

อิทธิพลของความคาดหวังในการทำงานที่มีต่อการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรและการตัดสินใจเลือกงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

Influence of Work Expectation on Organizational Identification and Job Selection of Generation Y

ดร. นุจรี สุพัฒน์

รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาจิตวิทยาองค์การ

คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

Dr. Nucharee Supatn

Associate Professor in Organizational Psychology

Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University

E-mail: nuhareespt@au.edu; Ph: +085-022-2555

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 14 กุมภาพันธ์ 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ

ครั้งที่ 1 : 18 มีนาคม 2563

ครั้งที่ 2 : 6 เมษายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 เมษายน 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการ กับ การตัดสินใจเลือกทำงาน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยการเก็บข้อมูลจากเจนเนอเรชั่นวาย 402 คนที่มาเข้าชมนงานเกี่ยวกับการจัดหางาน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกแบบสอบถามที่ใช้มีการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและมีการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังในลักษณะงานและบทบาทของผู้บริหารส่งผลกระทบต่อทางเลือกงาน ในขณะที่โครงสร้างการบริหารจัดการส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการตัดสินใจเลือกทำงานผ่านการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ผลที่ได้ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อการเลือกงานของคนเจนเนอเรชั่นวาย โดยพบว่าคนเจนเนอเรชั่นวายไม่ได้เลือกงานที่สนุกสนาน ตื่นเต้น เข้ากับไลฟ์สไตล์ มีผู้บริหารที่ใจกว้างเข้าใจ หรือเลือกงานที่ให้ผลตอบแทนสูง แต่การเลือกงานกลับขึ้นอยู่กับความคาดหวังในโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรและการรับรู้ต่ออัตลักษณ์ขององค์กรเป็นหลัก ความเข้าใจในมุมมองเกี่ยวกับการเลือกงานของเจนเนอเรชั่นวายจะช่วยให้ผู้บริหารองค์กร สามารถนำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลมาใช้ในการสื่อสารถึงโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อให้เจนเนอเรชั่นวายได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรในทางบวกและเลือกที่จะทำงานอย่างทุ่มเทให้กับองค์กรในที่สุด

คำสำคัญ: เจนเนอเรชั่นวาย การตัดสินใจเลือกงาน ความคาดหวังที่มีต่องาน โครงสร้างการบริหารจัดการ การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

Abstract

This research aimed to study the mediating effect of the organizational identification on the relationship between the expectation of Generation Y on the job characteristics, supervisory support, employer obligations, organizational structure and job selection. Questionnaire survey with 402 Generation Y people who were visiting the job fairs was conducted. Content validity of the measurements was verified by the three experts while the analysis of Cronbach's Alpha Coefficient was performed to ensure the reliability of the measurements. Structural equation modeling was performed to analyze data. The results indicated that job characteristics and supervisory support had indirect influences on job selection while the expectation on organizational structure had both direct and indirect influences on job selection via organizational identification. The highlight of the study was on the mediating role of the organizational identification on the career expectations of Generation Y and their job selection. The findings indicated that Generation Y people do not select the jobs that are fun, exciting, fitting with their life-styles nor having open-minded and understanding managers. The job characteristics and managerial styles could influence the organization identification but the job selection is based largely on organizational identification and the expectation on the organizational structure.

Keywords: Generation Y, Job selection, Job expectation, Organizational structure, Organizational Identification

บทนำ

การที่เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นประชากรส่วนใหญ่ของคนวัยทำงานที่กำลังมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดแรงงาน ไม่ว่าจะเป็นองค์กรเล็กหรือใหญ่ในปัจจุบัน ก็มีเจนเนอเรชั่นวายเป็นคนทำงานเป็นส่วนใหญ่ แต่การคัดเลือกเจนเนอเรชั่นวายเข้าทำงานในองค์กร และการบริหารจัดการให้เจนเนอเรชั่นวายทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มประสิทธิภาพ กลับเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายเนื่องจากทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้ชีวิตการทำงาน รวมทั้งการเลือกงานแตกต่างจากคนรุ่นก่อนเป็นอย่างมากยิ่ง Pew Research Center (2018) ได้รายงานไว้เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2561 ว่าตลาดแรงงานในปีพ.ศ. 2560 ประกอบไปด้วย เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) ร้อยละ 25 เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) ร้อยละ 33 เจนเนอเรชั่นวายร้อยละ 35 และ ที่เหลือร้อยละ 7 เป็นคนกลุ่มอื่น เจนเนอเรชั่นวายซึ่งเกิดในช่วงทศวรรษ 1980s และ 1990s หรือประมาณ พ.ศ. 2523-2542 มีอายุประมาณ 20-40 ปีในปัจจุบัน จึงเป็นส่วนใหญ่ในกลุ่มวัยทำงาน โดยสัดส่วนของเจนเนอเรชั่นวายมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นจากการเข้าสู่ตลาดแรงงานของนักศึกษาจบใหม่และการทยอยเกษียณอายุของคนในเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเบบี้บูมเมอร์

เจนเนอเรชั่นวายเกิดและเติบโตในช่วงการขยายตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งเต็มไปด้วยการแข่งขัน มีความรุนแรง ความไม่แน่นอนทางธุรกิจ (Raines, 2003) รวมทั้งการเติบโตของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอย่างก้าวกระโดด ทำให้การใช้ชีวิตและวิถีคิดของคนในเจนเนอเรชั่นวายมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนในเจนเนอเรชั่นก่อนหน้า โดยมักจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตนเองต้องการก่อนและพยายามหาสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตัวเองหลายคนจึงเรียกเจนเนอเรชั่นวายว่าเป็น “Me Generation” “Dot.com Generation” “Nexters” และ “Narcissistic with Self-filament” (Broadbridge, Maxwell, & Ogden, 2007) เจนเนอเรชั่นวาย มักไม่ต้องการทำงานหนัก

หรือทำงานหามรุ่งหามค่ำเพื่อความก้าวหน้าในการหน้าที่การงาน แต่จะเลือกงานที่เหมาะสมกับความชอบ วิธีชีวิต และทัศนคติทางสังคมของตนเอง โดยอาจยินดีที่จะเลือกสร้างธุรกิจเล็กๆ หรืออาจจะเล็กมากๆ ที่อาจมีรายได้น้อยกว่าการทำงานประจำแต่มีเวลาส่วนตัวในการใช้ชีวิตตามที่ชอบมากกว่า (Wong & Lui, 2010) ดังนั้นเงินเนอเรชั่นวายจึงไม่ได้เหมาะกับงานทุกประเภท คุณลักษณะบางอย่างเช่น ความมั่นใจในตนเอง ความทะเยอทะยาน มุ่งเน้นความสำเร็จ ต้องการความยืดหยุ่นและสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ทำให้เงินเนอเรชั่นวายมีแนวโน้มที่จะหางานที่มีทั้งความยืดหยุ่น ความก้าวหน้า และโอกาสที่จะใช้ชีวิตตามแบบฉบับของตัวเองได้ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่พบว่าหากเงินเนอเรชั่นวายได้ทำงานที่ไม่เหมาะกับตนเองก็มีโอกาสที่จะลาออก ได้ง่ายๆ (Vui-Yee & Paggy, 2018) และระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ เงินเนอเรชั่นวายทำงานในองค์กรแต่ละแห่งยังน้อยกว่าเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์และเบบี้บูมเมอร์อีกด้วย (Queiri, Yusoff & Dwaikat, 2014)

สำหรับบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีความมั่นคง และการบริหารจัดการที่เป็นระบบมักไม่มีปัญหาในการดึงดูดเงินเนอเรชั่นวายเข้าทำงาน ต่างกับบริษัทขนาดกลางหรือขนาดย่อมที่อาจดึงดูดใจให้ เงินเนอเรชั่นวายเข้ามาทำงานได้น้อยกว่า เนื่องจากมีชื่อเสียงน้อยกว่า มีความมั่นคงน้อยกว่า หรือมีข้อมูลเกี่ยวกับระบบการดำเนินงาน การบริหารจัดการที่เปิดเผยมต่อสาธารณชนน้อยกว่า ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 80 ของไทย มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน โดยมีมูลค่ารวมกว่าร้อยละ 43 ของ GDP ของทั้งประเทศ จากธุรกิจขนาดย่อมร้อยละ 30.7 และขนาดกลางร้อยละ 12.3 ในปี 2561 ซึ่งขยายตัวประมาณร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2019) ผลประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจย่อมมาจากประสิทธิภาพของคนทำงาน หากคนทำงานมีความสามารถ มีความรักในองค์กร พุ่มเทให้กับองค์กร สามารถทำงานประสานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็ย่อมจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพตามไปด้วย ความท้าทายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบันคือจะทำอย่างไรให้เงินเนอเรชั่นวาย เลือกว่าจะทำงานในบริษัทของตน และจะเลือกเงินเนอเรชั่นวายที่เหมาะสมกับลักษณะและอัตลักษณ์ของบริษัทได้อย่างไร

การที่เงินเนอเรชั่นวายจะตัดสินใจเลือกทำงานในบริษัทใดบริษัทหนึ่ง มาจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงานที่ต้องทำ (Vui-Yee & Paggy, 2018) และความคาดหวังต่อองค์กร เช่น ชื่อเสียงขององค์กร โครงสร้างการบริหารงานขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำงานและอื่น ๆ (Sathyakumar & Ramakrishnan, 2013; Lim, 2012; Hershatter & Epstein, 2010) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้เงินเนอเรชั่นวายได้รับรู้ถึงตัวตนที่แท้จริงหรืออัตลักษณ์ขององค์กร (Organizational Identity) เกิดความผูกพันกับองค์กร (Liu, Hui, Lee & Chen (2012) และตัดสินใจได้ว่าตนควรเลือกทำงานอย่างยั่งยืนในองค์กรใด การวิจัยครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาบทบาทของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังของเงินเนอเรชั่นวายที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการ กับการตัดสินใจเลือกทำงานของคนในเงินเนอเรชั่นวาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายที่จะตอบคำถามที่ว่า “ความคาดหวังในลักษณะงาน และโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรของเงินเนอเรชั่นวาย มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร และการตัดสินใจเลือกทำงานในบริษัทขนาดย่อมหรือขนาดกลางอย่างไร” โดยมีวัตถุประสงค์สามข้อ คือ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการของเงินเนอเรชั่นวายกับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการของเงินเนอเรชั่นวายกับการเลือกเข้าทำงานในองค์กร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการเลือกเข้าทำงานในองค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการตัดสินใจเลือกงาน

อัตลักษณ์องค์กร (Organizational Identity) เป็นคุณลักษณะสำคัญที่แสดงถึงตัวตนขององค์กร ที่ทำให้องค์กรหนึ่งแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ แม้จะอยู่ในแวดวงธุรกิจเดียวกันก็ตาม คุณลักษณะเหล่านี้จัดเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว ที่มีความยั่งยืน ถาวร ไม่เปลี่ยนแปลงตามสังคมและสิ่งแวดล้อม พนักงานที่ทำงานในองค์กรมักมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรทำให้มีการรับรู้ถึงตัวตนหรืออัตลักษณ์ขององค์กร ทั้งในวัฒนธรรม ระบบระเบียบและวิธีการทำงานของ คนในองค์กรจนเกิดเป็นความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร และหากอัตลักษณ์ขององค์กรสอดคล้องกับลักษณะนิสัยและตัวตนของพนักงาน พนักงานจะซึมซับเอาอัตลักษณ์ขององค์กรมาเป็นส่วนหนึ่งของตนเองโดยไม่รู้ตัว (Hatch & Schultz, 2000)

การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานหลายประการ รวมถึงความพึงพอใจในการทำงาน และตัดสินใจเลือกทำงานให้กับองค์กรที่มีอัตลักษณ์สอดคล้องกับตัวพนักงานเอง (Albert, Ashforth & Dutton, 2000) การตัดสินใจของเงินเนอเรชั่นวายที่จะเลือกงานและองค์กรที่อยากเข้าทำงานก็เช่นกัน แม้เงินเนอเรชั่นวายจะให้ความสำคัญกับลักษณะงาน วิธีการบริหาร ผลประโยชน์ที่ได้รับ แต่ความสอดคล้องระหว่างอัตลักษณ์ขององค์กรกับตัวตนของเงินเนอเรชั่นวาย ก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเช่นกัน ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและอัตลักษณ์ขององค์กรจะไม่สามารถหาได้โดยตรงจากข้อมูลบริษัทในเว็บไซต์ หรือสอบถามจากผู้บริหารหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลเวลาสัมภาษณ์งาน แต่จะหาได้โดยอ้อมจากการพูดคุยกับพนักงานที่ทำงานอยู่หรือเคยทำงานในองค์กร การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรจะช่วยให้ผู้ที่กำลังหางานตัดสินใจได้ว่าตัวตนขององค์กรสอดคล้องหรือแตกต่างจากตัวตนของผู้ที่กำลังหางานอย่างไร และเพียงใด ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจว่าจะอยากหรือไม่อยากเข้าทำงานในองค์กรนั้นเพียงใด Cheema Afsar, Al-Ghazali and Maqsoom (2020) ก็พบว่า การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพล ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของพนักงาน เช่นเดียวกับ Yang, Nguyen, Xiong and Wang (2019) ที่พบว่า การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ส่งผลกระทบต่อพนักงานทั้งในด้านความคิดและอารมณ์ พฤติกรรม รวมทั้งความภักดีต่อองค์กร อย่างไรก็ตาม แม้จะพบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรกับความคิดและพฤติกรรมของพนักงานในหลากหลายมิติจากการวิจัยที่ผ่านมา แต่ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรกับการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กรของผู้ที่กำลังพิจารณาหางานกลับยังไม่มีการวิจัยมาสนับสนุนมากนัก การวิจัยครั้งนี้จึงจะทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรกับการตัดสินใจเลือกงานของเงินเนอเรชั่นวายในสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรส่งผลกระทบต่อ การเลือกเข้าทำงานในองค์กร

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการเลือกเข้าทำงานในองค์กร

การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรที่จะนำมาสู่การตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรนั้นๆหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ ความคาดหวังและข้อมูลเกี่ยวกับงานและองค์กรที่ได้รับ ว่าตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือไม่เพียงใด หากความลักษณะของ งานและองค์กรมีความสอดคล้องกับสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นก็มักจะรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรในด้านดีและ อยากที่จะเข้าทำงานในองค์กรนั้น (Smidts, Pruyn & van Riel, 2001; Chatman, 1991) Kong, Wang and Fu (2015) ได้ศึกษาความคาดหวังในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการกับเจนเนอเรชันวายและพบว่าความคาดหวังที่มี ต่องานส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงาน และการทุ่มเทในการทำงาน ความคาดหวังในการศึกษาครั้งนี้จะ มุ่งเน้นไปที่ความคาดหวังที่มีต่องานและการทำงาน และความคาดหวังในโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร ดังนี้

