อยให้ลูกมีประสบการณ์ในด้านลบกับการปกป้องพวกเขามากจนเกินไปให้ดีขึ้น

เจนเนอเรชั่น Z เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่าง ปี ค.ศ.1997 ถึง 2009 Generation Z ถูกกำหนดขึ้นด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวสุดท้าย เพราะการมาถึงของพวกเขาเป็นสัญลักษณ์ของจุดสิ้นสุดของการถูกกำหนดบทบาท ขนบธรรมเนียมและประสบการณ์ที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออก การคิด และการทำงาน

ที่แตกต่างไปจากคนในเจนเนอเรชันก่อน ซึ่งเป็นที่ทราบดีว่าเจนเนอเรชัน Z มีความเป็นเลิศทางเทคโนโลยี และถูกหล่อหลอมมาด้วยวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาในช่วงวัยของพวกเขา อาทิ การเกิดขึ้นของการระดมยิงในโรงเรียน อุณหภูมิโลกที่เปลี่ยนแปลง การก่อการร้ายและความตกต่ำของเศรษฐกิจครั้งใหญ่ วิกฤตการณ์เหล่านี้ได้ทำให้เด็กเจนเนอเรชัน Z มีความระมัดระวังและเน้นการปฏิบัติมากกว่าเจนเนอเรชันก่อน แต่พวกเขาก็เต็มเปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจที่อยากเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ (Sladek & Grabinger, 2014) นอกจากนี้ Sladek and Grabinger (2014) ยังได้อธิบายถึงลักษณะเฉพาะของเจนเนอเรชัน Z ไว้ว่าเจนเนอเรชัน Z ตระหนักเกี่ยวกับการเงิน เจเนอเรชัน Z มีความตระหนักในการใช้เงินอย่างไม่น่าเชื่อ แม้ว่าความต้องการสิ่งที่ทำให้พึงพอใจในทันทีจะเป็นความรู้สึกทั่วไปของเด็กในเจนเนอเรชันนี้ แต่เหมือนจะไม่มีผลกับการจับจ่ายของพวกเขา เพราะพวกเขาจะพิจารณาเนื้อหาและใช้เวลาเพื่อทำการตัดสินใจ พวกเขาอ่านรีวิว ทดลองผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นของจริงหรือในโลกเสมือนและค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ดีที่สุด โดย 59% ของพ่อแม่เด็กในวัยนี้ กล่าวว่า ลูกของพวกเขามีความตระหนักในการใช้เงินไม่ว่าเงินนั้นจะเป็นค่าขนม หรือเงินจากการทำงานก็ตาม ลูกของพวกเขามีความระมัดระวังในการใช้เงิน โดยพวกเขาจะชั่งน้ำหนักข้อดีข้อเสียก่อนจะซื้อสินค้าใช้ส่วนลด และอยาก رؤ้อยากเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายภายในบ้านไม่ใช่เพียงแค่การเงินของพวกเขา เจเนอเรชัน Z มีโลกทัศน์สากล เจเนอเรชัน Z ใช้สื่อสังคมออนไลน์ติดต่อกับผู้คนทั่วโลก ทำให้การติดต่อข้ามวัฒนธรรมมีพลังมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา เพื่อนของพวกเขาสามารถแบ่งปัน วิดีโอ รูปภาพ และข้อความที่บอกถึงสถานการณ์ที่เป็นกระแส สิ่งที่ดีและร้ายที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลกผ่านเครือข่ายขนาดใหญ่ของกลุ่มในระดับย่อย ขณะที่ในภาพใหญ่การเชื่อมต่อ เช่นนี้ ได้นำให้เยาวชนมารวมตัวกันสู่ประเด็นสากลต่าง ๆ เจเนอเรชัน Z ไม่ได้ใช้การติดต่อสื่อสารอย่างทิ้งขว้าง แต่พวกเขากำลังใช้มันเพื่อช่วยเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ เจเนอเรชัน Z กำลังขาดประสบการณ์การทำงาน เจเนอเรชัน Z ไม่ได้รับโอกาสในการทำงาน ทำให้พวกเขาขาดประสบการณ์การทำงานและหนึ่งในเหตุผลสำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเจนเนอเรชัน Z กำลังขาดประสบการณ์การทำงาน คือ ระบบการทำงานอัตโนมัติของสถานที่ทำงาน บริษัทจำนวนมากที่เคยจ้างงานแรงงานวัยรุ่น เช่น ร้านอาหาร สเวนสนุก เป็นต้น หันไปใช้เครื่องจักรในการขายอาหารและตัวมากขึ้นอีกเหตุผลหนึ่ง คือ กฎหมายแรงงานเด็กที่ไม่อนุญาตให้เด็ก ๆ ทำงาน ขณะที่กลุ่ม Baby Boomers เคยใช้เวลาช่วงวัยรุ่นในโรงงาน แต่ในทุกวันนี้ร้านค้าต่าง ๆ ต้องการแรงงานที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและในท้ายที่สุดงานที่เคยถูกมองว่าเป็นงานของวัยรุ่นกลับกลายเป็นของผู้ใหญ่ไปหมด โดยกลุ่มผู้อพยพต่างมีความสุขที่ได้ทำงานเหล่านี้และด้วยเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้ผู้ใหญ่จำนวนมากแม้แต่ผู้ใหญ่วัยเกษียณเองก็ยังคงทำงานและทำงานที่สอง (Second jobs) ควบคู่ไปด้วย

เจนเนอเรชัน Z มีความเป็นเลิศในการใช้เทคโนโลยี สมาชิกในเจนเนอเรชัน Z เป็นสังคมที่มีความเป็น “พลเมืองยุคดิจิทัล (Digital Natives)” อย่างแท้จริง โดยเด็กเจนเนอเรชัน Z 100% เชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ราว 1 ชั่วโมงขึ้นไปในแต่ละวัน แต่ 46% ของเด็กในจำนวนนี้เชื่อมต่อกับโลกออนไลน์มากกว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน เทคโนโลยีทำให้เจนเนอเรชัน Z มีความแตกต่างกับเจนเนอเรชันอื่น ๆ เพราะสำหรับพวกเขาเทคโนโลยีเป็นมากกว่าเพียงเครื่องมือ แต่เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งทีพวกเขาเป็นความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของพวกเขาครอบคลุมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและแรงขับเคลื่อนทางสังคมที่กำลังมีอิทธิพลต่อพวกเขา เทคโนโลยีกำหนดในสิ่งที่พวกเขาเป็นและเป็นเหตุผลว่าทำไมสังคมถึงต้องการพวกเขา

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชนี จันทรแก้ว และวรินรำไพ รุ่งเรืองจิตต์ (2561) ได้วิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ กลุ่ม เจนเนอเรชัน Y บริษัทมหาชน จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 38 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ฝ่ายงานการตลาด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และมีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าแรงจูงใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่ม เจนเนอเรชัน Y บริษัทมหาชน จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ธัญธดา จิตสุรผล. (2553). ได้วิจัยเรื่อง แรงจูงใจ ความเครียด และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัทประกันวินาศภัย ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัทประกันวินาศภัย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีสถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สถิติความสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 28-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อัตราเงินเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ระยะเวลาการทำงานต่ำกว่า 5 ปีเป็นพนักงานตำแหน่งปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่และปฏิบัติงานในฝ่ายรับประกันภัยมากที่สุด แรงจูงใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความเครียดในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับอาการเครียดบ้าง และพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ธิดารัตน์ ดีประเสริฐ (2548) ได้วิจัยเรื่อง แรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัทแอมพาสตัสสตรี จำกัด ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 18-27 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีประสบการณ์ทำงานไม่เกินสามปีและมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท พนักงานมีความต้องการประสบความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความต้องการอำนาจอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานมีความต้องการผูกพันหรือเป็นเพื่อนอยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานมีความพอใจในสภาพที่ทำงานอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานคือ ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ และสภาพที่ทำงาน จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ สภาพที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน และความต้องการผูกพัน หรือเป็นเพื่อน ความต้องการเจริญก้าวหน้า ความต้องการผลตอบแทน ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน

ธรรมรัตน์ อยู่พรต (2556) ได้วิจัยเรื่อง ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชันต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมในการทำงานทั้งเจนเนอเรชัน Y เจนเนอเรชัน X และเบบี้บูมเมอร์ส เป็นไปในรูปแบบ และทิศทางเดียวกันคือ ค่านิยมด้านการเข้าใจผู้อื่นมากที่สุด รองลงมาคือ ค่านิยมด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมด้านการพัฒนาตนเองและค่านิยมด้านการอนุรักษ์

ตามลำดับ ค่านิยมในการทำงานด้านการเข้าใจผู้อื่น ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและด้านการพัฒนาตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยที่ค่านิยมในการทำงานด้านการเข้าใจผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมากที่สุด ส่วนค่านิยมในการทำงานด้านการอนุรักษ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร อีกทั้งค่านิยมด้านการเข้าใจผู้อื่นของเจนเนอเรชั่นแตกต่างกัน ซึ่งพบความแตกต่างระหว่างเจนเนอเรชั่นวายและเบบี้บูมเมอร์ส

ทิวา เทียนเบ็ญจะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลการพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานที่ส่งผลการปฏิบัติงานกรณีศึกษา พนักงานในองค์กรผู้ผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัย ให้ผลว่า จากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานในองค์กรที่ผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน และด้านอายุระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน ระดับตำแหน่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และระดับตำแหน่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

สุภาพร โทภาณูรักษ์ และสวรส ศรีสุตโต (2563) ได้วิจัยเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจและค่านิยมในการทำงานที่มีต่อการพัฒนาตนเองของพนักงานเทสโก้โลตัส สาขาหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยเก็บแบบสอบถามกับพนักงานทั้งหมดในเทสโก้โลตัส สาขาหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 148 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 - 30 ปี มีระดับเงินเดือน 8,001 - 10,000 บาท มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์ทำงาน 1 - 5 ปี มีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ 1. แรงจูงใจในการทำงานด้านความมุ่งมั่นพยายาม และการใช้สิ่งล่อใจในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองด้านร่างกาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2. แรงจูงใจในการทำงานด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน การแสวงหาข้อมูลป้อนกลับ และการใช้สิ่งล่อใจในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองด้านสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3. แรงจูงใจในการทำงานด้านการแสวงหาข้อมูลป้อนกลับ และการใช้สิ่งล่อใจในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองด้านการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4. ค่านิยมในการทำงานด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการอนุรักษ์ และด้านการเข้าใจผู้อื่นส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพนักงานด้านร่างกาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5. ค่านิยมในการทำงานด้านการอนุรักษ์และด้านการเข้าใจผู้อื่นส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพนักงานด้านสังคมและด้านการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิชาติ ตั้งตระกูล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ค่านิยมส่วนบุคคล แรงจูงใจ และความคาดหวังในส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนกวดวิชา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive Sampling) จำนวน 118 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.954 และมีการตรวจสอบความ