ความคาดหวังที่มีต่องานและการทำงาน

Hurst and Good (2009) ได้จำแนกความคาดหวังที่มีต่องานและการทำงานของเจนเนอเรชันวาย เป็นสาม ส่วนคือ ความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน (Pre-entry Job expectation) ความคาดหวังที่มีบทบาทของผู้บริหารใน การดูแลสนับสนุนการทำงาน (Future supervisory support expectation) และการที่ผู้บริหารจัดหาผลประโยชน์ ตอบแทนพนักงานอย่างเป็นธรรม (Employer Obligations) สำหรับความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงานนั้น Knight Crutsinger and Kim (2006) พบว่าเจนเนอเรชันวายมักชอบงานที่สนุกสนาน มีบรรยากาศในการทำงานที่ น่าตื่นเต้น ไม่จำเจ ไม่หยุดนิ่ง ไม่ตัน มีโอกาสที่จะเรียนรู้และพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ มีความก้าวหน้าใน อาชีพ มีผลตอบแทนเป็น ตัวเงินที่ดี และจะต้องเป็นงานที่ทำแล้วรู้สึกประสบความสำเร็จ ส่วนความคาดหวังที่มีต่อ บทบาทของผู้บริหารในการดูแลสนับสนุนการทำงานนั้น Hurst and Good (2009) ได้อธิบายว่าเมื่อเจนเนอเรชันวาย เลือกเข้าทำงานในองค์กรใดองค์กรหนึ่งก็มักจะคาดหวังว่าจะมีหัวหน้างานหรือผู้บริหารที่มีความยุติธรรม เชื่อใจได้ คุยง่าย สามารถให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ รับฟัง มีเหตุผล ให้เกียรติลูกน้อง และให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วเวลาที่ เกิดปัญหาในการทำงาน รวมทั้งให้โอกาสให้ลูกน้องได้โชว์ผลงานและแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ Hom and Kinicki (2001) พบว่าการที่ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน ดูแล ช่วยเหลือ และสนับสนุนการทำงานของพนักงานให้ราบ รื่น จะทำให้เจนเนอเรชันวายเห็นคุณค่าในงาน ทุ่มเททำงานพยายามพัฒนาตัวเอง และสามารถทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพและมีความสุข ในส่วนของความคาดหวังที่จะได้ผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเป็นธรรมจากนายจ้างนั้น ผลประโยชน์ตอบแทนไม่ได้หมายถึงเงินเดือน ค่าจ้างแรงงาน และเวลาทำงานที่เป็นธรรมเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับตัวพนักงาน งานที่มีความท้าทาย งานที่ให้โอกาสรับผิดชอบ งานที่ส่งเสริมให้มีโอกาส ก้าวหน้า และมีการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมศักยภาพและเพิ่มพูนทักษะในการทำงานอย่างเพียงพอ (Broadbridge et al, 2007) Basar and Basim (2015) พบว่าการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมาจากความคาดหวัง ความเชื่อถือ และ ความผูกพันทั้งด้านอารมณ์ ความคิด และทัศนคติที่มีต่อองค์กร ซึ่ง Edwards and Peccei (2010) และ He, Pham, Baruch and Zhu (2014) ก็พบว่าการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมาจากการรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรพร้อมที่จะให้ คุณค่าต่อการทุ่มเททำงานของพนักงานและหวังในสวัสดิภาพของพนักงานเพียงใด สำหรับคนในเจนเนอเรชัน วายก็เช่นกัน ความคาดหวังที่มีต่องานและการทำงานทั้งสามด้านย่อมส่งผลกระทบต่อกับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร และการตัดสินใจเลือกงานของเจนเนอเรชันวาย ดังในสมมติฐานที่สองและสามดังนี้

สมมติฐานที่ 2: คาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 3: คาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกงานของเจนเนอเรชันวาย

ความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารงานขององค์กร

Sultan, de Waal and Goedegebuure (2017) ได้ศึกษาโครงสร้างการบริหารงานขององค์กร (Organizational Structure) ที่พนักงานและผู้ที่กำลังหางานคาดหวัง และพบว่าโครงสร้างการบริหารงานที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1) คุณภาพของการบริหารจัดการ (Management Quality) มาจากผู้บริหารที่มีคุณลักษณะเชิงบวกและมีวิธีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เช่น เป็นคนเชื่อถือได้ ทุ่มเท จริงใจ และมีภาวะผู้นำ

2) ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงาน (Openness & Action-Orientation) หมายถึงการที่องค์กรเปิดกว้างรับฟัง และให้โอกาสพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และคนอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็น เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ยอมรับความคิดใหม่ๆ หรือความคิดเห็นที่แตกต่าง รวมทั้งสามารถให้อภัยได้หากพนักงานมีการทำผิดพลาดจากเหตุสุดวิสัย หรือทำผิดพลาดในสิ่งที่เสี่ยงไม่ได้

3) มินโยบายระยะยาว (Long-term Orientation) เป็นการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นถึงความสำเร็จในระยะยาว ไม่ใช่การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยมุ่งเน้นถึงคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กร (Relationship Quality) โดยไม่ให้ความสำคัญกับความสนิทสนมส่วนตัว และไม่ยอมให้มีการเล่นการเมืองในองค์กร (Organizational Politics) องค์กรที่ผู้บริหาร พนักงานในระดับต่างๆ คู่ค้า ลูกค้า และบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจกัน และมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ย่อมจะทำให้การทำงานราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

4) มีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง (Continuous Improvement) การมีพัฒนาการที่ต่อเนื่องเชื่อว่าจะช่วยให้องค์กรสามารถฟันฝ่าปัญหาและอุปสรรคต่างๆไปได้ ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม หรืออื่นๆ เพราะองค์กรจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งก็จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกมั่นคงปลอดภัย และมีกำลังใจที่จะทำงาน การพัฒนาที่ต่อเนื่องครอบคลุมการพัฒนาในทุกมิติ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพสินค้า องค์กรที่นำเสนอสินค้าเดิมๆ ไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ก็มักจะมีคู่แข่งรายอื่นเข้ามานำเสนอสินค้าแบบเดียวกันที่ดีกว่า หรือถูกกว่า องค์กรที่ไม่มีการพัฒนาในเรื่องของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าเลยก็มักจะ "ตกเทรนด์" คือหมดความนิยม ทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง และอาจเลิกกิจการไปในที่สุด การพัฒนาสินค้าและบริการ การนำนวัตกรรมหรือสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้สินค้า จะทำให้บริษัทมีความได้เปรียบทางธุรกิจ และส่งผลให้พนักงานรู้สึกมั่นคงปลอดภัย อยากทุ่มเททำงานให้กับองค์กรเพื่อเติบโตไปพร้อมกับองค์กรที่มั่นคง

5) คุณภาพของพนักงาน (Employee Quality) เป็นปัจจัยที่ไม่อาจมองข้าม เพราะผลประกอบการขององค์กรก็ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานแต่ละคนมาประกอบเข้าด้วยกัน ดังนั้นองค์กรที่มีพนักงานที่มีคุณภาพย่อมมีผลประกอบการมากกว่าองค์กรอื่น การจะทำให้พนักงานมีคุณภาพก็ต้องมีการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณภาพ และพัฒนาบุคลากรเช่นกัน การจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงาน การวัดผลการทำงาน การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานแต่ละคน ย่อมจะช่วยให้พนักงานตระหนักถึงประสิทธิภาพในการทำงานของตนเทียบกับคนอื่น และสามารถปรับปรุงตัวเองได้อย่างเหมาะสม

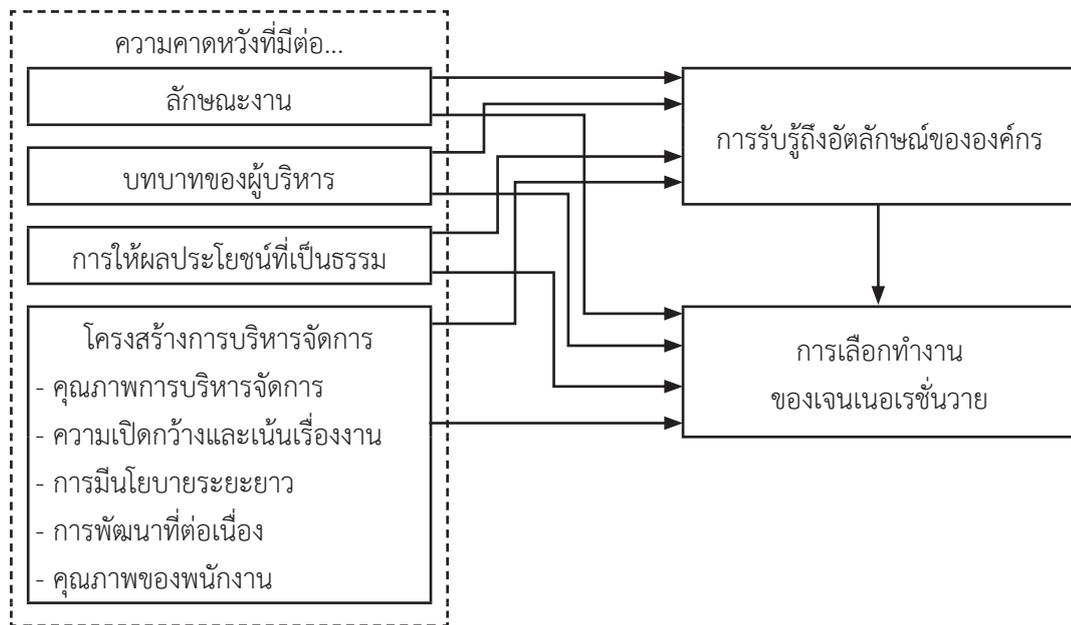
โครงสร้างการบริหารงานขององค์กรที่ดีจะส่งผลให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลการประกอบการที่สูงกว่าองค์กรอื่น ซึ่ง Hamzagic (2018) พบว่าการบริหารจัดการและวิธีการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพของผู้บริหารจะส่งผลต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร และ Moriano, Molero, Topa and Mangin (2011) ก็พบว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรเช่นกัน ดังนั้น โครงสร้างการบริหารงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพย่อมทำให้คนทั่วไปรวมทั้งคนในเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังหางานทำมองเห็นถึงอัตลักษณ์องค์กรในทางที่ดีและสามารถดึงดูดให้เจนเนอเรชั่นวายอยากเข้าร่วมงานกับองค์กรนั้นๆเช่นกัน ดังนั้นความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการจึงส่งผลต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการตัดสินใจเลือกงานของเจนเนอเรชั่นวายดังสมมติฐานที่สี่และห้าดังนี้

สมมติฐานที่ 4: คาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 5: คาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรส่งผลกระทบต่อ การเลือกเข้าทำงานในองค์กร

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จึงมีเป้าหมายที่จะศึกษาผลกระทบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังที่มีต่อการทำงาน ทั้งที่มีต่อลักษณะงาน ต่อบทบาทของผู้บริหาร ต่อการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร ที่มีต่อการเลือกทำงานในองค์กรของเงินเนอเรชั่นวาย โดยนำเอาการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมาเป็นตัวเชื่อมระหว่างความคาดหวังและการตัดสินใจเลือกทำงานดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยมีสมมติฐานการวิจัย 5 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรส่งผลกระทบต่อ การเลือกเข้าทำงานในองค์กร

สมมติฐานที่ 2: คาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม ส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 3: คาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกงานของเงินเนอเรชั่นวาย

สมมติฐานที่ 4: คาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 5: คาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรส่งผลกระทบต่อ การเลือกเข้าทำงานในองค์กร

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีเจเนอเรชันวัยที่กำลังหางานทำเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากเจเนอเรชันวัยที่ไปชมงานตลาดนัดพบแรงงาน มหกรรมการจัดหางาน และงานอื่นๆ ที่มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป ที่จัดขึ้นในกรุงเทพฯ ในปี 2562 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตร $n = Z^2pq/E^2$ (n คือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง; Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%=1.96; p [proportion of success] = 0.5; q [proportion of failure] = 0.5; E คือค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5%) = 384.16 \approx 400 คน (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013) แต่เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง จึงมีการตรวจสอบขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 5 ตัวอย่าง ต่อพารามิเตอร์ (ค่าถามที่ใช้วัด) 1 ตัว (Kline, 2011) เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 71 ข้อ (71 ข้อ*5ตัวอย่าง= 355) กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจึงมีขนาดไม่น้อย 355 คน ดังนั้นที่คำนวณจากวิธีแรกจำนวน 400 คน จึงเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแปลเป็นภาษาไทยและให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นอาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจสองท่าน และผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งท่านมาตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาของข้อคำถามในแบบสอบถาม แล้วจึงนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำมาใช้จริง สำหรับคำถามที่เกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่องานทั้งสามด้าน ผู้วิจัยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Hurst and Good (2009) โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงานจำนวน 20 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “เป็นงานที่สนุกสนาน” “เป็นงานที่มีเกียรติ” “เป็นงานที่มีความสมดุลทั้งชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว” “เป็นงานที่มีโอกาสก้าวหน้า” เป็นต้น คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อบทบาทของผู้บริหารจำนวน 6 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังจะมีหัวหน้างานที่... “เป็นคนพูดง่าย” “เป็นคนคงเส้นคงวา” “รับฟังปัญหาของลูกน้อง” “มีวิธีการที่จะช่วยให้ลูกน้องทำงานได้ง่าย” “ชื่นชมผลงานลูกน้อง” และ “ยอมรับในตัวพนักงาน” และคำถามเกี่ยวกับการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมอีก 9 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “รายได้ไม่ต่ำกว่าที่อื่น” “ค่าตอบแทนขึ้นกับผลงานที่ทำ” “เวลาทำงานยุติธรรม” “มีโอกาสนำหน้า” เป็นต้น