เที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณด้วยวิธี Enter ผลการศึกษาพบว่าค่านิยมส่วนบุคคลจะส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แรงจูงใจด้านเหตุผลส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พรทวิ เกื่อนคำแสน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในนิคมอุตสาหกรรมเหมราช อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่าพนักงานเป็นเพศชาย ร้อยละ 77.75 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 69.50 มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 47.50 มีสถานภาพสมรสแต่งงาน ร้อยละ 51.75 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 60.75 และมีอายุการทำงาน 4-5 ปี ร้อยละ 40.50 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน ด้านปัจจัยจูงใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จของงานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานในระดับต่ำ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยค่าจ้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัจจัยค่าจ้างด้านสภาพในงานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2552) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งงานระดับบริหาร (ระดับ บ.) มีอายุงานระหว่าง 5 – 10 ปี และได้รับการอบรม/สัมมนาต่อปี จำนวน 1 – 2 ครั้ง พนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค่าจ้าง อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยจูงใจ ที่อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าใน ตำแหน่งหน้าที่การงานตามลำดับ ส่วนปัจจัยค่าจ้าง อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงานและความมั่นคง ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านนโยบายและการบริหาร ตามลำดับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และการอบรม/สัมมนา ไม่มีผลต่อแรงจูงใจ

บทที่ 3

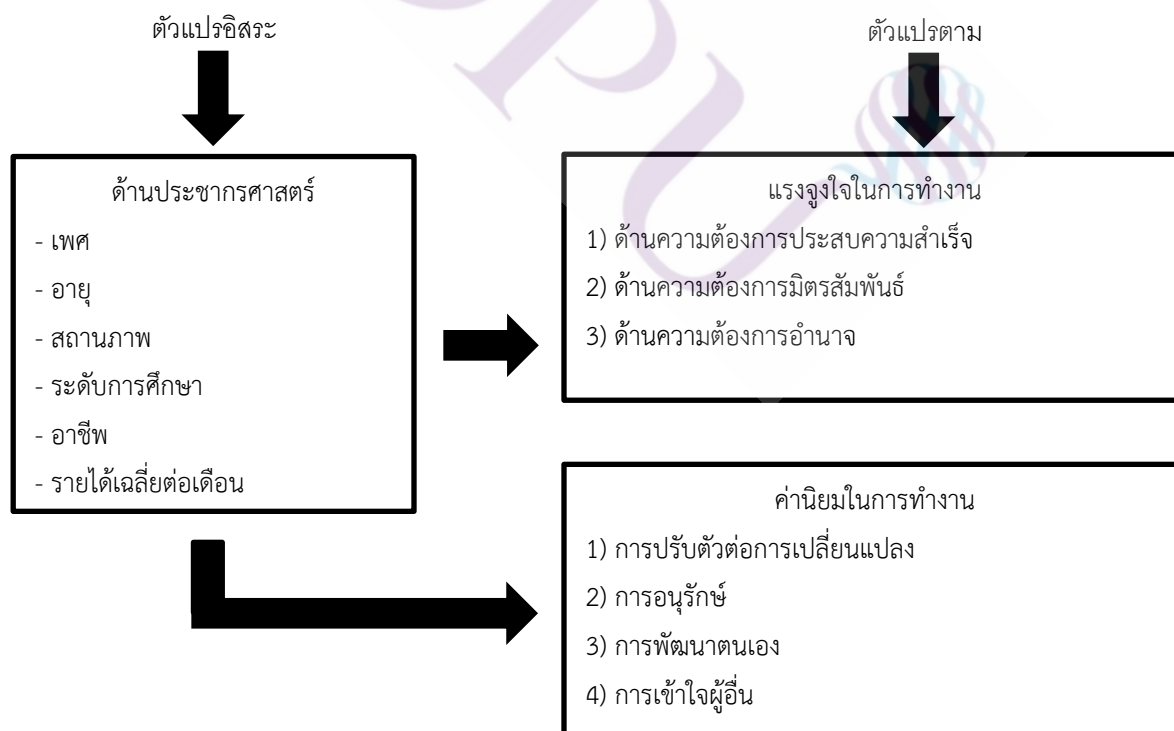
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 3.2 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ดังนี้



3.2 ประชากรและตัวอย่าง

ในการศึกษาประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประชากร Generation Z หรือประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่เกิดปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2552 ใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977) คำนวณขนาดตัวอย่าง ได้ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการวิจัย การเลือกใช้เครื่องมือใด นั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์และลักษณะพฤติกรรมที่ต้องการจะวัด ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยเช่นกัน ในการวิจัยพบว่าเครื่องมือที่นิยมใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 5 ประเภท ได้แก่ แบบทดสอบ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินการปฏิบัติ เครื่องมือแต่ละประเภทจะมีลักษณะที่สำคัญ และความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แตกต่างกันออกไป (จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย, 2558) ผู้ศึกษา จึงเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถาม (questionnaire) คือ เครื่องมือที่ใช้วัดพฤติกรรมภายในของบุคคลเกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็นเจตคติ ความสนใจ ฯลฯ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมด้านจิตพิสัยนั่นเอง นอกจากนี้ยังเหมาะสำหรับ ศึกษาข้อมูลส่วนตัวของบุคคลด้วย แบบสอบถามมีลักษณะเป็นชุดของคำถามที่สร้างขึ้น เพื่อให้ศึกษาหาข้อมูล ตามจุดประสงค์หลักในการสร้างแบบสอบถามในการสร้างแบบสอบถามนั้นข้อคำถามของแบบสอบถามจะถูกสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีของตัวแปรที่ต้องการศึกษาหรือต้องการวัด ซึ่งการออกแบบมาตรที่ใช้ต้องเหมาะสม กับประเด็นที่จะวัด โดยแบบสอบถามจะมีหลักในการสร้างดังต่อไปนี้

1. พิจารณาขอบข่ายของข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด โดยการสังเคราะห์จากกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้ศึกษาไว้ในบทที่ 2 มาเป็นนิยามตัวแปรเชิงปฏิบัติการ เช่น แรงจูงใจในการทำงานในองค์กรรัฐบาล หมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจมีแรงกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวของตัวเอง โดยมีเป้าหมายที่จะสอบทำงานในองค์กรนั้น ๆ จึงส่งผลให้เกิดการ มุ่งความสำเร็จ มุ่งมั่น ใส่ใจ กระตือรือร้น เชื่อมั่น ทุ่มเท ทะเยอทะยานและตั้งเป้าหมายในการสอบเข้าทำงาน ในองค์กร

2. เลือกรูปแบบของคำถามให้เหมาะสมกับกลุ่มที่จะถามว่าควรใช้รูปแบบของคำถามแบบปลายเปิดหรือ ปลายปิด นอกจากรูปแบบของคำถามที่ใช้แล้ว ผู้วิจัยควรคำนึงถึงความสามารถ ในการระบุนความเห็นด้วยมาก - น้อย ของผู้เรียนด้วย โดยถ้าผู้เรียนมีอายุน้อยหรือเรียนอยู่ในระดับชั้นประถมต้น ผู้วิจัยก็ไม่ควรใช้มาตราประเมินค่า ที่สูงเกินไป (5ระดับ) อาจใช้เพียง 3 ระดับ และควรออกแบบมาตรวัดให้เหมาะสม เช่น มี - ไม่มี ใช่ - ไม่ใช่ ก็ควร ใช้แบบตรวจสอบรายการ แต่ถ้าต้องการระบุนการกระทำมาก-น้อย เห็นด้วยมากที่สุด-น้อยที่สุด ก็ควรใช้มาตรา ประเมินค่า และควรคำนึงถึงลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ ตลอดจนวางแผนไปถึงการจัดกระทำกับข้อมูลที่สะดวก รวดเร็วและให้ข้อสรุปที่ชัดเจนด้วย

3. สร้างคำถามตามรูปแบบที่เลือกไว้ให้ครอบคลุมทุกด้านและถามสิ่งสำคัญให้ครบถ้วน ในการตั้งคำถาม ต้องคำนึงถึงเทคนิคการสร้างคำถาม เช่น ตั้งคำถามให้ชัดเจน ถามให้ตรงประเด็น ใช้ภาษาง่าย หลีกเลี่ยงคำศัพท์ ทางเทคนิค

4. จัดทำต้นฉบับของแบบสอบถามที่สมบูรณ์ มีส่วนประกอบครบตามที่ต้องการ คือ มีชื่อแบบสอบถาม มีคำชี้แจง มีคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบและมีข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลหลักที่ต้องการทั้งหมด โดยวาง

รูปแบบให้ถูกต้องเหมาะสม สะดวกในการตอบและสะดวกในการจัดกระทำข้อมูลหลังจากเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว

5. ตรวจสอบ และปรับปรุงข้อบกพร่องก่อนที่จะพิมพ์ฉบับจริงไปใช้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งอาจจะปฏิบัติได้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 เป็นการตรวจสอบคุณภาพในด้านความเที่ยงตรง ผู้สร้างแบบสอบถามด้วยตนเองควรอ่านทบทวนทุกส่วน และพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วน ว่ายังมีสิ่งใดขาดไป หรือยังมีตรงไหนบกพร่องให้เพิ่มเติม และปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ แต่การพิจารณาเองมักจะไม่เห็นข้อบกพร่องของตนเอง ควรจะนำไปให้ผู้มีประสบการณ์ หรือมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสาระที่จะถามตลอดจนเทคนิคการสร้างแบบสอบถาม ช่วยพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ ก็จะช่วยให้แบบสอบถามมีคุณภาพสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ระดับที่ 2 เป็นการตรวจสอบคุณภาพโดยการหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น ในกรณีที่ต้องการข้อมูลไปใช้เพื่อการท วิจัยที่ต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ จะต้องนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงในระดับที่ 1 มาพิมพ์เป็นฉบับทดลองแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มจริง แต่มีสถานะเทียบเท่ากับกลุ่มจริง เพื่อนำผลมาพิจารณาหาจุดบกพร่อง และปรับปรุงแก้ไขเป็นครั้งสุดท้าย ซึ่งจะมีการนำข้อมูลมาคำนวณค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วย จากนั้นจึงพิมพ์เป็นฉบับที่ใช้จริงต่อไป

การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการที่ผู้วิจัยนำมาใช้แทนการสัมภาษณ์ได้ในบางกรณี เช่น ถ้าต้องการจะสำรวจข้อเท็จจริงความรู้สึกหรือความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้ปกครองตลอดจนบุคคลอื่น ก็นำประเด็นคำถามมาสร้างเป็นแบบสอบถามแล้วส่งไปสอบถาม ก็จะช่วยให้มีความสะดวกและประหยัดทุกด้าน และทำให้งานสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว โดยแบบสอบถามมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด ดังนี้

ข้อดี

1. เป็นเครื่องมือที่ใช้ได้กับบุคคลจำนวนมากได้ในเวลาพร้อมกัน ทำให้ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย
2. แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ให้เวลาในการตอบอย่างอิสระได้ โดยให้ผู้ตอบรับไปตอบ และนัดหมายเวลาส่งคืน ซึ่งไม่สร้างความตึงเครียดให้ผู้ตอบ
3. สามารถฝากส่งและรับแบบสอบถามคืนได้หลายวิธี ทำให้มีความสะดวกในการใช้เครื่องมือ
4. แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถามปลายปิดที่ออกแบบดี จะช่วยให้สะดวกในการรวบรวมคำตอบ และวิเคราะห์คำตอบ