ส่วนความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการ ผู้วิจัยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Sultan et al (2017) โดยมีคำถามทั้งหมดจำนวน 35 ข้อแบ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริหารจัดการจำนวน 11 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่ผู้บริหาร... “น่าเชื่อถือ” “มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว” “มีประสิทธิภาพ” “เป็นผู้นำที่เข้มแข็ง” ฯลฯ คำถามเกี่ยวกับความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงานจำนวน 6 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “มีการสื่อสารตรงไปตรงมากับพนักงาน” “เข้าใจในข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น” “ให้โอกาสพนักงานสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น” ฯลฯ คำถามเกี่ยวกับการมีนโยบายระยะยาวจำนวน 6 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “พยายามเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าและลูกค้า” “มุ่งมั่นที่จะให้บริการกับลูกค้าอย่างเต็มที่” “ผู้บริหารได้เข้ามาจากพนักงาน” ฯลฯ คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาที่ต่อเนื่องจำนวน 8 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “มีกลยุทธ์การบริหารที่ทำให้องค์กรแตกต่างจากที่อื่น” “มีการปรับปรุงกลยุทธ์องค์กรอย่างต่อเนื่อง” “มีการปรับปรุงพัฒนาความสามารถหลักขององค์กรอย่างต่อเนื่อง” ฯลฯ และคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของพนักงานจำนวน 4 ข้อ เช่น ท่านคาดหวังที่จะทำงานที่... “พนักงานมีความรับผิดชอบ” “พนักงานมีแรงบันดาลใจที่จะทำงาน” “พนักงานมีความอดทนและยืดหยุ่น” และ “พนักงานเข้ากันได้ดี” คำถามทั้งหมดใช้เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จากสำคัญที่สุด (5) จนถึงไม่สำคัญที่สุด (1)

ส่วนคำถามที่วัดการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรผู้วิจัยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Gautam, Dick and Wagner (2004) ประกอบด้วยคำถาม 12 ข้อ ให้ผู้ตอบแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับองค์กรที่อยากทำงานด้วยในแง่ของความภูมิใจในองค์กร ค่านิยมที่ตรงกัน เป้าหมายที่ตรงกัน ความรู้สึกอบอุ่นหากได้ร่วมงานด้วย ฯลฯ ในขณะที่คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกงาน จำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์นักศึกษาระดับปริญญาโทที่กำลังหางานทำจำนวน 20 คน คำถามที่ใช้วัดการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการตัดสินใจเลือกงานเป็นมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ จากเห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) จนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) หลังจากแปลข้อคำถามทุกข้อเป็นภาษาไทยผู้วิจัยนำไปทดสอบคุณภาพเบื้องต้น (Pre-testing) กับนักศึกษาชั้นปีที่สี่ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนสุดท้ายจำนวน 50 คน และทดสอบความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคอนบราคผลที่ได้พบว่าข้อคำถามที่วัดตัวแปรทุกตัวมีความเชื่อมั่น ตั้งแต่ 0.840 ไปจนถึง 0.960 ซึ่งสูงกว่า ค่า 0.7 ที่ต้องการ (Nunnally, 1978) รายละเอียดของค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแต่ละตัวมีรายละเอียดอยู่ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ศึกษา	Cronbach's α	จำนวนข้อ
ความคาดหวังที่มีต่อ		
ลักษณะงาน (Job Characteristics)	0.890	20
บทบาทของผู้บริหาร (Supervisory Support)	0.859	6
การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม (Employer Obligations)	0.870	9
โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร (Organizational Structure) ในด้าน	0.960	35
คุณภาพการบริหารจัดการ (Management Quality)	0.917	11
ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงาน (Openness & Action-Orientation)	0.886	6
การมีนโยบายระยะยาว (Long-term Orientation)	0.840	6
การพัฒนาที่ต่อเนื่อง (Continuous Improvement)	0.872	8
คุณภาพของพนักงาน (Employee Quality)	0.821	4
การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร (Organizational Identification)	0.913	12
การเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม (Intention to work in an SME)	0.849	4

กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างเป็นคนในเจนเนอเรชันวาย (อายุ 20 ถึง 40 ปี) ที่กำลังหางานทำ โดยเก็บจากคนที่เข้ามางานเกี่ยวกับการจัดหางานที่จัดขึ้นใน กรุงเทพฯ ในปี 2562 โดยเป็นงานนัดพบแรงงานของกระทรวงแรงงาน งานมหกรรมจัดหางานของบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทย และงาน international job fair ที่จัดโดยบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ความร่วมมือในงานวิจัย โดยมีคำถามคัดกรองว่าท่านกำลังหางานใหม่อยู่หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าใช่เท่านั้น โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 150 ชุด ในแต่ละงาน เมื่อสิ้นสุดกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ข้อมูลทั้งหมดจำนวน 450 ชุด แต่เนื่องจากข้อมูลบางชุด มีความไม่สมบูรณ์จึงตัดออกจากการวิจัย ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 402 ชุด ในจำนวนนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20 ถึง 40 ปี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 23 ปี จำนวนร้อยละ 43.04 ตามด้วยผู้มีอายุ 24 ถึง 30 ปี ร้อยละ 39.05 และอายุ 31 ถึง 40 ปี ร้อยละ 17.91 เป็นหญิงร้อยละ 52.99

และชาย ร้อยละ 47.01 ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่จบปริญญาตรีร้อยละ 68.41 สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 24.38 และต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 7.21 โดยร้อยละ 60.69 ไม่เคยทำงานในบริษัทใดโตมาก่อน ในขณะที่ร้อยละ 30.35 มีงานทำอยู่แล้วแต่ต้องการหางานใหม่ ส่วนที่เหลือร้อยละ 8.96 มีประสบการณ์ในการทำงานในบริษัทแต่ไม่ได้ทำงานให้กับบริษัทใดในปัจจุบัน งานที่ต้องการส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจประเภทต่างๆ กระจายไป รวมทั้งงานในห้างร้านต่างๆ งานบริการ งานเทคโนโลยีสารสนเทศ งานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และอื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ตามด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบของข้อคำถามเพื่อยืนยันความถูกต้องของการวัด (Confirmatory Factor Analysis) จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาได้นำเสนอในรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรหลัก

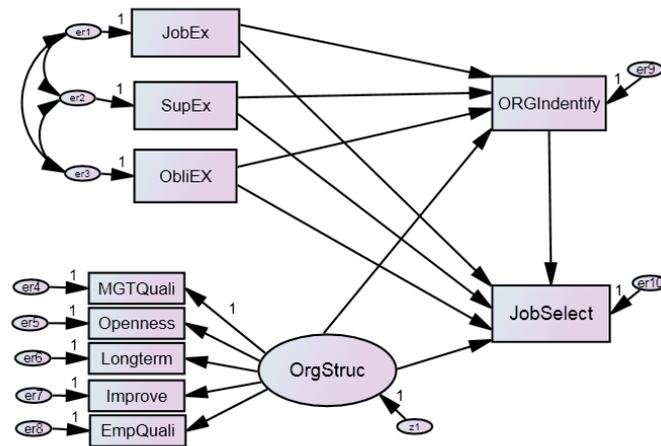
	X	SD
ความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน	4.078	0.516
บทบาทของผู้บริหาร	4.240	0.684
การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม	4.186	0.607
โครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร	4.285	0.557
การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร (Organizational Identification)	4.118	0.608
การเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม (Intention to work in an SME)	4.152	0.705

หมายเหตุ X = ค่าเฉลี่ย; SD = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาพบว่าตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวสูงกว่า 4.0 จากคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จาก 1 ถึง 5 จึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความคาดหวังต่อลักษณะงาน ต่อบทบาทของผู้บริหาร การให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม และโครงสร้าง การบริหารจัดการองค์กรอยู่ในระดับสูง รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร และการเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและย่อมก็อยู่ในระดับสูงเช่นกัน

สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบของข้อคำถามเพื่อยืนยันความถูกต้องของแบบจำลองการวัด ผู้วิจัยได้นำค่าคะแนนของการวัดตัวแปรแต่ละตัวจากการวัดความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงานจำนวน 20 ข้อ ความคาดหวังต่อบทบาทของผู้บริหาร จำนวน 6 ข้อ ความคาดหวังต่อการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมจำนวน 9 ข้อ ความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรในด้านคุณภาพการบริหารจัดการ 11 ข้อ ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงาน 6 ข้อ การมีนโยบายระยะยาว 6 ข้อ การพัฒนาที่ต่อเนื่อง 8 ข้อ และคุณภาพของพนักงาน 4 ข้อ รวมทั้งการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรจำนวน 12 ข้อและการเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 4 ข้อเข้ามาใส่ในแบบจำลองการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองในการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ในระดับที่น่าพอใจกล่าวคือ ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) คือ 2.149 ซึ่งน้อยกว่า 3.0 ซึ่งเป็นค่าที่รับได้ โดยมีดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลอง (Fit Indices) มากกว่า 0.9 (GFI=0.901; IFI=0.919; TLI=0.904; CFI=0.919) และค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation:

RMSEA) เท่ากับ 0.48 ซึ่งน้อยกว่าค่าสูงสุดที่รับได้ที่ 0.05 ผลของการวิเคราะห์หองค์ประกอบสามารถยืนยันความถูกต้องของแบบจำลองในการวัด รวมทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ขั้นต่อไปเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างตามแบบจำลองสมการโครงสร้างในภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2: แบบจำลองสมการโครงสร้าง

หมายเหตุ: $\chi^2/df=2.708$; $GFI=0.968$; $AGFI=0.930$; $IFI=0.988$; $TLI=0.979$; $CFI=0.988$; $RMSEA=0.045$

JobEx=ความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน; SupEx= ความคาดหวังที่มีต่อบทบาทของผู้บริหาร; ObliEX =ความคาดหวังที่มีต่อการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรม; OrgStruc=ความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร; MGTQuali= คุณภาพการบริหารจัดการ (Management Quality); Openness=ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงาน (Openness & Action-Orientation); Longterm=การมีนโยบายระยะยาว (Long-term Orientation); Improve=การพัฒนาที่ต่อเนื่อง (Continuous Improvement); EmpQuali=คุณภาพของพนักงาน (Employee Quality); ORGIdentify=การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร; JobSelect=การเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม

ในส่วนของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัวคือความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร และการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมมาใช้ ในส่วนของความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรนั้น ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้งห้าด้านมาใช้เป็นตัวแปรปฐมภูมิ (First Order Construct) โดยกำหนดค่าความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการเป็นตัวแปรทุติยภูมิ (Second Order Construct) สำหรับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการเลือกทำงานในองค์กร ขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้งสองมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลทั้ง 402 ชุด มาใช้ในการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลจริงที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจ แบบเดียวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างพบว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลในระดับที่น่าพอใจ โดยมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.708 ซึ่งน้อยกว่า 3.00 ซึ่งเป็นค่าสูงสุดที่รับได้ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า 0.9 ทุกตัว (GFI=0.968; AGFI=0.930; IFI=0.988; TLI=0.979; CFI=0.988) และค่าความคาดเคลื่อนของการประมาณค่า (RMSEA) อยู่ที่ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นค่าที่รับได้ ดังนั้นค่าความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Coefficients) ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ในแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ตามรายละเอียดในตารางที่ 3 จึงสามารถนำมาใช้ในการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัยได้

ตารางที่ 3: ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรในแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

Path Relationship				Coefficients		C.R.	
H1	การรับรู้ถึงอัตลักษณ์องค์กร	→	การเลือกทำงานในองค์กร	0.381	(0.329)	5.774	***
H2a	ความคาดหวังต่อลักษณะงาน	→	การรับรู้ถึงอัตลักษณ์องค์กร	0.365	(0.310)	5.849	***
H2b	บทบาทของผู้บริหาร	→	การรับรู้ถึงอัตลักษณ์องค์กร	0.216	(0.243)	4.126	***
H2c	ผลประโยชน์ที่เป็นธรรม	→	การรับรู้ถึงอัตลักษณ์องค์กร	0.044	(0.044)	0.688	(NS)
H3a	ความคาดหวังต่อลักษณะงาน	→	การเลือกทำงานในองค์กร	0.020	(0.015)	0.253	(NS)
H3b	บทบาทของผู้บริหาร	→	การเลือกทำงานในองค์กร	0.100	(0.097)	1.523	(NS)
H3c	ผลประโยชน์ที่เป็นธรรม	→	การเลือกทำงานในองค์กร	0.046	(0.039)	0.59	(NS)
H4	โครงสร้างการบริหารจัดการ	→	การรับรู้ถึงอัตลักษณ์องค์กร	0.824	(0.754)	12.093	***
H5	โครงสร้างการบริหารจัดการ	→	การเลือกทำงานในองค์กร	0.625	(0.493)	6.107	***

หมายเหตุ: ค่า Coefficients ในวงเล็บเป็นค่า Standardized coefficients

*** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$; N.S. = Not Significant

$R^2_{\text{Organizational Identification}} = 0.617$; $R^2_{\text{Intention}} = 0.558$

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรเองมีผลต่อการเลือกเข้าทำงานในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.381$; $p < 0.001$) ความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน ($\beta = 0.365$; $p < 0.001$) และบทบาทของผู้บริหาร ($\beta = 0.216$; $p < 0.001$) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร แต่ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม ($\beta = 0.020$ และ $\beta = 0.100$; $p > 0.05$) ในขณะที่ความคาดหวังต่อการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทั้งต่อการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ($\beta = 0.044$; $p > 0.05$) และการเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม ($\beta = 0.046$; $p > 0.05$) ในขณะที่ความคาดหวังต่อโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ($\beta = 0.824$; $p < 0.001$) และการเลือกเข้าทำงานในองค์กร ($\beta = 0.625$; $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

ดังนั้นสมมติฐานที่ 1 ที่ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรกับการเลือกทำงานในองค์กรพบที่มีความถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่สมมติฐานที่ 2 ซึ่งทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร และการให้ผลประโยชน์พนักงานอย่างเป็นธรรมกับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรจึงถูกต้องเพียงบางส่วน แต่และ สมมติฐานที่ 3 ที่ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสามตัว

กับการเลือกทำงานในองค์กรจึงไม่สอดคล้องกับข้อมูลจริง ส่วนสมมุติฐานที่ 4 และ สมมุติฐานที่ 5 ซึ่งทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการบริหารจัดการกับการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและการเลือกทำงานในองค์กรจึงถูกต้องสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ เมื่อพิจารณาค่า R-Square จะพบว่า ความคาดหวังทั้งสิ้นด้านสามารถอธิบายการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรได้ร้อยละ 61.7 ในขณะที่ความคาดหวังทั้งสิ้นด้านสามารถอธิบายรวมทั้งการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กร สามารถอธิบายการเลือกทำงานในองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 55.8

อภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรมีผลกระทบโดยตรงต่อการเลือกเข้าทำงานในองค์กร และยังเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร และโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรกับการเลือกเข้าทำงานในองค์กร ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการที่คนในเจนเนอเรชั่นวายจะเลือกเข้าทำงานเป็นพนักงานในองค์กรขนาดกลางและขนาด ย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ในอัตลักษณ์ขององค์กร ในขณะที่ความคาดหวังที่มีต่อความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน บทบาทของผู้บริหาร กลับไม่มีผลโดยตรงต่อการเลือกเข้าทำงานในองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังที่จะได้ผลประโยชน์และสิ่งตอบแทนจากนายจ้างอย่างเป็นทางการกลับไม่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการเลือกงานรวมทั้งการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรเช่นกัน ผลที่ได้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ทำในตะวันตก เช่น Sathyakumar and Ramakrishnan (2013), Lim (2012) และ Hershatter and Epstein (2010) ที่พบว่า ความคาดหวังที่จะได้ผลประโยชน์และสิ่งตอบแทนจากองค์กรมีผลต่อมุมมองและการเลือกงานของคนเจนเนอเรชั่นวาย นอกจากนี้ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและเงื่อนไขของเจนเนอเรชั่นวายในการเลือกงาน เช่น เจนเนอเรชั่นวายชอบงานที่สนุกสนาน บรรยากาศการทำงานดี งานน่าตื่นเต้น ต้องได้รับโอกาสที่จะพัฒนาตัวเอง และมีความรู้/ทักษะเพิ่มขึ้น ต้องมีความก้าวหน้าในการทำงานที่ชัดเจน ฯลฯ ก็ไม่สอดคล้องกับผลจากงานวิจัยที่ทำในตะวันตกเช่นกัน เช่น Wong & Lui (2010), Broadbridge et al (2007) และ Brown (2004) ผลที่ได้ชี้ให้เห็นว่าเจนเนอเรชั่นวายพยายามเลือกองค์กรที่มีอัตลักษณ์ที่สามารถเข้ากันได้กับบุคลิกภาพและความเป็นตัวตนของคนเจนเนอเรชั่นวายเอง ซึ่งบทบาทของการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรที่มีผลกระทบต่อ การเลือกงานที่พบในการศึกษาคครั้งนี้ ก็เป็นไปในทางที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Fok and Yeung (2016), Hatch and Schultz (2000) และ Albert et al (2000) ซึ่งพบว่าการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเลือกงานของเจนเนอเรชั่นวายมากกว่าความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงานและ บทบาทของผู้บริหารคือความคาดหวังที่มีต่อโครงสร้างการบริหารจัดการ ซึ่งพบว่ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลที่ได้ในส่วนนี้สอดคล้องกับผลจากวิจัยอื่นเช่นกัน (Hamzagic, 2018; Barsar & Basim, 2015; Moriano et al, 2011) ความคาดหวังในโครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กรในที่นี้ ครอบคลุมถึงมิติการบริหารที่สำคัญทั้งห้าด้านที่จะนำไปสู่ความเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง (Sultan et al, 2017) ซึ่งประกอบไปด้วยคุณภาพในการบริหารจัดการ ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงานโดยมองข้ามความสัมพันธ์ส่วนตัว และการเล่นการเมืองในองค์กรซึ่งทำให้พนักงานทุกคนมีโอกาสที่จะเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน และใส่ใจเฉพาะงานที่ทำ นอกจากนี้ยังต้องมีการกำหนดนโยบายในระยะยาวเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ไม่ใช่แค่บริหารจัดการเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นเรื่อง ๆ ไป การมีนโยบายในระยะยาวโดยมองข้ามปัญหาเล็กๆ ที่เกิดขึ้นในการทำงานจะช่วยให้องค์กรสามารถคงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กรด้วยกันและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับคู่ค้าลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆไว้ได้ สำหรับการพัฒนาที่ต่อเนื่องทั้งในด้านการบริหารจัดการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้องค์กรไม่หยุดนิ่ง สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งก็จะต้องมีการพัฒนาคุณภาพของพนักงานไปพร้อมกันโดยมีการให้การอบรม ให้ความรู้เสริมทักษะในการทำงานอย่างเพียงพอ รวมทั้งมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ

เพื่อพัฒนาคุณภาพการทำงานของพนักงาน การพัฒนาองค์กรและพนักงานอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้พนักงานมีความมั่นใจในอนาคตขององค์กร จนเกิดแรงกระตุ้นที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานอย่างเต็มที่ ซึ่ง Kopanidis and Shaw (2014) ก็พบว่าคนเจนเนอเรชั่นวายจะเลือกงานที่เห็นว่าเป็นงานที่มีคุณค่าทั้งต่อตนเองและสังคม และมุมมองของคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่อคุณค่าของงานก็มีความแตกต่างจากคนในเจนเนอเรชั่นอื่นด้วย (Rani & Samuel, 2016) ดังนั้นองค์กรที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพย่อมจะสามารถชนะใจเจนเนอเรชั่นวาย ทำให้เจนเนอเรชั่นวายได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่ชัดเจนขององค์กรและเลือกที่จะเข้าร่วมงานกับองค์กรนั้นเมื่อมีโอกาส แม้ว่าจะเป็นองค์กรขนาดกลางหรือขนาดย่อมก็ตาม

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

การที่เจนเนอเรชั่นวายเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่กำลังมีบทบาทในตลาดแรงงานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ความเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจนเนอเรชั่นวายในการเลือกงานหรือเลือกบริษัทที่อยากจะเข้าทำงานจะเป็นประโยชน์ต่อวงการธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีเจนเนอเรชั่นวายเป็นผู้ขับเคลื่อนในปัจจุบัน จากผลการวิจัยที่พบว่าโครงสร้างการบริหารจัดการที่ดี และการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ขององค์กรว่าตรงกับคุณค่าในลักษณะงานและบทบาทของผู้บริหารเพียงใด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำงานใน ผู้บริหารองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมจึงควรหาวิธีที่มีประสิทธิภาพที่จะสื่อสารกับเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่ถูกต้องและเพียงพอ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารจัดการ ลักษณะงาน วัฒนธรรมองค์กร และบทบาทผู้บริหารในการดูแล ช่วยเหลือ สนับสนุนการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยเจนเนอเรชั่นวายได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์หรือตัวตนที่แท้จริงขององค์กร และสามารถตัดสินใจได้ว่าองค์กรนี้เหมาะสมกับตัวเขาเพียงใด ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเข้ามาทำงานในองค์กรนั้นๆ ในที่สุด

Rothman and Sisman (2016) พบว่าการให้โอกาสเจนเนอเรชั่นวายได้ทำความรู้จักกับบริษัทต่างๆ ตั้งแต่ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการหางาน จะช่วยให้เจนเนอเรชั่นวายสามารถเปลี่ยนผ่านจากวัยศึกษาไปเป็นวัยทำงานได้อย่างมีจุดมุ่งหมายและมีประสิทธิภาพ Rothman and Sisman (2016) จึงแนะนำว่าควรจัดกิจกรรมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าไปเรียนรู้งานในธุรกิจจริง ซึ่งไม่ใช่แค่พานักศึกษาไปเยี่ยมชม ดูงาน แต่ควรมีโปรแกรมฝึกงาน (Internship Program) หรือโปรแกรมสหกิจศึกษา (Co-operative Learning Program) ที่นักศึกษาจะได้มีโอกาสได้ร่วมงานจริงกับองค์กรในช่วงเวลาที่นานพอที่จะเรียนรู้การทำงานจริง

สำหรับงานวิจัยในอนาคตอาจมุ่งประเด็นที่จะศึกษาไปที่โครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร โดยมุ่งเน้นไปที่มิติต่างๆ ในรายละเอียดในทุกมิติ ทั้ง คุณภาพการบริหารจัดการ ความเปิดกว้างและเน้นเรื่องงาน การกำหนดนโยบายระยะยาว การพัฒนาที่ต่อเนื่อง และคุณภาพของพนักงานรวมทั้งการพัฒนากลยุทธ์การจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในโครงสร้างบริหารจัดการขององค์กรในอนาคต

ข้อจำกัดการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในมุมมองของคนในเจนเนอเรชั่นวาย ผลการศึกษาที่ได้จึงไม่สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่มีต่อลักษณะงาน ต่อบทบาทของผู้บริหาร ต่อผลประโยชน์ที่เป็นธรรม ต่อโครงสร้างการบริหารจัดการที่มีต่อการรับรู้อัตลักษณ์ขององค์กร และการเลือกงานของเจนเนอเรชั่นวาย กับคนในเจนเนอเรชั่นอื่นได้ รวมทั้งการเปรียบเทียบมุมมองและผลกระทบของความคาดหวังด้านต่างๆ ที่มีต่อรับรู้อัตลักษณ์ขององค์กร และการเลือกงานระหว่างคนต่างเจนเนอเรชั่นก็ไม่สามารถทำได้ในการศึกษาครั้งนี้เช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- Albert, S., Ashforth, B., & Dutton, J. (2000). Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges. *Academy of Management Review*, 25, 13–17.
- Basar, U., & Basim, N. (2015). Effects of organizational identification on job satisfaction: Moderating role of organizational politics. *Journal of Yönetim ve Ekonomi*, 22(2), 663-683.
- Broadbridge, A., Maxwell, G., & Ogden, S. (2007). 13_2_30: Experiences, perceptions and expectations of retail employment for Generation Y. *Career Development International*, 12(6), 523-544.
- Brown, S. (2004). Where this path may lead: Understanding career decision-making for post college life. *Journal of College Student Development*, 45(4), 375-390.
- Chatman, J. (1991). Matching people and organizations: Selections and socialization in public accounting firms. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 459-484.
- Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B., & Maqsoom, A. (2020). How employee's perceived corporate social responsibility affects employee's pro-environmental behavior?: The influence of organizational identification, corporate entrepreneurship, and environmental consciousness. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 616-629.
- Edwards, M., & Peccei, R. (2010). Perceived Organizational Support, Organizational Identification, and Employee Outcomes: Testing a Simultaneous Multifoci Model. *Journal of Personnel Psychology*, 9(1), 17–26.
- Fok, R., & Yeung, R. (2016). Work attitudes of Generation Y in Macau's hotel industry: Management's perspective. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(1), 83-96.
- Gautam, T., Dick, R., & Wagner, U. (2004). Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology*, 7(3). 301-315.
- Hamzagic, E. (2018). The Importance of the organizational identification in forming organizational perception. *International Review*, (1-2), 1-11.
- Hatch, M., & Schultz, M. (2000). Scaling the tower of Babel: Relational differences between identity, image and culture in organizations. In M.J. Schultz., M.J. Hatch., & M.H. Larsen. (eds.), *The Expressive Organization: Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand*. (pp.11-35). New York: Oxford University Press.
- He, H., Pham, H. Q., Baruch, Y., & Zhu, W. (2014). Perceived organizational support and organizational identification: Joint moderating effects of employee exchange ideology and employee investment. *International Journal of Human Resource Management*, 25(20), 2772–2795.
- Hershatler, A., & Epstein, M. (2010). Millennials and the world of work: An organization and management perspective. *Journal of Business and Psychology*, 25 (2), 211-223.
- Hom, P., & Kinicki, A. (2001). Toward a greater understanding of how dissatisfaction drives employee turnover. *Academy of Management Journal*, 44(5), 975-987.

- Hurst, J., & Good, L. (2009). Generation Y and career choice: The impact of retail career perceptions, expectations and entitlement perceptions. *Career Development International*, 14(6), 570-593.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (3rd ed). New York: The Guilford Press.
- Knight, D., Crutsinger, K., & Kim, H. (2006). The impact of retail work experience, career expectation and job satisfaction on retail career intention. *Clothing and Textiles Research Journal*, 24(1), 1-14.
- Kong, H., Wang, S., & Fu, X. (2015). Meeting career expectation: Can it enhance job satisfaction of Generation Y? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(1), 147-168.
- Kopanidis, F., & Shaw, M. (2014). Courses and careers: measuring how students' personal values matter. *Education + Training*, 56(5), 397-413.
- Lim, H. L. (2012). Generation Y workforce expectations: implications for the UAE. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 5(4), 281-293.
- Liu, J., Hui, C., Lee, C., & Chen, Z. (2012). Fulfilling obligations: Why Chinese employees stay. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(1), 35-51.
- Moriano, J., Molero, F., Topa, G., & Mangin, J. (2011). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 103-119.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2019) Executive Summary: White paper on SME 2019: Retrieved from <https://www.sme.go.th/>
- Pew Research Center. (2018). *Millennials are the largest generation in the U.S. labor force*. Retrieve from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/04/11/millennials-largest-generation-us-labor-force>
- Queiri, A., Yusoff, W., & Dwaikat, N. (2014). Generation-Y employees' turnover: Work-values fit perspective. *International Journal of Business and Management*, 9(11), 199-213.
- Raines, C. (2003). *Connecting Generations: The Sourcebook for a New Workplace*. Menlo Park, California: Crisp Publications.
- Rani, N., & Samuel, A. (2016). A study on generational differences in work values and person-organization fit and its effect on turnover intention of Generation Y in India. *Management Research Review*, 39(12), 1695-1719.
- Rothman, M., & Sisman, R. (2016). Internship impact on career consideration among business students. *Education + Training*, 58(9), 1003-1013.
- Sathyakumar, J., & Ramakrishnan, M. (2013). Work place expectations and organizational commitment of generation "Y": A case study at selective business school. *TSM Business Review*, 1(1), 1-13.

- Smidts, A., Pruyn, A., & van Riel, C. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
- Sultan, S., de Waal, A., & Goedegebuure, R. (2017). Analyzing organizational performance of family and non-family businesses using the HPO framework. *Journal of Family Business Management*, 7(3), 242-255.
- Vui-Yee, K., & Paggy, K. (2018). The effect of work fulfillment on job characteristics and employee retention: Gen Y employees. *Global Business Review*, 21(2), 1–15.
- Wong, S., & Lui, G. (2010). Will parental influences affect career choice? Evidence from hospitality and tourism management students in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(1), 82-102.
- Yang, J., Nguyen, H., Xiong, X., & Wang, X. (2019). Feeling identified vs. behaving as such: A multi-study project on Chinese organizational identification and Chinese employees' identification profiles. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-20.
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*. (9th ed). Singapore: Cengage Learning.