ข้อจำกัด

1. แบบสอบถามเหมาะสำหรับผู้ที่อ่านและเขียนหนังสือคล่องเท่านั้น
2. ผู้ตอบแบบสอบถามอาจไม่ได้ตั้งใจตอบ หรือไม่ให้ความสำคัญต่อข้อมูลที่เป็นจริงหรือมอบให้คนอื่นตอบ แทนทำให้ข้อมูลที่ได้มาไม่ตรงหรือคลาดเคลื่อนจากความจริง
3. คำถามบางข้ออาจไม่ชัดเจนสำหรับผู้ตอบบางคน และไม่มีโอกาสได้รับคำชี้แจง ทำให้คำตอบที่ได้มาไม่มี

ประโยชน์

จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย (2558) ศึกษางานวิจัย พบว่า แบบสอบถามที่นิยมใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย มี 2 แบบ ได้แก่ แบบคำถามปลายเปิด และแบบคำถามปลายปิด โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยควรออกแบบมาตรวจวัดให้มีความเหมาะสมกับประเด็น/สิ่งที่ต้องการวัด เช่น ผู้วิจัยต้องการวัดระดับความคิดเห็นของผู้เรียน ต่อการเรียนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยก็ควรเลือกใช้แบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานประเมินค่า เพื่อให้ผู้เรียนสามารถระบุความคิดเห็นของตนได้ว่าอยู่ในระดับใด

ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยควรคำนึงถึงความสามารถในการระบุความเห็นด้วยมาก - น้อยของผู้เรียนด้วย นอกจากนั้นแล้วในการออกแบบมาตราประเมินค่าจะมีผลต่อการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยจะต้องเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากมาตรวัดที่เลือกใช้ เช่น ถ้าผู้วิจัยใช้แบบตรวจสอบรายการ ซึ่งเป็นการระบุถึงสิ่งที่มี - ไม่มี ใช่ - ไม่ใช่ หรือแบบมีคำตอบให้เลือก เช่น ชาย - หญิง การวิเคราะห์ข้อมูลก็ควรใช้ ความถี่ ร้อยละ หรือผู้วิจัยใช้มาตราประเมินค่าซึ่งเป็นการระบุถึงระดับความมาก - น้อย และเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลระดับของตัวแปรนั้น ก็ควรใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการเลือกใช้สถิติทดสอบผู้วิจัยควรพิจารณาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มาตรวัดตัวแปรและข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติทดสอบที่เลือกใช้ด้วย

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการกรอกแบบสอบถามออนไลน์ของ Generation Z หรือประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่เกิดปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2552 ถึงแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน โดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 500 คน ในวันที่ 1 - 20 กันยายน 2563

การออกแบบสอบถามในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นการสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Closedendedquestions) มีจำนวน 5 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

ข้อที่ 2 สถานภาพเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

ข้อที่ 4 อาชีพเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร คำถามส่วนนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยมากที่สุด ได้ 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยมาก ได้ 4 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง ได้ 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยน้อย ได้ 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยน้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

โดยในการแปลความหมายข้อมูลจะมีการแบ่งข้อมูลด้วยวิธีการคำนวณความกว้างของแต่ละช่วงดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากผลการคำนวณจะได้อันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	1.81-2.60	2.61-3.40	3.41-4.20	4.21-5.00
ระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

และกำหนดความหมายของระดับความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงว่าความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานที่เห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 แสดงว่าความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานที่เห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 แสดงว่าความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานที่เห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 แสดงว่าความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานที่เห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงว่าความคิดเห็นของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานที่เห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ T - test และ F- test (One Way ANOVA)

1. ค่าร้อยละ (Percentage : %) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 44) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	การร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{x}) เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 48) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	X	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายลักษณะพื้นฐาน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 49) ใช้สูตรดังนี้

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4. ค่า T - test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรีวงศรัตน์. 2544: 173) ใช้สูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

5. ค่า F - test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา.2546: 135) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้า เรื่อง แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 4 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคล 4. เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เกิดปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2552 จำนวนทั้งสิ้น 500 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณหาค่าสถิติสำหรับตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานการศึกษาให้ครบถ้วนตามที่ตั้งไว้ มีลำดับขั้นตอนดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายข้อมูล จึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(\bar{X})	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation)
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
Sig.	แทน	ค่าสำคัญทางสถิติทดสอบ
*	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ (Significance) (0.05)

4.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ด้วยจำนวนและค่าร้อยละได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	เพศ			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent	
ชาย	138	27.6	27.6	27.6
หญิง	362	72.4	72.4	100.0
Total	500	100.0	100.0	

	สถานภาพ			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent	
โสด	423	84.6	84.6	84.6
สมรส	77	15.4	15.4	100.0
Total	500	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	153	30.6	30.6	30.6
อนุปริญญา หรือ ปวส.	81	16.2	16.2	46.8
ปริญญาตรี	249	49.8	49.8	96.6
สูงกว่าปริญญาตรี	17	3.4	3.4	100.0
Total	500	100.0	100.0	

อาชีพ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ข้าราชการ พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ	89	17.8	17.8	17.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	104	20.8	20.8	38.6
พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	113	22.6	22.6	61.2
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	50	10.0	10.0	71.2
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป,นักเรียน/นักศึกษา/ว่างงาน)	144	28.8	28.8	100.0
Total	500	100.0	100.0	

รายได้				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 10,000 บาท	133	26.6	26.6	26.6
10,000 - 15,000 บาท	139	27.8	27.8	54.4
15,001 - 20,000 บาท	172	34.4	34.4	88.8
20,001 - 25,000 บาท	33	6.6	6.6	95.4
25,001 - 30,000 บาท	14	2.8	2.8	98.2
สูงกว่า 30,000 บาท	9	1.8	1.8	100.0
Total	500	100.0	100.0	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 500 คน ได้ดังนี้

เพศ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 และเพศหญิงจำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 72.40

สถานภาพ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดจำนวน 423คน คิดเป็นร้อยละ 84.60 และมีสถานภาพสมรสจำนวน 77คน คิดเป็นร้อยละ 15.40

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 อนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็น รับจ้างทั่วไปหรือเป็นนักเรียน – นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมาคือพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ข้าราชการ พนักงานหรือลูกจ้างของรัฐ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือรายได้ 10,000 - 15,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 จำนวน 21 คน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 รายได้ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 รายได้ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และ รายได้สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ		
1. ท่านพยายามอย่างมากที่จะพัฒนาผลการทำงานของท่าน		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	0	0
เห็นด้วยน้อย	1	0.20
เห็นด้วยปานกลาง	48	9.60
เห็นด้วยมาก	181	36.20
เห็นด้วยมากที่สุด	270	54.00
รวม	500	100
2. ท่านขอความท้าทายที่ยากจะพิชิตได้		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	6	1.20
เห็นด้วยน้อย	24	4.80
เห็นด้วยปานกลาง	102	20.40
เห็นด้วยมาก	226	45.20
เห็นด้วยมากที่สุด	142	28.40
รวม	500	100.00

แรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ท่านต้องการที่จะรู้ว่าทำอย่างไรงานถึงจะก้าวหน้าและสำเร็จ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	0.20
เห็นด้วยน้อย	8	1.60
เห็นด้วยปานกลาง	63	12.60
เห็นด้วยมาก	181	36.20
เห็นด้วยมากที่สุด	247	49.40
รวม	500	100.00
4. ท่านชอบที่จะตั้งและไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นจริงได้		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	0	0
เห็นด้วยน้อย	7	1.40
เห็นด้วยปานกลาง	78	15.60
เห็นด้วยมาก	224	44.80
เห็นด้วยมากที่สุด	191	38.20
รวม	500	100.00
5. ท่านชอบความพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ยากสำเร็จ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	0.20
เห็นด้วยน้อย	10	2.00
เห็นด้วยปานกลาง	90	18.00
เห็นด้วยมาก	204	40.80
เห็นด้วยมากที่สุด	195	39.00
รวม	500	100.00
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์		
6. ท่านมักจะพบว่าตนเองพูดคุยกับคนรอบข้างในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานบ่อยๆ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	1.00
เห็นด้วยน้อย	29	5.80
เห็นด้วยปานกลาง	115	23.00
เห็นด้วยมาก	187	37.40
เห็นด้วยมากที่สุด	164	32.80
รวม	500	100.00
7. ท่านต้องการให้ผู้อื่นชอบในตัวท่าน		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	9	1.80
เห็นด้วยน้อย	24	4.80
เห็นด้วยปานกลาง	152	30.40
เห็นด้วยมาก	184	36.80
เห็นด้วยมากที่สุด	131	26.20
รวม	500	100.00

แรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. ท่านค่อนข้างที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	6	1.20
เห็นด้วยน้อย	27	5.40
เห็นด้วยปานกลาง	137	27.40
เห็นด้วยมาก	194	38.80
เห็นด้วยมากที่สุด	136	27.20
รวม	500	100.00
9. ท่านชอบที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและองค์การ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	1.00
เห็นด้วยน้อย	25	5.00
เห็นด้วยปานกลาง	129	25.80
เห็นด้วยมาก	205	41.00
เห็นด้วยมากที่สุด	136	27.20
รวม	500	100.00
10. ท่านชอบทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าทำงานคนเดียว		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	21	4.20
เห็นด้วยน้อย	42	8.40
เห็นด้วยปานกลาง	135	27.00
เห็นด้วยมาก	160	32.00
เห็นด้วยมากที่สุด	142	28.40
รวม	500	100.00
ด้านความต้องการอำนาจ		
11. ท่านพอใจการแข่งขันและการเอาชนะ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	56	11.20
เห็นด้วยน้อย	80	16.00
เห็นด้วยปานกลาง	137	27.40
เห็นด้วยมาก	137	27.40
เห็นด้วยมากที่สุด	90	18.00
รวม	500	100.00
12. ท่านชอบที่จะเป็นคนควบคุมทุกอย่าง		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	54	10.80
เห็นด้วยน้อย	86	17.20
เห็นด้วยปานกลาง	136	27.20
เห็นด้วยมาก	140	28.00
เห็นด้วยมากที่สุด	84	16.80
รวม	500	100.00

แรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
13. ท่านกล้าที่จะเผชิญหน้ากับคนที่ทำอะไรแล้วท่านไม่เห็นด้วย		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	32	6.40
เห็นด้วยน้อย	50	10.00
เห็นด้วยปานกลาง	149	29.80
เห็นด้วยมาก	183	36.60
เห็นด้วยมากที่สุด	86	17.20
รวม	500	100.00
14. ท่านชอบที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เขาทำตามวิธีทางที่ท่านต้องการ		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	63	12.60
เห็นด้วยน้อย	82	16.40
เห็นด้วยปานกลาง	146	29.20
เห็นด้วยมาก	134	26.80
เห็นด้วยมากที่สุด	75	15.00
รวม	500	100.00
15. ท่านมักจะทำงานเพื่อให้ได้เป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวท่าน		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	65	13.00
เห็นด้วยน้อย	84	16.80
เห็นด้วยปานกลาง	141	28.20
เห็นด้วยมาก	133	26.60
เห็นด้วยมากที่สุด	77	15.40
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
ในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 3 ด้าน มีดังนี้

1. ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ

ท่านพยายามอย่างมากที่จะพัฒนาผลการทำงานของท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 54
รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 เห็นด้วยปานกลาง 48 คน คิดเป็นร้อยละ
9.60 และเห็นด้วยน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ท่านชอบความท้าทายที่ยากจะพิชิตได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด
จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 เห็นด้วยปานกลาง 102 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 เห็นด้วยน้อย
จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และเห็นด้วยน้อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ท่านต้องการที่จะรู้ว่าทำอย่างไรงานถึงจะก้าวหน้าและสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 เห็นด้วยปานกลาง 63 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 เห็นด้วยน้อย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ท่านชอบที่จะตั้งและไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นจริงได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 เห็นด้วยปานกลาง 78 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 และเห็นด้วยน้อย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

ท่านชอบความพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ยากสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 39 เห็นด้วยปานกลาง 90 คน คิดเป็นร้อยละ 18 เห็นด้วยน้อย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

2. ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์

ท่านมักจะพบว่าตนเองพูดคุยกับคนรอบข้างในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานบ่อย ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 เห็นด้วยปานกลาง 115 คน คิดเป็นร้อยละ 23 เห็นด้วยน้อย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ท่านต้องการให้ผู้อื่นชอบในตัวท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 เห็นด้วยมากที่สุด 131 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 เห็นด้วยน้อย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ท่านค่อนข้างที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 เห็นด้วยมากที่สุด 136 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 เห็นด้วยน้อย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

ท่านชอบที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 เห็นด้วยปานกลาง 129 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 เห็นด้วยน้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ท่านชอบทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าทำงานคนเดียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 เห็นด้วยปานกลาง 135 คนคิดเป็นร้อยละ 27 เห็นด้วยน้อย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

3. ด้านความต้องการอำนาจ

ท่านพอใจการแข่งขันและการเอาชนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 และเห็นด้วยปานกลาง 137 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 18 เห็นด้วยน้อย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

ท่านชอบที่จะเป็นคนที่ควบคุมทุกอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 เห็นด้วยน้อย 86 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80

ท่านกล้าที่จะเผชิญหน้ากับคนที่ทำอะไรแล้วท่านไม่เห็นด้วย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 เห็นด้วยมากที่สุด 86 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 เห็นด้วยน้อย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40

ท่านชอบที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เขาทำตามวิถีทางที่ท่านต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 เห็นด้วยมากที่สุด 75 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เห็นด้วยน้อย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60

ท่านมักจะทำงานเพื่อให้ได้เป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 เห็นด้วยมากที่สุด 77 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40 เห็นด้วยน้อย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 13

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยม

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน ในกรุงเทพมหานคร

ค่านิยม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	3	0.60
เห็นด้วยน้อย	16	3.20
เห็นด้วยปานกลาง	85	17.00
เห็นด้วยมาก	199	39.80
เห็นด้วยมากที่สุด	197	39.40
รวม	500	100
ด้านการอนุรักษ์		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	11	2.20
เห็นด้วยน้อย	43	8.60
เห็นด้วยปานกลาง	165	33.00
เห็นด้วยมาก	199	39.80
เห็นด้วยมากที่สุด	82	16.40
รวม	500	100.00
ด้านการพัฒนาตนเอง		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	46	9.20
เห็นด้วยน้อย	95	19.00
เห็นด้วยปานกลาง	141	28.20
เห็นด้วยมาก	149	29.80
เห็นด้วยมากที่สุด	69	13.80
รวม	500	100.00
ด้านการเข้าใจผู้อื่น		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	0.20
เห็นด้วยน้อย	4	0.80
เห็นด้วยปานกลาง	59	11.80
เห็นด้วยมาก	148	29.60
เห็นด้วยมากที่สุด	288	57.60
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน ในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 เห็นด้วยปานกลาง 85 คน คิดเป็นร้อยละ 17 เห็นด้วยน้อย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ด้านการอนุรักษ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 33 เห็นด้วยมากที่สุด 82 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 เห็นด้วยน้อย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

ด้านการพัฒนาตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 เห็นด้วยน้อย 95 คน คิดเป็นร้อยละ 19 เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20

ด้านการเข้าใจผู้อื่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 เห็นด้วยปานกลาง 59 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 เห็นด้วยน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน

ผู้วิจัยวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ และด้านความต้องการอำนาจ แบ่งออกเป็น 15 ข้อ และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการอนุรักษ์ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการเข้าใจผู้อื่น โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 4 – 5

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้าน

แรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ			
- ท่านพยายามอย่างมากที่จะพัฒนาผลการทำงานของท่าน	4.44	0.672	มากที่สุด
- ท่านชอบความท้าทายที่ยากจะพิชิตได้	3.95	0.887	มาก
- ท่านต้องการที่จะรู้ว่าทำอย่างไรงานถึงจะก้าวหน้าและสำเร็จ	4.33	0.771	มากที่สุด
- ท่านชอบที่จะตั้งและไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นจริงได้	4.20	0.746	มาก
- ท่านชอบความพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ยากสำเร็จ	4.16	0.801	มาก

แรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์			
- ท่านมักจะพบว่าตนเองพูดคุยกับคนรอบข้างในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานบ่อยๆ	3.95	0.938	มาก
- ท่านต้องการให้ผู้อื่นชอบในตัวท่าน	3.81	0.941	มาก
- ท่านค่อนข้างที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน	3.85	0.922	มาก
- ท่านชอบที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและองค์การ	3.88	0.899	มาก
- ท่านชอบทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าทำงานคนเดียว	3.72	1.092	มาก
3. ด้านความต้องการอำนาจ			
- ท่านพอใจการแข่งขันและการเอาชนะ	3.25	1.242	ปานกลาง
- ท่านชอบที่จะเป็นคนควบคุมทุกอย่าง	3.23	1.228	ปานกลาง
- ท่านกล้าที่จะเผชิญหน้ากับคนที่ทำอะไรแล้วท่านไม่เห็นด้วย	3.48	1.086	มาก
- ท่านชอบที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เขาทำตามวิถีทางที่ท่านต้องการ	3.15	1.231	ปานกลาง
- ท่านมักจะทำงานเพื่อให้ได้เป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์ต่างๆรอบๆตัวท่าน	3.15	1.246	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	1.081	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.081 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.795 รองลงมาคือ ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.963 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านความต้องการอำนาจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.213 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้าน (ส่วนที่ 4)

ค่านิยม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	4.14	0.853	มาก
2. ด้านการอนุรักษ์	3.60	0.935	มาก
3. ด้านการพัฒนาตนเอง	3.20	1.171	ปานกลาง
4. ด้านการเข้าใจผู้อื่น	4.44	0.745	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.887	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.887 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.745 รองลงมาคือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.853 ด้านการอนุรักษ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.935 และด้านการพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.171

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

H_0 : Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	Equal variances assumed	2.284	0.131	-0.733	2498	0.463	-0.026	0.036	-0.096	0.044
	Equal variances not assumed			-0.743	1280.192	0.457	-0.026	0.035	-0.095	0.043
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	Equal variances assumed	1.522	0.217	0.182	2498	0.856	0.008	0.043	-0.077	0.092
	Equal variances not assumed			0.184	1274.093	0.854	0.008	0.043	-0.076	0.091
ด้านความต้องการอำนาจ	Equal variances assumed	1.385	0.239	0.678	2498	0.498	0.037	0.054	-0.070	0.143
	Equal variances not assumed			0.671	1219.028	0.502	0.037	0.055	-0.071	0.145

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตาม เพศ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.463 ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.856 และด้านความต้องการอำนาจ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.498 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าเพศที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7 การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	Equal variances assumed	.503	0.478	-1.382	2498	0.167	-0.061	0.044	-0.147	0.026
	Equal variances not assumed			-1.410	542.580	0.159	-0.061	0.043	-0.146	0.024
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	Equal variances assumed	31.236	<0.001	-5.159	2498	<0.001	-0.274	0.053	-0.378	-0.170
	Equal variances not assumed			-5.781	596.220	<0.001	-0.274	0.047	-0.367	-0.181
ด้านความต้องการอำนาจ	Equal variances assumed	78.885	<0.001	-12.079	2498	<0.001	-0.789	0.065	-0.918	-0.661
	Equal variances not assumed			-15.220	693.766	<0.001	-0.789	0.052	-0.891	-0.688

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตามสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการอำนาจ มีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครในด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์และด้านความต้องการอำนาจ

ตารางที่ 8 การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	Between Groups	8.443	3	2.814	4.469	0.004
	Within Groups	1568.683	2491	0.630		
	Total	1577.126	2494			
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	Between Groups	33.583	3	11.194	12.215	<0.001
	Within Groups	2282.767	2491	0.916		
	Total	2316.350	2494			
ด้านความต้องการอำนาจ	Between Groups	479.470	3	159.823	124.628	<0.001
	Within Groups	3194.467	2491	1.282		
	Total	3673.937	2494			

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีค่า Sig เท่ากับ 0.004 ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 และด้านความต้องการอำนาจ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) Education	(J) Education	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.103 [*]	0.049	0.034	-0.20	-0.01
		ปริญญาตรี	0.025	0.036	0.487	-0.05	0.10
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.207 [*]	0.091	0.023	-0.38	-0.03
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.103 [*]	0.049	0.034	0.01	0.20
		ปริญญาตรี	0.129 [*]	0.045	0.005	0.04	0.22
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.103	0.095	0.276	-0.29	0.08
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.025	0.036	0.487	-0.10	0.05
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.129 [*]	0.045	0.005	-0.22	-0.04
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.232 [*]	0.089	0.009	-0.41	-0.06
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.207 [*]	0.091	0.023	0.03	0.38
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	0.103	0.095	0.276	-0.08	0.29
		ปริญญาตรี	0.232 [*]	0.089	0.009	0.06	0.41

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความต้องการประสบความสำเร็จ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. มีค่า Sig เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.487 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.276 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) Education	(J) Education	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.151 [*]	0.059	0.011	-0.27	-0.04
		ปริญญาตรี	0.117 [*]	0.044	0.008	0.03	0.20
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.322 [*]	0.109	0.003	-0.54	-0.11
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.151 [*]	0.059	0.011	0.04	0.27
		ปริญญาตรี	0.267 [*]	0.055	<0.001	0.16	0.37
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.171	0.114	0.135	-0.39	0.05
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.117 [*]	0.044	0.008	-0.20	-0.03
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.267 [*]	0.055	<0.001	-0.37	-0.16
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.438 [*]	0.107	<0.001	-0.65	-0.23
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.322 [*]	0.109	0.003	0.11	0.54
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	0.171	0.114	0.135	-0.05	0.39
		ปริญญาตรี	0.438 [*]	0.107	<0.001	0.23	0.65

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. มีค่า Sig เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) Education	(J) Education	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านความต้องการอำนาจ	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.302 [*]	0.070	<0.001	-0.44	-0.17
		ปริญญาตรี	0.765 [*]	0.052	<0.001	0.66	0.87
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.248	0.129	0.055	-0.01	0.50
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.302 [*]	0.070	<0.001	0.17	0.44
		ปริญญาตรี	1.066 [*]	0.065	<0.001	0.94	10.19
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.550 [*]	0.135	<0.001	0.29	0.82

	ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.765 [*]	0.052	<0.001	-0.87	-0.66
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-1.066 [*]	0.065	<0.001	-10.19	-0.94
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.516 [*]	0.127	<0.001	-0.77	-0.27
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.248	0.129	0.055	-0.50	0.01
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.550 [*]	0.135	<0.001	-0.82	-0.29
		ปริญญาตรี	0.516 [*]	0.127	<0.001	0.27	0.77

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.055 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 12 การทดสอบความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จ	Between Groups	3.543	4	0.886	1.401	0.231
	Within Groups	1577.817	2495	0.632		
	Total	1581.360	2499			
ด้านความต้องการ มิตรสัมพันธ์	Between Groups	14.542	4	3.636	3.938	0.003
	Within Groups	2303.305	2495	0.923		
	Total	2317.848	2499			
ด้านความต้องการ อำนาจ	Between Groups	52.670	4	13.167	9.060	<0.001
	Within Groups	3626.074	2495	1.453		
	Total	3678.744	2499			

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีค่า Sig เท่ากับ 0.231 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการอำนาจ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์และด้านความต้องการอำนาจ

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์						
LSD						
(I) Jobs	(J) Jobs	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.068	0.062	0.274	-0.19	0.05
	พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน	-0.062	0.061	0.310	-0.18	0.06
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.211*	0.076	0.006	-0.36	-0.06
	อื่นๆ	0.051	0.058	0.382	-0.06	0.16
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	0.068	0.062	0.274	-0.05	0.19
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	0.006	0.058	0.916	-0.11	0.12
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.143	0.074	0.053	-0.29	0.00
	อื่นๆ	0.119*	0.055	0.032	0.01	0.23
พนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน	ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	0.062	0.061	0.310	-0.06	0.18
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.006	0.058	0.916	-0.12	0.11
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.149*	0.073	0.041	-0.29	-0.01
	อื่นๆ	0.112*	0.054	0.037	0.01	0.22
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	0.211*	0.076	0.006	0.06	0.36
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.143	0.074	0.053	0.00	0.29
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	0.149*	0.073	0.041	0.01	0.29
	อื่นๆ	0.262*	0.071	<0.001	0.12	0.40
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป/ นักเรียน/นักศึกษา/ ว่างาน)	ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	-0.051	0.058	0.382	-0.16	0.06
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.119*	0.055	0.032	-0.23	-0.01
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.112*	0.054	0.037	-0.22	-0.01
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.262*	0.071	<0.001	-0.40	-0.12

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) มีค่า Sig เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: ด้านความต้องการอำนาจ						
LSD						
(I) Jobs	(J) Jobs	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.337 [*]	0.078	<0.001	0.18	0.49
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.023	0.076	0.767	-0.17	0.13
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.069	0.095	0.467	-0.12	0.26
	อื่นๆ	0.242 [*]	0.073	0.001	0.10	0.38
พนักงานรัฐวิสาหกิจ /ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	-0.337 [*]	0.078	<0.001	-0.49	-0.18
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.360 [*]	0.073	<0.001	-0.50	-0.22
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.268 [*]	0.093	0.004	-0.45	-0.09
	อื่นๆ	-0.096	0.069	0.168	-0.23	0.04

พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	0.023	0.076	0.767	-0.13	0.17
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.360*	0.073	<0.001	0.22	0.50
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.092	0.092	0.316	-0.09	0.27
	อื่นๆ	0.265*	0.068	<0.001	0.13	0.40
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	-0.069	0.095	0.467	-0.26	0.12
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.268*	0.093	0.004	0.09	0.45
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.092	0.092	0.316	-0.27	0.09
	อื่นๆ	0.173	0.088	0.051	0.00	0.35
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป/ นักเรียน/นักศึกษา/ ว่างงาน)	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	-0.242*	0.073	0.001	-0.38	-0.10
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.096	0.069	0.168	-0.04	0.23
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.265*	0.068	<0.001	-0.40	-0.13
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.173	0.088	0.051	-0.35	0.00

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับอาชีพที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามอาชีพ ได้ดังนี้

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน มีค่า Sig เท่ากับ 0.767 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig เท่ากับ 0.467 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 15 การทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความต้องการ ประสบความสำเร็จ	Between Groups	6.033	5	1.207	1.910	0.089
	Within Groups	1575.327	2494	.632		
	Total	1581.360	2499			
ด้านความต้องการ มิตรสัมพันธ์	Between Groups	20.780	5	4.156	4.512	<0.001
	Within Groups	2297.068	2494	.921		
	Total	2317.848	2499			
ด้านความต้องการ อำนาจ	Between Groups	149.852	5	29.970	21.181	<0.001
	Within Groups	3528.892	2494	1.415		
	Total	3678.744	2499			

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีค่า Sig เท่ากับ 0.089 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านความต้องการอำนาจ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครในด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์และด้านความต้องการอำนาจ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	0.011	0.043	0.806	-0.07	0.10
		15,001 - 20,000 บาท	-0.021	0.041	0.617	-0.10	0.06
		20,001 - 25,000 บาท	0.073	0.069	0.293	-0.06	0.21
		25,001 - 30,000 บาท	0.041	0.100	0.684	-0.16	0.24
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.321*	0.122	0.009	-0.56	-0.08
	10,000 - 15,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-0.011	0.043	0.806	-0.10	0.07
		15,001 - 20,000 บาท	-0.031	0.041	0.443	-0.11	0.05
		20,001 - 25,000 บาท	0.062	0.069	0.367	-0.07	0.20
		25,001 - 30,000 บาท	0.030	0.100	0.763	-0.17	0.23
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.332*	0.122	0.007	-0.57	-0.09
	15,001 - 20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.021	0.041	0.617	-0.06	0.10
		10,000 - 15,000 บาท	0.031	0.041	0.443	-0.05	0.11
		20,001 - 25,000 บาท	0.093	0.068	0.168	-0.04	0.23
		25,001 - 30,000 บาท	-0.061	0.099	0.536	-0.13	0.25
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.301*	0.122	0.013	-0.54	-0.06
	20,001 - 25,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-0.073	0.069	0.293	-0.21	0.06
		10,000 - 15,000 บาท	-0.062	0.069	0.367	-0.20	0.07
		15,001 - 20,000 บาท	-0.093	0.068	0.168	-0.23	0.04
		25,001 - 30,000 บาท	-0.032	0.113	0.778	-0.25	0.19
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.394*	0.134	0.003	-0.66	-0.13
	25,001 - 30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-0.041	0.100	0.684	-0.24	0.16
		10,000 - 15,000 บาท	-0.030	0.100	0.763	-0.23	0.17
		15,001 - 20,000 บาท	-0.061	0.099	0.536	-0.25	0.13
		20,001 - 25,000 บาท	0.032	0.113	0.778	-0.19	0.25
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.362*	0.152	0.017	-0.66	-0.06
	30,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.321*	0.122	0.009	0.08	0.56
		10,000 - 15,000 บาท	0.332*	0.122	0.007	0.09	0.57
		15,001 - 20,000 บาท	0.301*	0.122	0.013	0.06	0.54
		20,001 - 25,000 บาท	0.394*	0.134	0.003	0.13	0.66
		25,001 - 30,000 บาท	0.362*	0.152	0.017	0.06	0.66

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านความต้องการอำนาจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	-0.456*	0.065	<0.001	-0.58	-0.33
		15,001 - 20,000 บาท	0.070	0.061	0.256	-0.05	0.19
		20,001 - 25,000 บาท	0.181	0.103	0.081	-0.02	0.38
		25,001 - 30,000 บาท	-0.433*	0.149	0.004	-0.73	-0.14
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.573*	0.183	0.002	-0.93	-0.21
	10,000 - 15,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.456*	0.065	<0.001	0.33	0.58
		15,001 - 20,000 บาท	0.526*	0.061	<0.001	0.41	0.64
		20,001 - 25,000 บาท	0.637*	0.103	<0.001	0.43	0.84
		25,001 - 30,000 บาท	0.023	0.149	0.878	-0.27	0.32
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.117	0.183	0.523	-0.48	0.24
	15,001 - 20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-0.070	0.061	0.256	-0.19	0.05
		10,000 - 15,000 บาท	-0.526*	0.061	<0.001	-0.64	-0.41
		20,001 - 25,000 บาท	0.111	0.101	0.272	-0.09	0.31
		25,001 - 30,000 บาท	-0.503*	0.148	0.001	-0.79	-0.21
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.643*	0.182	<0.001	-1.00	-0.29
	20,001 - 25,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-.181	0.103	0.081	-0.38	0.02
		10,000 - 15,000 บาท	-0.637*	0.103	<0.001	-0.84	-0.43
		15,001 - 20,000 บาท	-0.111	0.101	0.272	-0.31	0.09
		25,001 - 30,000 บาท	-0.614*	0.170	<0.001	-0.95	-0.28
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.754*	0.200	<0.001	-1.15	-0.36

	25,001 - 30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.433*	0.149	<0.001	0.14	0.73
		10,000 - 15,000 บาท	-0.023	0.149	0.878	-0.32	0.27
		15,001 - 20,000 บาท	0.503*	0.148	0.001	0.21	0.79
		20,001 - 25,000 บาท	0.614*	0.170	<0.001	0.28	0.95
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.140	0.227	0.539	-0.59	0.31
	30,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.573*	0.183	0.002	0.21	0.93
		10,000 - 15,000 บาท	0.117	0.183	0.523	-0.24	0.48
		15,001 - 20,000 บาท	0.643*	0.182	<0.001	0.29	1.00
		20,001 - 25,000 บาท	0.754*	0.200	<0.001	0.36	1.15
		25,001 - 30,000 บาท	0.140	0.227	0.539	-0.31	0.59
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.081 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig เท่ากับ 0.539 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการอำนาจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

H_0 : Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 การทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	Equal variances assumed	0.052	0.820	-1.361	498	0.174	-0.116	0.085	-0.284	0.051
	Equal variances not assumed			-1.306	228.618	0.193	-0.116	0.089	-0.291	0.059
ด้านการอนุรักษ์	Equal variances assumed	0.089	0.765	.722	498	0.471	0.068	0.094	-0.116	0.251
	Equal variances not assumed			.719	245.593	0.473	0.068	0.094	-0.118	0.253
ด้านการพัฒนาตนเอง	Equal variances assumed	1.102	0.294	.632	498	0.528	0.074	0.117	-0.156	0.304
	Equal variances not assumed			.649	261.719	0.517	0.074	0.114	-0.151	0.299
ด้านการเข้าใจผู้อื่น	Equal variances assumed	0.611	0.435	.649	498	0.517	0.048	0.075	-0.098	0.195
	Equal variances not assumed			.653	251.275	0.514	0.048	0.074	-0.097	0.194

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตาม เพศ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.174 ด้านการอนุรักษ์ มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.471 ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.528 และด้านการเข้าใจผู้อื่น มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.517 ดังนั้น เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการอนุรักษ์ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการเข้าใจผู้อื่น

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	Equal variances assumed	0.489	0.485	-.736	498	0.462	-0.078	0.106	-0.285	0.130
	Equal variances not assumed			-.801	114.466	0.425	-0.078	0.097	-0.270	0.114
ด้านการอนุรักษ์	Equal variances assumed	19.967	<0.001	-3.635	498	<0.001	-0.416	0.114	-0.641	-0.191
	Equal variances not assumed			-4.397	129.560	<0.001	-0.416	0.095	-0.603	-0.229
ด้านการพัฒนาตนเอง	Equal variances assumed	13.562	<0.001	-6.330	498	<0.001	-0.884	0.140	-1.159	-0.610
	Equal variances not assumed			-7.929	136.079	<0.001	-0.884	0.112	-1.105	-0.664
ด้านการเข้าใจผู้อื่น	Equal variances assumed	2.777	0.096	2.775	498	0.006	0.254	0.092	0.074	0.435
	Equal variances not assumed			2.967	112.297	0.004	0.254	0.086	0.084	0.424

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตามสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.468 ซึ่งมากกว่า 0.005 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น สถานภาพที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ไม่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

ด้านการอนุรักษ์ มีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่าสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่าสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่าสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการอนุรักษ์ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการเข้าใจผู้อื่น

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	Between Groups	2.305	3	0.768	1.057	0.367
	Within Groups	360.613	496	0.727		
	Total	362.918	499			
ด้านการอนุรักษ์	Between Groups	21.396	3	7.132	8.524	<0.001
	Within Groups	414.996	496	0.837		
	Total	436.392	499			
ด้านการพัฒนาตนเอง	Between Groups	87.790	3	29.263	24.345	<0.001
	Within Groups	596.210	496	1.202		
	Total	684.000	499			
ด้านการเข้าใจผู้อื่น	Between Groups	3.053	3	1.018	1.843	0.138
	Within Groups	273.899	496	0.552		
	Total	276.952	499			

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่า Sig เท่ากับ 0.367 ซึ่งมากกว่า 0.005 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการอนุรักษ์ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีค่า Sig เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.005 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการเข้าใจผู้อื่นไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการอนุรักษ์และด้านการพัฒนาตนเอง

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) Education	(J) Education	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านการอนุรักษ์	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.566 [*]	0.126	<0.001	-0.81	-0.32
		ปริญญาตรี	-0.039	0.094	0.675	-0.22	0.15
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.412	0.234	0.079	-0.87	0.05
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.566 [*]	0.126	<0.001	0.32	0.81
		ปริญญาตรี	0.527 [*]	0.117	<0.001	0.30	0.76
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.155	0.244	0.526	-0.32	0.63
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.039	0.094	0.675	-0.15	0.22
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.527 [*]	0.117	<0.001	-0.76	-0.30
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.372	0.229	0.105	-0.82	0.08
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.412	0.234	0.079	-0.05	0.87
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.155	0.244	0.526	-0.63	0.32
		ปริญญาตรี	0.372	0.229	0.105	-0.08	0.82

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานด้านการอนุรักษ์ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.675 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6

หรือ ปวช. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.079 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.526 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษา นุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.105 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) Education	(J) Education	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านการอนุรักษ์	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.507*	0.151	<0.001	-0.80	-0.21
		ปริญญาตรี	0.608*	0.113	<0.001	0.39	0.83
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.314	0.280	0.264	-0.24	0.86
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	0.507*	0.151	<0.001	0.21	0.80
		ปริญญาตรี	1.115*	0.140	<0.001	0.84	1.39
		สูงกว่าปริญญาตรี	0.821*	0.292	0.005	0.25	1.40
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.608*	0.113	<0.001	-0.83	-0.39
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-1.115*	0.140	<0.001	-1.39	-0.84
		สูงกว่าปริญญาตรี	-0.294	0.275	0.285	-0.83	0.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.	-0.314	0.280	0.264	-0.86	0.24
		อนุปริญญา หรือ ปวส.	-0.821*	0.292	0.005	-1.40	-0.25
		ปริญญาตรี	0.294	0.275	0.285	-0.25	0.83

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.264 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่าระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig เท่ากับ 0.285 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	Between Groups	4.974	4	1.244	1.720	0.144
	Within Groups	357.944	495	0.723		
	Total	362.918	499			
ด้านการอนุรักษ์	Between Groups	14.613	4	3.653	4.287	0.002
	Within Groups	421.779	495	0.852		
	Total	436.392	499			

ด้านการพัฒนาตนเอง	Between Groups	22.362	4	5.590	4.182	0.002
	Within Groups	661.638	495	1.337		
	Total	684.000	499			
ด้านการเข้าใจผู้อื่น	Between Groups	2.171	4	0.543	0.978	0.419
	Within Groups	274.781	495	0.555		
	Total	276.952	499			

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่า Sig เท่ากับ 0.144 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการอนุรักษ์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่า Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีค่า Sig เท่ากับ 0.419 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการเข้าใจผู้อื่นไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการอนุรักษ์และด้านการพัฒนาตนเอง

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: ด้านการอนุรักษ์						
LSD						
(I) Jobs	(J) Jobs	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้าราชการ พนักงาน / ลูกจ้างของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.155	0.133	0.247	-0.42	0.11
	พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน	-0.215	0.131	0.100	-0.47	0.04
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.332*	0.163	0.042	-0.65	-0.01
	อื่นๆ	0.160	0.124	0.199	-0.08	0.40

พนักงานรัฐวิสาหกิจ /ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	0.155	0.133	0.247	-0.11	0.42
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.061	0.125	0.629	-0.31	0.19
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.177	0.159	0.265	-0.49	0.13
	อื่นๆ	0.315*	0.119	0.008	0.08	0.55
พนักงานบริษัท /ลูกจ้างเอกชน	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	0.215	0.131	0.100	-0.04	0.47
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.061	0.125	0.629	-0.19	0.31
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.117	0.157	0.457	-0.42	0.19
	อื่นๆ	0.375*	0.116	0.001	0.15	0.60
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	0.332*	0.163	0.042	0.01	0.65
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.177	0.159	0.265	-0.13	0.49
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	0.117	0.157	0.457	-0.19	0.42
	อื่นๆ	0.492*	0.152	0.001	0.19	0.79
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป/ นักเรียน/นักศึกษา/ ว่างงาน)	ข้าราชการ พนักงาน/ ลูกจ้างของรัฐ	0.160	0.124	0.199	-0.40	0.08
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.315*	0.119	0.008	-0.55	-0.08
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.375*	0.116	0.001	-0.60	-0.15
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.492*	0.152	0.001	-0.79	-0.19

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามอาชีพ ได้ดังนี้

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig เท่ากับ 0.247 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน มีค่า Sig เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: ด้านการพัฒนาตนเอง						
LSD						
(I) Jobs	(J) Jobs	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.140	0.167	0.402	-0.19	0.47
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.054	0.164	0.742	-0.38	0.27
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.151	0.204	0.461	-0.25	0.55
	อื่นๆ	0.482*	0.156	0.002	0.18	0.79
พนักงานรัฐวิสาหกิจ /ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	-0.140	0.167	0.402	-0.47	0.19
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.194	0.157	0.217	-0.50	0.11
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.011	0.199	0.957	-0.38	0.40
	อื่นๆ	0.342*	0.149	.022	.05	0.63
พนักงานบริษัท /ลูกจ้างเอกชน	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	0.054	0.164	0.742	-0.27	0.38
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	0.194	0.157	0.217	-0.11	0.50
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0.205	0.196	0.298	-0.18	0.59
	อื่นๆ	0.536*	0.145	<0.001	0.25	0.82
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	-0.151	0.204	0.461	-0.55	0.25
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.011	0.199	0.957	-0.40	0.38
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.205	0.196	0.298	-0.59	0.18
	อื่นๆ	0.331	0.190	0.082	-0.04	0.70
อื่นๆ (รับจ้างทั่วไป/นักเรียน/นักศึกษา/ว่างงาน)	ข้าราชการ พนักงาน /ลูกจ้างของรัฐ	-0.482*	0.156	0.002	-0.79	-0.18
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ	-0.342*	0.149	0.022	-0.63	-0.05
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	-0.536*	0.145	<0.001	-0.82	-0.25
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.331	0.190	0.082	-0.70	0.04

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig เท่ากับ 0.298 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษาว่างาน) ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) มีค่า Sig น้อยกว่า 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง	Between Groups	3.056	5	0.611	0.839	0.522
	Within Groups	359.862	494	0.728		
	Total	362.918	499			
ด้านการอนุรักษ์	Between Groups	10.857	5	2.171	2.521	0.029
	Within Groups	425.535	494	0.861		
	Total	436.392	499			
ด้านการพัฒนาตนเอง	Between Groups	33.306	5	6.661	5.057	<0.001
	Within Groups	650.694	494	1.317		
	Total	684.000	499			
ด้านการเข้าใจผู้อื่น	Between Groups	3.074	5	0.615	1.109	0.355
	Within Groups	273.878	494	0.554		
	Total	276.952	499			

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่า Sig เท่ากับ 0.522 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการอนุรักษ์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.029 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการพัฒนาตนเอง มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีค่า Sig เท่ากับ 0.355 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการเข้าใจผู้อื่นไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการอนุรักษ์และด้านการพัฒนาตนเอง

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านการอนุรักษ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	-0.344*	0.113	0.002	-0.57	-0.12
		15,001 - 20,000 บาท	-0.290*	0.107	0.007	-0.50	-0.08
		20,001 - 25,000 บาท	-0.275	0.180	0.128	-0.63	0.08
		25,001 - 30,000 บาท	-0.425	0.261	0.104	-0.94	0.09
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.528	0.320	0.099	-1.16	0.10
	10,000 - 15,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.344*	0.113	0.002	0.12	0.57
		15,001 - 20,000 บาท	0.054	0.106	0.611	-0.15	0.26
		20,001 - 25,000 บาท	0.069	0.180	0.703	-0.28	0.42
		25,001 - 30,000 บาท	-0.081	0.260	0.757	-0.59	0.43
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.184	0.319	0.565	-0.81	0.44
	15,001 - 20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.290*	0.107	0.007	0.08	0.50
		10,000 - 15,000 บาท	-0.054	0.106	0.611	-0.26	0.15
		20,001 - 25,000 บาท	0.015	0.176	0.933	-0.33	0.36

		25,001 - 30,000 บาท	-0.135	0.258	0.602	-0.64	0.37
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.238	0.317	0.454	-0.86	0.39
	20,001 - 25,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.275	0.180	0.128	-0.08	0.63
		10,000 - 15,000 บาท	-0.069	0.180	0.703	-0.42	0.28
		15,001 - 20,000 บาท	-0.015	0.176	0.933	-0.36	0.33
		25,001 - 30,000 บาท	-0.149	0.296	0.614	-0.73	0.43
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.253	0.349	0.470	-0.94	0.43
	25,001 - 30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.425	0.261	0.104	-0.09	0.94
		10,000 - 15,000 บาท	0.081	0.260	0.757	-0.43	0.59
		15,001 - 20,000 บาท	0.135	0.258	0.602	-0.37	0.64
		20,001 - 25,000 บาท	0.149	0.296	0.614	-0.43	0.73
		30,001 บาทขึ้นไป	-0.103	0.397	0.795	-0.88	0.68
	30,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.528	0.320	0.099	-0.10	1.16
		10,000 - 15,000 บาท	0.184	0.319	0.565	-0.44	0.81
		15,001 - 20,000 บาท	0.238	0.317	0.454	-0.39	0.86
		20,001 - 25,000 บาท	0.253	0.349	0.470	-0.43	0.94
		25,001 - 30,000 บาท	0.103	0.397	0.795	-0.68	0.88
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.128 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.104 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท

ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig เท่ากับ 0.454 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.614 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig เท่ากับ 0.470 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig เท่ากับ 0.795 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเอง

Multiple Comparisons							
LSD							
Dependent Variable	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ด้านการพัฒนาตนเอง	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	-.673 [*]	.139	<.001	-.95	-.40
		15,001 - 20,000 บาท	-.230	.133	.084	-.49	.03
		20,001 - 25,000 บาท	-.121	.223	.589	-.56	.32
		25,001 - 30,000 บาท	-.305	.322	.345	-.94	.33

		30,001 บาทขึ้นไป	-.424	.395	.284	-1.20	.35
	10,000 - 15,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.673*	.139	<.001	.40	.95
		15,001 - 20,000 บาท	.443*	.131	<.001	.19	.70
		20,001 - 25,000 บาท	.552*	.222	.013	.12	.99
		25,001 - 30,000 บาท	.368	.322	.253	-.26	1.00
		30,001 บาทขึ้นไป	.249	.395	.528	-.53	1.03
	15,001 - 20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.230	.133	.084	-.03	.49
		10,000 - 15,000 บาท	-.443*	.131	<.001	-.70	-.19
		20,001 - 25,000 บาท	.109	.218	.617	-.32	.54
		25,001 - 30,000 บาท	-.075	.319	.815	-.70	.55
		30,001 บาทขึ้นไป	-.194	.392	.622	-.96	.58
	20,001 - 25,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.121	.223	.589	-.32	.56
		10,000 - 15,000 บาท	-.552*	.222	.013	-.99	-.12
		15,001 - 20,000 บาท	-.109	.218	.617	-.54	.32
		25,001 - 30,000 บาท	-.184	.366	.615	-.90	.54
		30,001 บาทขึ้นไป	-.303	.432	.483	-1.15	.54
	25,001 - 30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.305	.322	.345	-.33	.94
		10,000 - 15,000 บาท	-.368	.322	.253	-1.00	.26
		15,001 - 20,000 บาท	.075	.319	.815	-.55	.70
		20,001 - 25,000 บาท	.184	.366	.615	-.54	.90
		30,001 บาทขึ้นไป	-.119	.490	.808	-1.08	.84
30,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.424	.395	.284	-.35	1.20	
	10,000 - 15,000 บาท	-.249	.395	.528	-1.03	.53	
	15,001 - 20,000 บาท	.194	.392	.622	-.58	.96	
	20,001 - 25,000 บาท	.303	.432	.483	-.54	1.15	
	25,001 - 30,000 บาท	0.119	0.490	0.808	0-.84	1.08	
*. The mean difference is significant at the 0.05 level.							

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาตนเอง โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ F-test ในการทดสอบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท มีค่า Sig น้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีค่า Sig เท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุป อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
 - 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย
 - 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลสรุป ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 362 คน และมีเพศชายจำนวน 138 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 423 คน และมีสถานภาพสมรสจำนวน 77 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน รองลงมาคือ ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. จำนวน 153 คน อนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 81 คน และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปหรือเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 144 คน รองลงมาคือพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างเอกชน จำนวน 113 คน พนักงานรัฐวิสาหกิจหรือลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ จำนวน 104 คน ข้าราชการ พนักงานหรือลูกจ้างของรัฐ จำนวน 89 คน และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 172 คน รองลงมาคือรายได้ 10,000 - 15,000 บาท จำนวน 139 คน จำนวน 21 คน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 133 คน รายได้ 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 33 คน รายได้ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 14 คน และ รายได้สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ และด้านความต้องการอำนาจ พิจารณาเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ

ท่านพยายามอย่างมากที่จะพัฒนาผลการทำงานของท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 270 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 181 คน เห็นด้วยปานกลาง 48 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 1 คน

ท่านชอบความท้าทายที่ยากจะพิชิตได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 266 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 142 คน เห็นด้วยปานกลาง 102 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 24 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 6 คน

ท่านต้องการที่จะรู้ว่าทำอย่างไรงานถึงจะก้าวหน้าและสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 247 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 181 คน เห็นด้วยปานกลาง 63 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 8 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน

ท่านชอบที่จะตั้งและไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นจริงได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 224 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 191 คน เห็นด้วยปานกลาง 78 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 7 คน

ท่านชอบความพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ยากสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 204 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 195 คน เห็นด้วยปานกลาง 90 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 10 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน

2. ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์

ท่านมักจะพบว่าตนเองพูดคุยกับคนรอบข้างในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานบ่อย ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 187 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 164 คน เห็นด้วยปานกลาง 115 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 29 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 5 คน

ท่านต้องการให้ผู้อื่นชอบในตัวท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 184 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 152 คน เห็นด้วยมากที่สุด 131 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 24 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 9 คน

ท่านค่อนข้างที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 194 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 137 คน เห็นด้วยมากที่สุด 136 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 27 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 6 คน

ท่านชอบที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 205 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 136 คน เห็นด้วยปานกลาง 129 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 25 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 5 คน

ท่านชอบทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าทำงานคนเดียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 160 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 142 คน เห็นด้วยปานกลาง 135 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 42 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 21 คน

3. ด้านความต้องการอำนาจ

ท่านพอใจการแข่งขันและการเอาชนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 137 คน และเห็นด้วยปานกลาง 137 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 90 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 80 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 56 คน

ท่านชอบที่จะเป็นคนควบคุมทุกอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 140 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 136 คน เห็นด้วยน้อย 86 คน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 84 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 54 คน

ท่านกล้าที่จะเผชิญหน้ากับคนที่ทำอะไรแล้วท่านไม่เห็นด้วย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 183 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 149 คน เห็นด้วยมากที่สุด 86 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 50 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 32 คน

ท่านชอบที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เขาทำตามวิถีทางที่ท่านต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 146 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 134 คน เห็นด้วยมากที่สุด 75 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 82 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 63 คน

ท่านมักจะทำงานเพื่อให้ได้เป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวท่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 141 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 133 คน เห็นด้วยมากที่สุด 77 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 84 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 65 คน

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

1) ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 199 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 197 คน เห็นด้วยปานกลาง 85 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 16 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 3 คน

2) ด้านการอนุรักษ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 199 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 165 คน เห็นด้วยมากที่สุด 82 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 43 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 11 คน

3) ด้านการพัฒนาตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมาก จำนวน 149 คน รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 141 คน ด้วยน้อย 95 คน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 69 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 46 คน

4) ด้านการเข้าใจผู้อื่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงาน เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 288 คน รองลงมาคือเห็นด้วยมาก จำนวน 148 คน เห็นด้วยปานกลาง 59 คน เห็นด้วยน้อย จำนวน 4 คน และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 1 คน

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการอนุรักษ์ และด้านการพัฒนาตนเอง เป็นลำดับสุดท้าย

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ต่างกัน Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตาม เพศ ยอมรับสมมติฐานหลัก คือ เพศ ที่แตกต่างกัน ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พิจารณาแยกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

สถานภาพที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์และด้านความต้องการอำนาจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านความต้องการประสบความสำเร็จ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา 2. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี 3. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี 4. ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. 2. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี 3. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี 4. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี 5. ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี และด้านความต้องการอำนาจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. 2. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี 3. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี 4. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี 5. ระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกันในด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว 2. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 3. อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว 4. อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 5. อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) และด้านความต้องการอำนาจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ 2. อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 3. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน 4. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว 5. อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 6. อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกันในด้านความ

ต้องการมิตรสัมพันธ์ ได้แก่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป และด้านความต้องการอำนาจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท 2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท 7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป 9. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป

5.1.6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล มีค่านิยมในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-test ในการทดสอบ จำแนกตาม เพศ พบว่ายอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า เพศของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีค่านิยมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พิจารณาแยกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

สถานภาพที่แตกต่างกันมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านการอนุรักษ์ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการเข้าใจผู้อื่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านการอนุรักษ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. 2. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี และด้านการพัฒนาตนเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และอนุปริญญา หรือ ปวส. 2. ระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช. และปริญญาตรี 3. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี 4. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพที่แตกต่างกันมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านการอนุรักษ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว 2. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 3. อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 4. อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) และด้านการพัฒนาตนเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. อาชีพข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ และอื่นๆ

(รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 2. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 3. อาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้างเอกชน และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน) 4. อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ว่างาน)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านการอนุรักษ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท 2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท และด้านการพัฒนาตนเอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ 1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท 2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรอภิปราย ดังนี้

5.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

จากผลวิเคราะห์ข้อมูล แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการมิตร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านความต้องการอำนาจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลวิจัยของ ธิธาร์ตน์ ดีประเสริฐ (2548) ได้วิจัยเรื่อง แรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาบริษัทแอมพาสตัสตรี จำกัด ซึ่งผลวิเคราะห์ข้อมูล พนักงานมีความต้องการประสบความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความต้องการอำนาจอยู่ในระดับปานกลาง

5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

จากผลวิเคราะห์ข้อมูล ค่านิยมในการปฏิบัติงาน ด้านการเข้าใจผู้อื่น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมรัตน์ อยู่พรต (2556) ได้วิจัยเรื่อง ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมในการทำงานทั้ง เจนเนอเรชั่น Y เจนเนอเรชั่น X และเบบี้บูมเมอร์ส เป็นไปในรูปแบบ และทิศทางเดียวกันคือ ค่านิยมด้านการเข้าใจผู้อื่นมากที่สุด

5.2.3 ความแตกต่างทางคุณลักษณะของบุคคลที่มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

จากผลวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความแตกต่างของเพศ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2552) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พบว่า เพศ ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ส่วนสถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรทวิ เกื่อนคำแสน (2559) โดยผลวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานของพนักงานที่แตกต่างกัน

5.2.4 ความแตกต่างทางคุณลักษณะของบุคคลที่มีต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างทางคุณลักษณะของบุคคลที่มีต่อค่านิยมในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิวา เทียนเบญจจะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลการพยากรณ์

ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานที่ส่งผลการปฏิบัติงานกรณีศึกษา พนักงานในองค์กรผู้ผลิตเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงานในองค์กร ปัจจุบัน ระดับตำแหน่งที่ต่างกัน ส่งผลต่อค่านิยมในการทำงานแตกต่างกัน มีความคล้ายคลึงกับผลวิจัยที่พบว่า ความแตกต่างของเพศ อาชีพ และรายได้ ของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อค่านิยมในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบถึงความแตกต่างทางคุณลักษณะส่วนบุคคลของ Generation Z ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน วิจัยเล่มนี้จึงเป็นเพียงแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มีบุคลากรที่มีประชากรใน Generation Z โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าทำงาน มีรายได้ประจำที่แน่นอนและไม่แน่นอน สังเกตจากอาชีพส่วนใหญ่เป็น รับจ้างทั่วไป นักเรียน นักศึกษา และว่างงาน ซึ่งอาจจะยังขาดประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน กลุ่มอาชีพนี้จัดอยู่ในกลุ่มอาชีพอื่นๆ ไม่ได้แยกอาชีพเฉพาะเจาะจงเอาไว้ ควรแยกอาชีพย่อยอีก เพื่อที่จะได้ทราบความแตกต่างของอาชีพในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

2) แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่สนใจมีเพียงกลุ่ม Generation Z เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ช่วงอายุจึงเท่ากัน ผลการศึกษาส่วนใหญ่ไปในทิศทางเดียวกัน ควรเพิ่มลักษณะด้านต่าง ๆ เรื่องแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นอีก เพื่อให้เห็นความแตกต่างของ Generation Z ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในทัศนะที่กว้างมากขึ้น ในเรื่องของแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงาน Generation Z ในกรุงเทพมหานคร ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1) ในการทำวิจัยในอนาคต ควรเพิ่มวิธีการวิจัยอื่น ๆ ในการทำวิจัย เพื่อให้เก็บข้อมูลที่มีรายละเอียด และเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ แนวคิดส่วนบุคคล ให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย เจาะลึกและตรงประเด็น ช่วยให้การแปลความหมายและวิเคราะห์ได้ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2) ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มีบุคลากร Generation Z และพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาและสร้างความก้าวหน้าแก่องค์กร

3) บริษัทหรือองค์กรที่เปิดรับบุคลากรเข้าทำงาน ควรมีปรับปรุงและพัฒนาบุคลากร ให้เข้ากับยุคสมัยและกลุ่มคน เพื่อถ่ายทอดความเข้าใจและระบบความคิดของบุคลากรยุคเริ่มเข้าทำงานใหม่มากขึ้น

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

ก่อ สวัสดิ์พานิช, มองการศึกษา: เส้นทางเท่าเทียมของคนไทย, (กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535).

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. 2558. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
12(58): 13-24.

ชญานิศวร์ กุศลรัตนมณีพร, ดลฤดี สุวรรณศิริ, ไพรัช บวรสมพงษ์, ชัยณรงค์ ศรีพงษ์, มสารัตน์ ต้นดีดีเลิศ,
รักษพล สนธิยา, อธิวัฒน์ เพ็ญสม และภูวิทย์ อุดมดี. (2555). การเสริมสร้างค่านิยม: การทบทวนองค์
ความรู้และแนวทางการวิจัยด้านค่านิยมไทย ในอนาคต. กรุงเทพฯ: กรม ส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวง
วัฒนธรรม.

ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิปพับลิเคชั่น.

ณัฐพัชร์ ลาภบ รุ่งวงศ์. (2562). การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2562.

ทิวา เทียนเบ็ญจะ. (2555). อิทธิพลการพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่านิยมในการทำงาน ความผูกพัน
ต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานที่ส่งผลการปฏิบัติงานกรณีศึกษา พนักงานในองค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ธิดารัตน์ ดีประเสริฐ. (2548). แรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาบริษัทแอมพาสต์สตรี จำกัด.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธัญรดา จิตสุรผล. (2553). แรงจูงใจ ความเครียด และพฤติกรรมการทำงาน ของพนักงาน บริษัท ประกันวินาศภัย ใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ,
36(138), 40-62.

นิพนธ์ ชาญอัมพร. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิตและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ของเด็กเจนเนอเรชั่นแซด.
วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 8 (2), 73-92.

พนัส หันนาคินทร์, การสอนค่านิยมและจริยธรรม, (กรุงเทพฯ: พิมพ์, 2537).

พรทวี เกื้อนคำแสน และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกทำงาน

- ของพนักงานระดับปฏิบัติการในนิคมอุตสาหกรรมเหมราช อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง, 13(1), 1-23.
 วาสนา พัฒนานันท์ชัย. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สลิลดา ปิ่นสุวรรณ (2555). ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ค่านิยมในงาน และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานบริษัท ทำอากาศยานไทยจา กัด (มหาชน).การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 9, 1673-1680.
- สุนทร โคมิน และสนธิ สมัครการ. (๒๕๒๒). ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย. สำนักวิจัยสถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนทร โคมินและสนธิ สมัครการ. (๒๕๒๒). รายงานวิจัยค่านิยมและระบบค่านิยมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2543). สังคมและวัฒนธรรมไทย :ค่านิยม : ครอบครั้ว : ศาสนา : ประเพณี (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- อนันต์ธนา สามพุ่มพวง. (2558). แรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครู สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร มหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- อภิชาติ ตั้งตระกูล. (2560). ค่านิยมส่วนบุคคล แรงจูงใจ และความคาดหวังในส่วนประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- อรพินทร์ ชูชม. (2555). แรงจูงใจใน การท างาน: ทฤษฎีและการประยุกต์. วารสารจิตวิทยา. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปีที่ 2. ฉบับที่ 2 มกราคม-ธันวาคม 2555.
- อรพินทร์ชูชม, อัจฉรา สุขารมณและอังคินันท์ อินทรกาแหง.(2553). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวงานกับคุณภาพชีวิต. วารสารพฤติกรรมศาสตร์, 16(2), 32-49.
- Domjan, M. 1996. The Principles of Learning and Behavior. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth. P.199
- Gagne, M., & Deci, E. (2005). Self-determination theory and work motivation. Journal of Organizational Behavior. 26, 331-362.
- Grail Research. (2011). Consumers of Tomorrow: Insights and Observations About Generation Z. U.S.A.: Grail Research.
- Ivanova,A. and Smrikarov.A. (2009). The New Generations of Students and the Future of e-Learning in Higher Education. Paper presented at the International Conference on e-Learning and the Knowledge Society - eLearning'09, Berlin, Germany.
- McQueen. (2011). Ready or not...here come gen Z. Retrieved from: <http://michaelmcqueen.net/phocadownload/>

- parentsteachers/Ready%20or%20not,%20here%20come%20Gen%20Z.pdf
- Miller, M. A. (1995). Culture, spirituality. Boston: McGraw-Hill.
- Papalia, Olds, and Feldman. (2008). Human Development. Singapore:McGraw-Hill.
- Phenix . (1992). แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม., สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org>.
- Rush, M. (1992). An introduction to political sociology. New York: Prentice Hall.
- Schiffman and Kanuk. 1991:69.แรงจูงใจ การจูงใจ.<https://www.novabizz.com/NovaAce/Motives.htm>
- Schiffman, Leon G. and Kanuk Leslie Lazar. 1991. Consumer Behavior. 4 th.ed. New Jersey: Englewood Cliffs
- Sladek and Grabinger.(2014). Gen Z The first generation of the 21st century has arrived! XYZ University.Retrieved from:http://xyzuniversity.com/wpcontent/uploads/2014/02/GenZ_Final.pdf
- Spire Research and Consulting. (2010). Generation Y and Z Is marketing to the young all about technology U.S.A. Spire Research and Consulting Ple.
- Spranger, E. 1928. Types of men. Halle: Max Neime yer.
- Williams and Page. (2011). Marketing to the Generations. Journal of Behavioral Studies in Business, 3: 1-17.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาแรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1. อายุ

ไม่เกิน 20 ปี

อายุ 21 – 25 ปี

2. เพศ

ชาย

หญิง

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่า ม.6 หรือ ปวช.

อนุปริญญา หรือ ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

ข้าราชการ พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน

ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,000 - 15,000 บาท

15,001 - 20,000 บาท

20,001 - 25,000 บาท

25,001 - 30,000 บาท

30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจและค่านิยมในการปฏิบัติงานของ Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดตามระดับความคิดเห็นของท่าน

5= เห็นด้วยมากที่สุด 4= เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2= เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

แรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น				
	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
ด้านความต้องการประสบความสำเร็จ					
1. ท่านพยายามอย่างมากที่จะพัฒนาผลการทำงานของท่าน					
2. ท่านชอบความท้าทายที่ยากจะพิชิตได้					
3. ท่านต้องการที่จะรู้ว่าทำอย่างไรงานถึงจะก้าวหน้าและสำเร็จ					
4. ท่านชอบที่จะตั้งและไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นจริงได้					
5. ท่านชอบความพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ยากสำเร็จ					
ด้านความต้องการมิตรสัมพันธ์					
6. ท่านมักจะพบว่าตนเองพูดคุยกับคนรอบข้างในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานบ่อยๆ					
7. ท่านต้องการให้ผู้อื่นชอบในตัวท่าน					
8. ท่านค่อนข้างที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน					
9. ท่านชอบที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและองค์การ					
10. ท่านชอบทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าทำงานคนเดียว					
ด้านความต้องการอำนาจ					
11. ท่านพอใจการแข่งขันและการเอาชนะ					
12. ท่านชอบที่จะเป็นคนควบคุมทุกอย่าง					
13. ท่านกล้าที่จะเผชิญหน้ากับคนที่ทำอะไรแล้วท่านไม่เห็นด้วย					
14. ท่านชอบที่จะมีอิทธิพลต่อผู้อื่นให้เขาทำตามวิถีทางที่ท่านต้องการ					
15. ท่านมักจะทำงานเพื่อให้ได้เป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวท่าน					

ส่วนที่ 3 ค่านิยมในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดตามระดับความคิดเห็นของท่าน

5= เห็นด้วยมากที่สุด 4= เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2= เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่านิยม	ระดับความคิดเห็น				
	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด
1. ท่านให้ความสำคัญกับความคิดและการกระทำที่เป็นอิสระของตนเอง และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง					
2. ท่านให้ความสำคัญกับการทำตามข้อกำหนดหรือข้อบังคับ การรักษาการปฏิบัติแบบดั้งเดิมและความมั่นคง					
3. ท่านให้ความสำคัญกับการแสวงหาความสำเร็จและการมีอำนาจเหนือผู้อื่น					
4. ท่านให้ความสำคัญกับการยอมรับความเท่าเทียมของผู้อื่น และคำนึงถึงสวัสดิการ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	พลอยชมพู เหมหงษา
วัน เดือน ปีเกิด	1 กรกฎาคม พ.ศ. 2537
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	49/97 หมู่ 4 ตำบลเสาธงหิน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553	จบหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนต้น จบจากโรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) นนทบุรี
พ.ศ. 2556	จบหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย จบจากโรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) นนทบุรี
พ.ศ. 2560	จบหลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาพฤกษศาสตร์ จบจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2561 - 2562	ลูกจ้างธนาคารออมสิน เขตนนทบุรี 2 ศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้เขตนนทบุรี
พ.ศ. 2563 – ปัจจุบัน	ผู้ช่วยนักวิจัยฝ่ายจัดการสวนพฤกษศาสตร์และสวนรุกขชาติ สำนักวิจัยการอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์พืช กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช