

สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2561



นายพงศกร แมอะ

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้โดยได้โดยที่ได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วิจารณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำปรึกษา และแก้ไขส่วนที่บกพร่อง ซึ่งช่วยให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ในที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการส่งต่อแบบสอบถามการวิจัยผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ประกอบด้วย Facebook และ Line

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลา ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัยต่างๆ นอกจากนี้ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุน กำลังใจ และการช่วยเหลือที่ดีเสมอมา

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้ต่อไป

พงศกร แมฮะ

สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร

FLEXIBLE BENEFIT FOR ATTRACTING GEN Y PEOPLE TO WORK IN ORGANIZATION

นายพงศกร แมฮะ 5950105

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลจากการที่บริษัทให้สวัสดิการแบบเลือกได้เพื่อที่จะดึงดูดคน Gen Y ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523-2540 หรือช่วงอายุ 20-37 ปี ในปี 2560 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 110 คน ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ มีวิธีเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก โดยทำการแจกแจงข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่า t-test และ One way ANOVA ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ

ผลการศึกษาพบว่า สวัสดิการแบบเลือกได้สามารถดึงดูดคน Gen Y ได้ในบางกรณีเท่านั้น โดยการที่องค์กรให้การันตีโบนัส มีชื่อเสียงไม่มาก และมีการกำหนดเวลาการทำงานที่ชัดเจน มีแนวโน้มที่จะสามารถให้สวัสดิการแบบเลือกได้ในการดึงดูดคนเข้ามาทำงานกับองค์กรได้ดีที่สุด เพศ ช่วงอายุ และการศึกษาของคน Gen Y ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร เมื่อองค์กรได้ใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน

คำสำคัญ: สวัสดิการแบบเลือกได้/ การดึงดูดคน/ Gen Y

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	2
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ความหมายของสวัสดิการพนักงาน	4
2.2 ความหมายเกี่ยวกับสวัสดิการแบบเลือกได้	5
2.3 แนวคิดของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการแรงงานและการดึงดูดใจ	6
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของกับคน Generation-Y	9
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	12
3.1 รูปแบบการวิจัย	12
3.2 แหล่งข้อมูล	13
3.3 ประชากรที่ศึกษา	13
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	14
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	17
4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	17
4.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	17
4.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของสวัสดิการต่างๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.1.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน กับองค์กรโดยการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือใน การดึงดูดคนของกลุ่มตัวอย่าง	20
4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	22
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	25
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	25
5.2 ข้อจำกัดในการทำวิจัย	26
5.3 ข้อเสนอแนะ	27
บรรณานุกรม	28
ภาคผนวก	29
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	30
ภาคผนวก ข ผลวิเคราะห์ทางสถิติ SPSS for Windows	33
ประวัติผู้วิจัย	37

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 การอันดับความสำคัญของสวัสดิการของกลุ่มตัวอย่าง	19
4.2 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเข้าทำงาน ในองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือดึงดูดคน	20
4.3 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นเครื่องมือ ในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	23
4.4 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นเครื่องมือ ในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	23
4.5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นเครื่องมือ ในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	24

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)	8
4.1	แสดงร้อยละข้อมูลเพศของกลุ่มตัวอย่าง	17
4.2	แสดงร้อยละของข้อมูลอายุของกลุ่มตัวอย่าง	18
4.3	แสดงร้อยละของข้อมูลระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	18



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันถือกลุ่มแรงงานกลุ่ม Gen Y คือกลุ่มที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีศักยภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้มีการเจริญเติบโต การดำเนินงานขององค์กรต่างๆ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการทำงาน ปรับระบบ ปรับโครงสร้างให้เข้ากับพนักงานในทุกๆ ช่วงวัย แต่ในหลายๆ องค์กรยังไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการไปตามโลก พฤติกรรม และค่านิยมของกลุ่มแรงงาน Gen Y ที่มีความแตกต่างจากเจนเนอร์ชันก่อนหน้า

คน Gen Y มักเป็นกลุ่มที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีเป้าหมายในชีวิตการทำงาน ที่ไม่ใช่เพียงเพื่อค่าตอบแทนที่เหมาะสมและการทำงานที่มั่นคง แต่ยังทำเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความสนใจของตัวเอง จึงทำให้คนกลุ่มนี้นั้นชอบเลื่องงาน มีการเปลี่ยนงานบ่อยเมื่อเทียบกับคนเจนเนอร์ชันอื่นๆ

ค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะสามารถช่วยดึงดูดพนักงานให้เข้ามาทำงานในองค์กรอีกทั้งช่วยรักษาคนให้อยู่กับองค์กร ซึ่งสวัสดิการแบบ Flexible Benefit คือ การออกแบบสวัสดิการให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน และทำให้งบประมาณในการจ่ายสวัสดิการให้กับพนักงานเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการความสัมพันธ์ของสวัสดิการแบบเลือกได้ (Flexible Benefit) ต่อการดึงดูดพนักงานกลุ่ม Gen Y ให้เข้ามาทำงานกับองค์กร
2. เพื่อศึกษามุมมองและความต้องการสวัสดิการในประเภทต่างๆ ของจากกลุ่ม Gen Y
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสวัสดิการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน Gen Y ให้มากขึ้น นำมาซึ่งกลยุทธ์ในการดึงดูดพนักงาน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. คนกลุ่ม Gen-Y ที่กำลังทำงานหรือศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพ
2. การตัดสินใจเข้าทำงานของคนกลุ่ม Gen Y ต่อบริษัทที่ให้สวัสดิการแบบเลือก(Flexible Benefit)กับพนักงาน

1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. สวัสดิการ (Benefit) หมายถึง ผลประโยชน์อื่น ๆ นอกเหนือจากเงินเดือนที่องค์กรจัดให้เพื่อเอื้ออำนวยให้พนักงานมีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ที่ดี สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
2. สวัสดิการเลือกได้ (Flexible Benefit) หมายถึง ประโยชน์ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้พนักงานมีสิทธิเลือกประโยชน์ที่ตอบสนองวิถีชีวิตของตนเอง
3. แรงดึงดูด หมายถึง แรงขับที่ทำให้คนตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร
4. ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงดึงดูด หมายถึง ปัจจัยที่เข้ามาทำให้เกิดแรงดึงดูดใจ อันก่อให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาทำงานในองค์กร
5. คน Gen Y หมายถึง คน ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2540 เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง และค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นก่อนหน้า และได้รับเอาความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวัน

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

- การวิจัยในครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้
- การที่องค์กรมีสวัสดิการแบบเลือกได้ให้พนักงานมีผลต่อการตัดสินใจของคน Gen Y เข้ามาร่วมงานกับองค์กร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาวิจัยในนี้จะสามารถช่วยให้ถึงมุมมองของ Gen Y ต่อสวัสดิการของบริษัท
2. ทำให้ทราบความต้องการของประเภทสวัสดิการบริษัทของ Gen Y
3. ช่วยเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขนโยบายสวัสดิการของบริษัทเพื่อดึงดูด Gen Y เข้ามาร่วมงาน

4. ช่วยในการส่งเสริมให้บริษัทเป็น employer of choice โดยการให้สวัสดิการที่ตรงตามความต้องการของพนักงาน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “สวัสดิการแบบเลือกได้การดึงดูดคนกลุ่ม Generation-Y เข้าสู่องค์กร” ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาสาระดังต่อไปนี้

1. ความหมายของสวัสดิการพนักงาน
2. ความหมายเกี่ยวกับสวัสดิการแบบเลือกได้
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการแรงงานและการดึงดูดใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคน Generation-Y

2.1 ความหมายของสวัสดิการพนักงาน

ได้มีผู้ให้ความหมายของ สวัสดิการ ไว้หลายอย่าง ดังยกตัวอย่างดังต่อไปนี้

BT Beam และ JJ McFadden 2001 ให้ความหมายของสวัสดิการพนักงานอย่างแคบไว้ว่าคือผลประโยชน์ที่นายจ้างให้ สำหรับการเสียชีวิต อุบัติเหตุ การเจ็บปวด การเกษียณอายุ หรือการว่างงาน และรวมไปถึงเงินจากนายจ้างเพื่อสมทบงานประกันต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด ส่วนความหมายแบบกว้างนั้นก็คือสวัสดิการพนักงานซึ่งประกอบด้วยผลประโยชน์และบริการทั้งหมดนอกเหนือจากค่าจ้างจากการทำงาน

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (the federal of Thai industries, 2011) สวัสดิการหมายถึง บริการหรือกิจกรรมใดๆ ในองค์กรไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนให้กับพนักงาน เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายและสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต ซึ่งก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน อันก่อให้เกิดพนักงานทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มศักยภาพ เกิดความรักในงานและตั้งใจทำงานให้ออกมาดี รวมถึงทำให้พนักงานอยู่กับองค์กรได้นานที่สุด สำหรับสวัสดิการที่สมบูรณ์แบบนั้นจะประกอบด้วย สวัสดิการในขณะที่ทำงาน นอกเวลางานแต่ยังคงอยู่ในที่ทำงาน และนอกสถานที่ทำงาน โดยผู้ได้รับผลประโยชน์ไม่ใช่มีเพียงแต่พนักงานแต่รวมไปถึงครอบครัวและชุมชนอีกด้วย

ต้นสังกัด 2014 ได้แบ่งผลประโยชน์ของพนักงานแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ผลประโยชน์ระยะสั้นสำหรับพนักงาน ทั้งเป็นตัวเงิน เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน เงินสมทบกองทุนประกันสังคม โบนัส เงินสนับสนุนการลาหยุดพักผ่อนประจำปีและการลาป่วย และยังมีผลประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าที่พักอาศัย ค่ายานพาหนะ เป็นต้น

2. ผลประโยชน์หลังออกจากงาน เช่น เงินบำนาญเมื่อเกษียณอายุ ค่าเบี้ยประกันชีวิตหลังและค่ารักษาพยาบาลหลังออกจากงาน

3. ผลประโยชน์ระยะยาวอื่นๆ ของพนักงานประกอบด้วย ผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับเมื่อทำงานกับองค์กรในระยะยาว เช่น ผลประโยชน์จากการทำงานครบ 50 ปี ผลประโยชน์ที่ให้กับคนซึ่งทุพพลภาพเป็นระยะเวลานาน รวมถึงส่วนแบ่งกำไร โบนัส และค่าตอบแทนที่จ่ายในภายหน้า

ผลประโยชน์เมื่อเลิกจ้าง อันเกิดจากกิจการตัดสินใจเลิกจ้างพนักงานก่อนวันเกษียณอายุหรือพนักงานยินยอมออกจากงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์

2.2 ความหมายเกี่ยวกับสวัสดิการแบบเลือกได้

Philip Hutchinson (2004) ให้ความหมายของสวัสดิการแบบเลือกได้ว่าเป็นข้อตกลงที่องค์กรให้พนักงานเลือกผลประโยชน์ของตนเอง ผู้ว่าจ้างก็ได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อตอบสนองตลาดแรงงานที่เปลี่ยนไป เป็นการสร้างแบรนด์ให้กับองค์กรให้ดียิ่งขึ้น สร้างคุณค่าให้กับรางวัลที่มอบให้กับพนักงาน มีการสื่อสารสร้างความเข้าใจให้พนักงานชื่นชม พอใจกับสวัสดิการที่ได้รับ ในส่วนของพนักงานนั้นก็จะได้รับประโยชน์ในการที่มีทางเลือกให้การบริหารจัดการสวัสดิการของตนเอง สามารถปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์จากสวัสดิการให้สอดคล้องไปตามการใช้ชีวิตของตนเองที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น เปลี่ยนจากสถานะโสดเป็นแต่งงาน เป็นต้น

ในอดีตความยุ่งยากในการบริหารสวัสดิการแบบเลือกได้ รวมถึงต้นทุนที่จะต้องใช้ในการบริหารจัดการเป็นอุปสรรคที่สำคัญขององค์กรในการใช้สวัสดิการในลักษณะนี้ แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีใหม่ๆ รูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนไป รวมถึงความสามารถของนิสิตบุคคลภายนอกที่พัฒนาขึ้นมาช่วยลดอุปสรรคเหล่านี้ลงได้มาก การออกแบบการใช้งานสวัสดิการแบบเลือกได้ก็ไม่ได้มีกระบวนการที่ยุ่งยาก เริ่มจากการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถตอบคำถามจากพนักงานได้อย่างถูกต้อง จากนั้นก็วิเคราะห์หาเวลาที่เหมาะสมที่จะนำเสนอสวัสดิการในรูปแบบนี้ให้กับพนักงาน รวมถึงออกแบบการสื่อสารกับพนักงาน และสิ่งสำคัญต้องคำนึงถึงในการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้ก็คือผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับภาษีและข้อขัดแย้งทางกฎหมาย ก่อนที่จะเริ่มใช้งานก็ควรมีการศึกษาในเรื่องนี้ให้ครบถ้วน เพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาหลังจากการเริ่มใช้งาน

Staywell Consultant (2017) สวัสดิการเลือกได้เป็นสวัสดิการเพิ่มเติม ซึ่งให้สิทธิกับพนักงานในการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วยการกำหนดวงเงินจำนวนหนึ่งต่อปีต่อคน ถือได้ว่าเป็นสวัสดิการทางเลือกให้กับพนักงานได้ใช้ผลประโยชน์ตามความต้องการของพนักงานอย่างทั่วถึงและครอบคลุมความต้องการ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับองค์กรในการปรับปรุงสวัสดิการพนักงานให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นและเป็นไปตามตลาดสวัสดิการแรงงานในปัจจุบัน ในหลายๆ องค์กรก็ได้มีการมอบหมายนิติบุคคลภายนอกเข้ามาร่วมในการช่วยบริหารงานเบิกจ่าย โดยที่ให้เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ก่อนทำงานอนุมัติการเบิกจ่ายเงินให้กับพนักงาน รวมถึงทำรายงานการเบิกจ่ายและข้อร้องเรียนต่างๆ จากพนักงาน

ประโยชน์ของสวัสดิการเลือกได้

1. เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของพนักงาน และเป็นการยกระดับมาตรฐานการให้สวัสดิการพนักงานขององค์กร
2. งบประมาณด้านสวัสดิการสามารถกำหนดได้อย่างแน่นอน
3. สร้างโอกาสให้พนักงานเป็นคนตัดสินใจเลือกผลประโยชน์ที่เหมาะสม รวมถึงบริหารจัดการผลประโยชน์ของตนเองให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด
4. ผลประโยชน์ที่ให้กับพนักงานบางรายการไม่ต้องนำไปประเมินภาษี

2.3 แนวคิดของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการแรงงานและการดึงดูดใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs theory) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of needs theory) ตั้งแต่ระดับต่ำสุดถึงระดับสูงสุด เป็น 5 ชั้น โดย มาสโลว์ได้จำแนก ความต้องการทั้ง 5 ชั้นของมนุษย์เป็น 2 ระดับใหญ่ๆ คือระดับต่ำ (Lower-order) ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความมั่นคง สำหรับความต้องการในระดับสูง (Higher-order Needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการได้รับการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต ซึ่งความแตกต่างของความต้องการทั้ง 2 ระดับ คือ ความต้องการในระดับสูงเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ขณะที่ความต้องการในระดับต่ำ เป็นความพึงพอใจที่เกิดจากภายนอก เช่น ค่าตอบแทน เป็นต้น

1. ความต้องการระดับกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางร่างกายขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการระดับกายภาพได้รับการตอบสนองแล้ว ดังนั้น ในขั้นแรกองค์กรจะต้อง

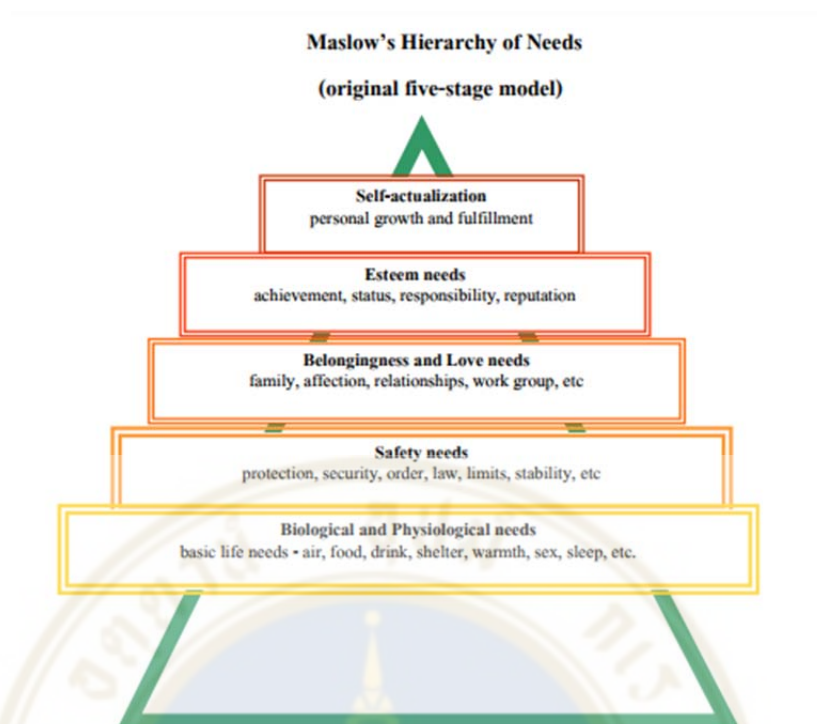
ตอบสนองความต้องการของพนักงาน โดยการจ่ายค่าจ้างและผลตอบแทนเพื่อให้พนักงานสามารถนำเงินไปใช้จ่ายเพื่อแสวงหาสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของแต่ละคน

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบ คือ ความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย และความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี เป็นต้น ส่วนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานมั่นคงการทำงานที่มีหลักประกันอย่างเพียงพอจะมีผลต่อการตัดสินใจในการทำงานต่อไปอันจะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลาออกจากงานหรือการพิจารณาเลือกงานใหม่ แต่ตราบดีที่ความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่จะได้รับความมั่นคงปลอดภัยก็ค่อนข้างน้อย

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อความต้องการทั้ง 2 ประการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับที่สูงกว่า จะเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความต้องการการยอมรับในผลงาน ความเอื้ออาทร ความเป็นมิตรที่ดีความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้โดยการให้ลูกจ้างมีส่วนในการแสดงความคิดเห็น ให้ลูกจ้างทำงานเป็นกระบวนการกลุ่ม (Group Process) และมีลักษณะเป็นการร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) ในการทำงานมากกว่าที่จะมุ่งการแข่งขัน (Competition) ตลอดจนองค์กรต้องมองเห็นคุณค่าของบุคลากร ยอมรับความคิดเห็นของเขาเหล่านั้น ด้วยการยกย่องชมเชยเมื่อมีโอกาสอันควร

4. ความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม (Esteem Needs) หมายถึงถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพในการทำงาน ตลอดจนต้องการมีฐานะเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย การมีตำแหน่งสูงในองค์กรหรือการที่สามารถใกล้ชิดบุคคลสำคัญๆ ล้วนเป็นการ ส่งเสริมให้ฐานะของบุคคลเด่นขึ้นทั้งสิ้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้ง 4 ระดับแล้ว มนุษย์จะทำงานเพื่องานคืออยากรู้ว่า ตนมีศักยภาพแค่ไหน และพยายามพัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การทำงานเกิดจากสนใจและ รักในงานที่ทำและทำเพราะได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนให้ถึงจุดสูงสุด



ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

Vroom's Expectancy Theory สามารถนำมาใช้กระตุ้น หรือจูงใจให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเนื้อหาของทฤษฎีนี้เกี่ยวกับแนวทางในการเข้าใจวิธีการกระตุ้นให้พนักงานทำงาน มีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจว่า การจ่ายตามผลงาน มีความเกี่ยวข้องกับพื้นฐานการกระตุ้นให้เกิดผลงานด้วย องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนี้คือ

1. ความคาดหวัง (Expectancy) คือ การที่บุคคลได้รับรู้ถึงความเป็นไปได้ว่า ถ้าตนมีความพยายามมากขึ้น ผลแห่งความพยายามจะนำไปสู่ผลงานที่ดีขึ้น คือ ความเชื่อว่า ความพยายามนั้นๆ จะนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้
 2. ความเป็นเครื่องมือ (Instrumentality) คือ การที่บุคคลรับรู้ว่า ความเป็นไปได้ของผลงานที่เกิดขึ้นจากความพยายามที่เพิ่มมากขึ้น ย่อมนำไปสู่รางวัลที่ต้องการ
 3. การให้คุณค่าแก่สิ่งที่ได้รับ (Valence) คือ การที่บุคคลให้คุณค่าแก่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ตนต้องการเพียงใด หากให้คุณค่าต่อผลลัพธ์ที่มีความแตกต่างออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละคน ฉะนั้น สิ่งที่ได้รับในที่นี้ คือ รางวัล หรือผลลัพธ์ที่เป็นความชอบธรรม ความพอใจของบุคคลนั้น
- โดยสรุปทฤษฎีนี้สามารถเขียนสรุปได้ดังนี้

$$M = E (IV)$$

- M คือ แรงจูงใจ (Motivation)
 E คือ ความคาดหวัง (Expectancy)
 I คือ ความเป็นเครื่องมือ (Instrumentality)
 V คือ การให้คุณค่าแก่สิ่งที่ได้รับ (Valence)

ตัวอย่างทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้มากคือ ระบบขายที่ใช้ยอดขายกระตุ้นพนักงาน เมื่อนำมาเข้าสู่ตราได้ดังนี้

ยอดขายสูงสุด (M) = ความคาดหวังว่าจะเป็นผู้ที่เป็นที่หนึ่งในยอดขาย (E) ความเชื่อว่าบริษัท (I) จะจ่ายรางวัลให้ และมีความปรารถนา (V) ทพที่จะได้เที่ยวรอบโลก

Equity Theory: เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญแก่การรับรู้ในเรื่องของความเสมอภาคว่า มีส่วนทำให้เกิดการจูงใจ ถ้าความไม่เสมอภาคเกิดขึ้นเมื่อใด การจูงใจก็จะให้ไม่ได้ผล ในทำนองเดียวกันพนักงานจะรู้สึกว่าจะไม่มีความเสมอภาค ถ้าผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงานและสิ่งที่ตนลงทุนไปไม่มีความสมดุลกัน ดังนั้นความเสมอภาคจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ

ผลตอบแทนของบุคคลกับการลงทุนลงแรงของบุคคล = ผลตอบแทนของคนอื่นกับการลงทุนลงแรงของคนอื่น

เมื่อใดก็ตามที่พบว่า ความไม่เสมอภาคเกิดขึ้น วิธีการลดความไม่เสมอภาคของบุคคลที่พบเสมอๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงผลตอบแทนที่ได้รับ การเปลี่ยนแปลงสิ่งที่คุณใช้เปรียบเทียบรวมถึงการหนึ่งงาน และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งมีทั้งทางดีและไม่ดี ฉะนั้นความรู้สึกไม่เสมอภาค จึงควรเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกเรื่องของชีวิตการทำงาน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคน Generation-Y

Darga, Rasheed I (2012) ได้เขียนบทความกล่าวถึงคน Generation Y ว่าคือคนที่เกิดในปีหรือหลัง ค.ศ.1980 ซึ่งสร้างความท้าทายกับนายจ้างในการจัดการและสรรหาคนเข้ามาทำงาน เนื่องจากบริษัทไม่ค่อยมีประสบการณ์กับรุ่นนี้และยังคงหาสิ่งที่กระตุ้นกลุ่มนี้ กลุ่มคน Generation Y เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่และยังเป็นกลุ่มพนักงานที่ใหญ่เช่นกัน Gen Y's เป็นบุตรของ Boomers และพี่น้องของ Generation X

Generation Y มีความกระตือรือร้นและมองโลกในแง่ดี แม้จะได้รับความเดือดร้อนจากการใช้ความรุนแรงเป็นประจำ ยกตัวอย่างเหตุการณ์เช่น การยิงกัน โรงเรียน การโจมตีของผู้ก่อการร้าย ในวันที่ 11 กันยายน เป็นต้น ซึ่งสร้างสถานะการเฝ้าระวังเกือบตลอดเวลา Gen Y อาศัยอยู่ในโลกของ

คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ดิจิทัล และ โทรศัพท์มือถือ ดังนั้นความสามารถศึกษาจากเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ดี แต่ก็มีผลให้คนกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นผลลัพธ์มากกว่าวิธีการ คน Gen Y ให้ความสำคัญกับมีศีลธรรม และหน้าที่ของพลเมือง การทำงานได้เงินเป็นจำนวนมากไม่ใช่สำคัญที่สุดกับคนรุ่นนี้ การที่ได้ทำงานเพื่อสังคมและครอบครัวนั้นมีความสำคัญไม่แพ้กัน

ลักษณะของคน Generation Y

1. มุ่งเน้นที่เทคโนโลยี: Generation Y เติบโตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน สิ่งที่เขาไม่ได้ก็คือ โทรศัพท์มือถือ แล็ปท็อป โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์อื่น ๆ Generation Y มีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่างๆเหล่านี้ที่อยู่ตลอดเวลา คนในรุ่นนี้ก็จะติดต่อสื่อสารกับผ่านทาง อีเมลล์ ส่งข้อความกัน มากกว่าการที่จะออกมาเจอหน้ากัน และชอบที่จะเรียนรู้ผ่านโลกออนไลน์ มากกว่าการเรียนในห้องเรียน

2. ทักษะคิดเวลาทำงาน: Gen Y จะทำงานอย่างรวดเร็ว อยากมีรายได้สูงในระยะเวลาการทำงานที่น้อย ชอบตารางเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นและสามารถบริหารความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว แต่คนที่มีอายุมากกว่าจะมองว่าคน Gen Y นั้นหลงตัวเอง ขาดความมุ่งมั่นและระเบียบวินัย เพราะคน Gen Y ให้จัดลำดับความสำคัญของครอบครัวมาก่อนการทำงาน

3. มุ่งผลสำเร็จ: Gen Y ถูกเลี้ยงดูโดยพ่อแม่ที่ไม่ต้องการทำความผิดพลาดของคนรุ่นก่อนเกิดขึ้นอีกครั้งกับคนรุ่นลูก Gen Y จึงเป็นคนที่มีความมั่นใจ มีความทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ พวกเขามีความคาดหวังสูงของนายจ้างของพวกเขา อยากทำงานหาความท้าทายใหม่และไม่กลัวที่จะตั้งคำถามผู้มีอำนาจ Gen Y ต้องการการทำงานที่มีความหมายและเกิดการเรียนรู้ที่อยู่ตลอดเวลา

4. การทำงานเป็นทีม: ตั้งแต่เด็ก Gen Y เข้าร่วมการเล่นกีฬาและกิจกรรมอื่นๆ เป็นทีม เขาจะให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม และรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น และมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมกับผู้อื่น

5. ต้องการพี่เลี้ยง: Gen Y มีความสนใจที่จะได้รับข้อเสนอแนะและคำแนะนำต่างๆ จากคนอื่น พวกเขายินดีที่จะถูกเก็บไว้ในแวดล้อมของข้อมูลต่างๆ ซึ่งคนรุ่นนี้ก็จะได้รับประโยชน์จากข้อเสนอแนะในการพัฒนาตนเองไปในสายงาน

6. ความมั่นใจในตัวเอง: คน Gen Y มีความมั่นใจในตนเองสูงกว่าคนในรุ่นอื่น แต่ยังคงขาดพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อที่จะแสดงออกถึงความมั่นใจนั้น ดังนั้นควรจะได้รับการแนะนำในเวลาที่เหมาะสม และมีความชัดเจน คนรุ่นนี้ยินดีที่จะได้รับการเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ แต่พี่เลี้ยงจะต้องมีความอดทนเพื่อที่จะให้คำแนะนำกับคนรุ่นนี้อย่างสม่ำเสมอ

7. ความคาดหวังในอาชีพการงาน: มีความกระตือรือร้นที่จะเติบโตในอาชีพการงานอย่างรวดเร็ว คนกลุ่มนี้เห็นคนรุ่นพ่อแม่ทำงานหนัก ขาดความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและชีวิต

การทำงาน และสุดท้ายแล้วก็ตกงาน ดังนั้นคนรุ่นนี้จึงต้องการเติบโตในหน้าที่การงานอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะผลให้หลายถึงจรรยาบรรณในการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่คาดหวังไว้ จึงควรมีการวางแผนการเติบโตในหน้าที่การงานตั้งแต่เริ่มทำงาน เพื่อให้คนกลุ่มนี้รับทราบอะไรที่ต้องทำเพื่อให้แผนการทำงานเป็นไปตามที่คาดหวังไว้

8. ความสามารถ: Gen Y ใช้ข้อมูลในการตัดสินใจจากเพื่อนที่ไว้ใจ พ่อแม่ และอาจารย์ รวมไปถึงข้อมูลที่ได้จากการใช้เทคโนโลยี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนรุ่นนี้ทำงานประสานกันได้ดีในทีม จึงอาจทำให้ขาดความเป็นอิสระในการคิดสิ่งใหม่ๆ หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง การทำงานก็ควรมีการวางแผนเป้าหมายเป็นแบบกลุ่ม และให้คนที่มีความสามารถสูงเข้ามาร่วมทีม เพื่อที่จะให้เป็นคนคอยดูแลและให้คำแนะนำกับคนในทีม

Anantatmula, Vittal S และ Shrivastav, Bobby (2012) ให้คน Gen Y คือคน เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2544 ที่วี โทรศัพท์มือถือ วิดีโอเกมส์ มีอิทธิพลต่อคนรุ่นนี้ เมื่อเทียบกับรุ่นอื่นๆ รุ่นนี้ยังใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter และเครือข่ายมืออาชีพ เช่น LinkedIn อย่างกว้างขวาง ดังนั้นพวกเขาจะได้รับแจ้งอย่างดีและเชื่อมต่อกันอย่างแท้จริง

คุณลักษณะบางอย่างที่กำหนด Generation Y ได้แก่ ความแตกต่างหลากหลายเชื้อชาติ ระดับโลกอิสระมีความมั่นใจและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆและการทำงานหลายอย่าง อย่างไรก็ตามพวกเขามักจะขาดความภักดีต่อนายจ้างของตนและมีแนวโน้มที่จะชอบความเสี่ยง ซึ่งอาจทำให้พวกเขาเปลี่ยนงานทำบ่อยๆ

Generation Y มีลักษณะชอบการเรียนรู้ สามารถปรับตัวได้ และชื่นชอบเทคโนโลยี พวกเขาได้สัมผัสหรือเป็นเจ้าของคอมพิวเตอร์ในวัยหนุ่มสาวมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตและเข้าใจว่าพวกเขาสามารถหาข้อมูลได้ในเวลาไม่กี่วินาที พวกเขามีแนวโน้มที่จะพอใจกับเทคโนโลยีที่เปิดกว้างเพื่อรับแนวคิดใหม่ พวกเขามีแนวโน้มที่จะทำทนายสภาพที่เป็นอยู่หรือถามกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานของพวกเขาหากพวกเขารู้สึกไม่สบายใจกับการตัดสินใจ นอกจากนี้ Gen Y มีแนวโน้มที่จะเป็นคนใจร้อน ไม่สุภาพ แสดงออกอย่างตรงไปตรงมา พวกเขามักมีคำถามว่า "ทำไม" และไม่ลังเลที่จะแสดงความคิดเห็น พวกเขาไม่ค่อยที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์กร และพวกเขาไม่เห็นความแตกต่างระหว่างงานและชีวิตเพราะฉะนั้นยินดีที่จะทำงานได้ตลอดเวลาและในที่ใดๆ ผลที่ตามมาคือการที่ Gen Y ขาดทักษะด้านมารยาทในการรับประทานอาหารและการแต่งกายในที่ทำงาน Generation Y ชอบงานที่มีรายละเอียดสูงในช่วงเริ่มต้นของอาชีพ นอกจากนี้เนื่องจากลักษณะความทะเยอทะยานและการแข่งขันของพวกเขาพวกเขามีการแข่งขันในสถานที่ทำงานเพื่อก้าวขึ้นกับความท้าทายและต้องการการเจริญเติบโตและการรับรู้ นอกจากนี้พวกเขาไม่คาดว่าจะอยู่ในตำแหน่งเดียวกันเป็นเวลานาน นอกจากนี้พวกเขายังปรารถนาที่จะเรียนรู้กลุ่มต่างๆขององค์กรเพื่อคุณภาพใหญ่ ซึ่งทำให้ตัวเองมีคุณค่าในองค์กร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “สวัสดิการแบบเลือกได้กับดึงดูดคนกลุ่ม Generation-Y เข้าสู่องค์กร” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาเพื่อค้นหาความรู้หรือความจริง โดยจะเน้นข้อมูลที่เป็นตัวเลข การวิจัยเชิงปริมาณนี้จะมีการออกแบบวิธีการวิจัยที่สามารถใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์คือ วิธีการทางสถิติในการช่วยวิเคราะห์และประมวลผลหาข้อสรุป โดยที่มีการควบคุมตัวแปรต่างๆ มีการกำหนดสถานการณ์ที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจนและเป็นมาตรฐาน นั่นก็เพื่อให้เกิดความคาดเคลื่อนของผลลัพธ์น้อยที่สุด ซึ่งจะช่วยให้สามารถตรวจสอบข้อสมมติฐานการวิจัยว่าเป็นจริงหรือไม่ ว่าการที่องค์กรจะดึงดูดคน Gen Y เข้ามาทำงานกับองค์กร สามารถนำสวัสดิการแบบเลือกได้เข้ามาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างแรงดึงดูด และทำให้คนกลุ่มนี้ตัดสินใจเข้ามาทำงาน การวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาคน Gen Y อาศัยในกรุงเทพ โดยวิธีการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. แหล่งข้อมูล
3. ประชากรที่ศึกษา
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามที่โครงสร้างชัดเจนชัดเจนมาใช้สอบถาม เก็บข้อมูลความคิดเห็นของคน Gen Y ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 110 คน

พื้นฐานในการวิจัยเชิงปริมาณจะเน้นการวัดตามวัตถุประสงค์และการวิเคราะห์ทางสถิติ คณิตศาสตร์หรือเชิงตัวเลขของข้อมูลที่เก็บรวบรวมผ่านการสำรวจโดยการตอบแบบสอบถาม ดังนั้น

ผู้ทำวิจัยเชิงปริมาณต้องมีการแยกแยะตัวแปรเฉพาะที่มีอยู่ภายใน โครงร่างการวิจัยแสวงหาความสัมพันธ์ที่สามารถระบุได้ ความเป็นเหตุเป็นผล และพยายามควบคุมสภาพแวดล้อมที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของตัวแปรอื่นที่ไม่ต้องการการศึกษา

โดยทั่วไป การวิจัยเชิงปริมาณ จะเป็นการเก็บข้อมูลที่จำกัดขอบเขตหรือเฉพาะเจาะจง โดยการออกแบบคำถามในแบบสอบถามจากจำนวนคนหลายๆ โดยแตกต่างไปจากการวิจัยเชิงคุณภาพที่จะเป็นการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ปริมาณมากๆ จากคนที่เกี่ยวข้องไม่กี่คน

3.2 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) หมายถึง ข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ ที่ถูกเก็บรวบรวมไว้ซึ่งสามารถเก็บได้ด้วยตนเอง หรือคนอื่น จากนั้นจึงนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงต่อไป ข้อมูลในลักษณะนี้สามารถได้จากการสังเกต การสำรวจ การสัมภาษณ์ และการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการศึกษาตอบ ซึ่งในการวิจัยคั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวได้แก่ การส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปให้ประชากร โดยคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด เป็นลักษณะให้เลือกคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่สุดจากคำถามต่างๆที่กำหนดให้

2. ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ ที่มีคนอื่นได้ทำการรวบรวมไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาเขียนรายงานและอ้างอิงได้เลย ซึ่งในการวิจัยคั้งนี้ข้อมูลดังกล่าว ก็คือ คุณลักษณะลักษณะ และแรงจูงใจต่างๆของคน Gen Y และแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ของการให้สวัสดิการกับพนักงานขององค์กร

3.3 ประชากรที่ศึกษา

ในการวิจัยคั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวน 110 คน โดยคนเหล่านี้จะได้รับแบบสอบถามผ่านการส่งต่อจากบุคคลที่รู้จัก โดยคนที่เป็นตัวแทนในการส่งต่อแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เลือกจากที่อยู่ที่หลากหลายกระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคนที่อาศัยในเขต สาทร พญาไท บางนา บางกะปิ ดินแดง จตุจักร ราชเทวี ลาดพร้าว มีนบุรี บางกอกน้อย บางแค นอกจากนี้ยังให้ ผู้ที่เรียนร่วมกันใน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล รุ่น 19 เป็นผู้ตอบแบบสอบถามและกระจายต่อไปให้กับคนที่รู้จัก

ประชากร หมายถึง กลุ่มของสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต โดยที่กลุ่มของประชากรนั้นมีลักษณะ และคุณลักษณะบางอย่างที่เหมือนกัน โดยนักวิจัยสามารถเลือกที่จะศึกษากลุ่มที่สามารถตอบสนองต่องานวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ตัวอย่างกลุ่มประชากร เช่น ประชากรของทนายความบริษัทเอกชน ประชากรของผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเอกชน ประชากรนักศึกษาคณะแพทยศาสตร์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็นต้น

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) โดยจะใช้คุณลักษณะของคน Gen Y ต่อการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร โดยที่มีสวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นเครื่องมือในการสร้างแรงจูงใจ

แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน ภูมิลำเนา และระดับการศึกษา เนื่องด้วยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม จะสามารถช่วยคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่สนใจได้ และข้อมูลทั่วไปอื่นๆ นอกจากอายุนั้นก็มีส่วนให้ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความคิด มุมมอง แรงจูงใจ แรงจูงใจ ที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 เป็นการจัดลำดับความสำคัญของสวัสดิการสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม หากผู้ตอบแบบสอบถามได้รับโอกาสในการเลือกด้วยตนเอง โดยที่แบ่งออกเป็น 6 หมวด ประกอบด้วย

1. หมวดสุขภาพ ได้แก่ เงินประกันสุขภาพเพิ่มเติม, เงินประกันชีวิตและอุบัติเหตุ, เงินรักษาสุขภาพสายตา, ฟิตเนส, คลับเมมเบอร์ และท่องเที่ยวพักผ่อน
2. หมวดการเงินและการจัดการทรัพย์สิน ได้แก่ LTF, RMF, โปรแกรมเรียนรู้เพื่อวางแผนด้านการเงิน, เงินช่วยเหลือดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย, ประกันอสังหาริมทรัพย์, เงินซ่อมแซมที่อยู่อาศัย, เงินช่วยเหลือดอกเบี้ยเงินกู้รถ, เงินประกันรถ และ ค่าซ่อมบำรุงรถ
3. หมวดชีวิตประจำวัน ได้แก่ ดูแลความสะดวกสบายบ้าน, ค่าโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต
4. หมวดเสริมสร้างความรู้ ได้แก่ เงินสนับสนุนเพื่อการศึกษาต่อ, คอร์สเสริมสร้างทักษะต่างๆ, ไลฟ์โค้ช และหนังสือหรืออุปกรณ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้
5. หมวดครอบครัว ได้แก่ ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับคู่สมรส, ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับบุตร, ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับพ่อแม่, การศึกษานูตริ, การศึกษาคู่สมรส, เงินสนับสนุนเพื่อดูแลพ่อแม่ และกิจกรรม/ค่าเดินทางเพื่อฉลองความสำเร็จหรือโอกาสพิเศษต่างๆ
6. หมวดเพื่อสังคม ได้แก่ บริจาคเพื่อสนับสนุนโครงการช่วยเหลือสังคมต่างๆ

การตอบแบบสอบถามในส่วนนี้จะทราบถึงความสำคัญประเภทต่างๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อที่จะได้เข้าใจและทราบถึงความหลากหลายของความต้องการ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเป็นแรงจูงใจในการทำงาน และสามารถนำมาสร้างเป็นแรงดึงดูดใจให้คนเข้ามาทำงานในองค์กร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน การออกแบบแบบสอบถามในส่วนนี้นั้นจะใช้งานวิจัยของ Jessica L. Hurst 2009 “Generation Y and Career choice” ซึ่งงานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกงานของคนกลุ่ม Gen Y ว่าลักษณะงาน และองค์กรแบบไหนที่ตอบสนองต่อความต้องการของคน Gen Y ได้ และก็งานวิจัยของ Jenna Luscombe 2012 “Essential elements for recruitment and retention: Generation Y” เป็นการศึกษาความคาดหวังของ Gen Y ต่องานและองค์กรที่จะเข้าไปทำงาน จากงานวิจัยทั้งสองนี้จะได้มาซึ่งความต้องการ ความคาดหวัง ของคน Gen Y ต่องานและองค์กร จากนั้นจึงนำสิ่งเหล่านั้นมาเชื่อมโยงกับสวัสดิการแบบเลือกได้ โดยจะถามถึงว่าหากองค์กรไม่สามารถตอบสนองสิ่งเหล่านั้นได้ แต่มอบโอกาสให้พนักงานมีสิทธิในการบริหารจัดการสวัสดิการของตนเอง ด้วยนโยบายการให้สวัสดิการแบบเลือกได้แก่พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งอยู่ใน Gen Y จะมีความคิดเห็นและตัดสินใจอย่างไร ให้มีความสำคัญกับอะไรมากกว่ากันระหว่างสิ่งที่คาดหวังซึ่งเกี่ยวข้องกับงาน ลักษณะขององค์กร และสวัสดิการแบบเลือกได้

การออกแบบแบบสอบถามจะใช้คำถามปลายปิดในการสอบถาม เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่าให้ความสำคัญระหว่างอะไรมากกว่ากัน โดยต้องการที่จะวัดสิ่งที่คน Gen Y ต้องการกับสวัสดิการแบบเลือกได้ เพื่อที่จะได้ทราบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่าอะไรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับคน Gen Y มากกว่ากัน อันนำมาซึ่งการสร้างแรงดึงดูดคน Gen Y ให้เข้ามาทำงานกับองค์กร สิ่งที่ Gen Y ต้องการการตั้งคำถามนั้นก็จะเป็นมาจากทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะ ความต้องการของคน Gen Y

ซึ่งในส่วนนี้มีข้อความทั้งหมด 15 ข้อความ เพื่อสำรวจความระดับความคิดเห็น 5 ระดับของผู้ตอบแบบสอบถาม ตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึงไม่เห็นด้วย

การได้มาซึ่งความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนนี้ ผู้วิจัยจะสามารถเข้าใจถึงการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเข้าทำงานในองค์กร และเมื่อองค์กรใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เข้ามาดึงดูด ผลของกลยุทธ์นี้จะมีผลทำให้คน Gen Y ตัดสินใจเข้ามาทำงานให้กับองค์กรได้หรือไม่

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอื่นๆ ที่ไม่ได้ปรากฏอยู่ในส่วนอื่นๆ ของแบบสอบถาม ซึ่งส่วนนี้จึงเป็นส่วนเดียวที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลโดยที่ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดตัวแปรไว้ให้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ขอความช่วยเหลือจากคนที่รู้จัก ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ เขต สาทร พญาไท บางนา บางกะปิ ดินแดง จตุจักร ราชเทวี ลาดพร้าว มีนบุรี บางกอกน้อย บางแค ในการตอบแบบสอบถามและส่งต่อให้กับบุคคลที่รู้จักในเขตเดียวกันหรือใกล้เคียง
2. ขอความช่วยเหลือจากคนที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล รุ่น 19 ในการตอบแบบสอบถามและส่งต่อให้กับคนที่รู้จัก

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพฯ มีการดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (editing) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ และคัดเอาคนที่ไม่ได้อยู่ในช่วงอายุของ Gen Y ออกจากการนำข้อมูลมาประมวลผล
2. การประมวลผลข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้แปลงเป็นรหัสตามที่กำหนดไว้ไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยการใช้สถิติเชิงบรรยาย โดยคำนวณหาค่าร้อยละ เพื่ออธิบาย ข้อมูลทั่วไป ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ใช้อธิบายค่าความคิดเห็น ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล ค่าฐานนิยมเพื่อแสดงลำดับความสำคัญของสวัสดิการประเภทต่างๆ ใช้ค่า t-test และ One way ANOVA ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ
4. รายงาน สรุป และนำเสนอ ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อที่จะใช้ในการพิจารณาแนวทางในการดึงดูดคน Gen Y เข้ามาทำงานในองค์กร โดยมีนโยบายการให้สวัสดิการแบบเลือกได้ เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดคน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

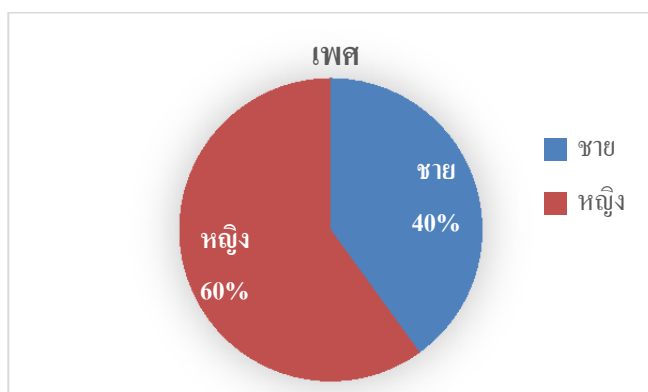
การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสวัสดิการแบบเลือกได้ต่อการตัดสินใจของคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร โดยศึกษาคน Gen Y ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยโดยมีลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นในด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ทราบข้อมูลของความสำคัญของสวัสดิการประเภทต่างๆ ต่อกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรที่ให้สวัสดิการแบบเลือกได้
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

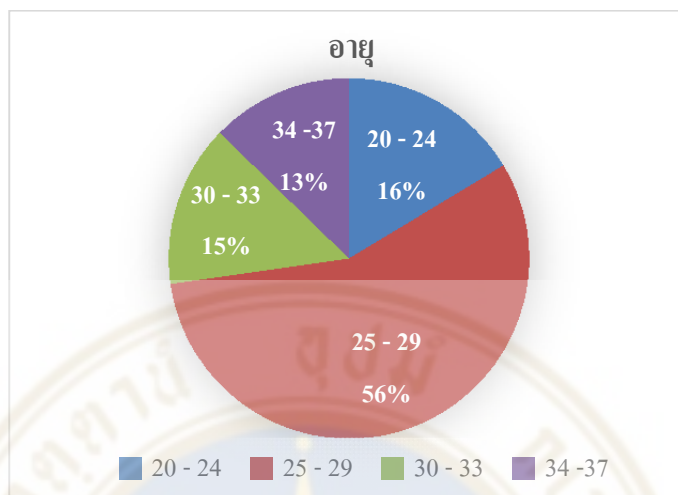
4.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เป็นดังนี้ คือ เพศ อายุ ที่อยู่ ระดับการศึกษา โดยการผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้มีอายุที่อยู่ในช่วงของ Gen Y และไม่ได้อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลจากกลุ่มคนเหล่านี้ก็จะไม่ถูกนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพราะถือว่าไม่ใช่กลุ่มคนที่ต้องการศึกษา



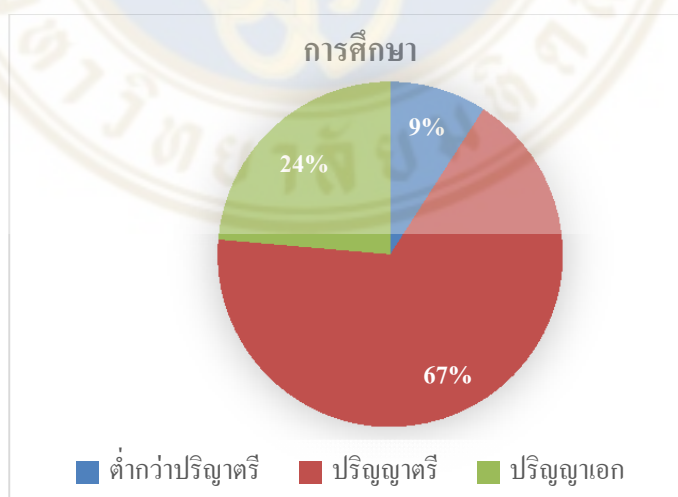
ภาพที่ 4.1 แสดงร้อยละข้อมูลเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงได้ตอบแบบสอบถามนี้มากกว่าเพศชาย โดยมีสัดส่วนของเพศชายต่อเพศหญิงร้อยละ 40:60



ภาพที่ 4.2 แสดงร้อยละของข้อมูลอายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาอยู่ในช่วง 20 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.4 ถัดมาคือช่วงอายุ 30 – 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 และสุดท้ายช่วงอายุ 34 – 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.7



ภาพที่ 4.3 แสดงร้อยละของข้อมูลระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาคือปริญญาโท ร้อยละ 23.6 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.1 โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาเอก

4.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของสวัสดิการต่างๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยนี้ได้แบ่งหมวดหมู่ของสวัสดิการออกเป็น 6 หมวด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกว่าสวัสดิการในหมวดใดมีความสำคัญกับตนเองมากที่สุด ไปจนถึงน้อยที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะให้ ค่ามัธยฐาน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อที่จะได้ทราบถึงอันดับความสำคัญของสวัสดิการในหมวดต่างๆ รวมถึงความหลากหลายของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสวัสดิการในหมวดนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจถึงความแตกต่างและความหลากหลายของความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละหมวดแสดงเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 การอันดับความสำคัญของสวัสดิการของกลุ่มตัวอย่าง

สวัสดิการ	N	อันดับสูงสุด	อันดับต่ำสุด	Mode
สุขภาพ	110	1	6	1
การเงินและการจัดการทรัพย์สิน	110	1	6	2
ชีวิตประจำวัน	110	1	6	5
เสริมสร้างความรู้	110	1	6	3
ครอบครัว	110	1	6	4
เพื่อสังคม	110	4	6	6

จากตารางที่ 4.1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของอันดับความสำคัญสวัสดิการหมวดต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดอันดับความสำคัญของสวัสดิการดังต่อไปนี้

- อันดับ 1 หมวดสุขภาพ
- อันดับ 2 หมวดการเงิน
- อันดับ 3 หมวดการเรียนรู้
- อันดับ 4 หมวดครอบครัว
- อันดับ 5 หมวดชีวิตประจำวัน

- อันดับ 6 หมวดเพื่อสังคม

เมื่อวิเคราะห์การกระจายของข้อมูลจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะพบว่าในหมวดของเพื่อสังคม มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด คือ 0.67 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในหมวดนี้ค่อนข้างมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าอยู่ในอันดับที่ 6 ส่วนในหมวดอื่นๆ นั้นจะมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากกว่า 1 ซึ่งถือว่าสูง โดยค่าสูงที่สุดคือหมวดชีวิตประจำวัน โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.45 แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของความคิดเห็นต่อความสำคัญของสวัสดิการหมวดนี้ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรโดยการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคนของกลุ่มตัวอย่าง

การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรโดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือดึงดูดคน

รายละเอียด	Statistic			Attractive
	N	MEAN	S.D.	
1. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานกับองค์กรที่ไม่มีชื่อเสียงมาก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	3.99	0.84	Yes
2. ข้าพเจ้ายินดีที่จะได้รับเงินเดือนน้อยกว่าที่คาดหวัง แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.75	1.22	No
3. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมไม่ตรงกับบุคลิกของตนเอง แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.57	1.33	No
4. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการให้การันตีโบนัส และให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	4	1.23	Yes
5. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรียนมา แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	3.32	1.28	Yes

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือดึงดูดคน (ต่อ)

รายละเอียด	Statistic			Attractive
	N	MEAN	S.D.	
6. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการกำหนดเวลาทำงาน (fix working hours) แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	3.75	1.23	Yes
7. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่เปิดโอกาสให้ตัดสินใจเรื่องงานมากนัก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.50	1.26	No
8. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการโปรโมทพนักงานอย่างช้าๆ แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.67	1.20	No
9. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งงานที่ไม่ท้าทายกับความสามารถ แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.53	1.25	No
10. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่สนับสนุน work life balance แต่ให้สวัสดิการอื่นๆที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.36	1.19	No
11. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่มีมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.25	1.21	No
12. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรมากนัก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.18	1.11	No
13. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีสถานที่ทำงานที่ล้ำสมัยหรือไม่สวยงาม แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.90	1.31	No
14. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีกฎระเบียบเคร่งครัด แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.81	1.16	No
15. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งที่มีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพน้อย แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด	110	2.24	1.08	No

จากตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของคน Gen Y พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ยินดีที่จะทำงานกับองค์กรที่ให้กา รันตีโบนัส (Fix bonus) และสวัสดิการแบบเลือกได้มากที่สุด รองลงมาคือยินดีทำงานกับองค์กรมีชื่อเสียง ไม่มากนัก องค์กรที่มีการกำหนดเวลาทำงานชัดเจน (fix working hour) ทำงานที่ไม่ตรงกับสิ่งที่เรียนมา และองค์กรที่มีสถานที่ทำงานไม่สวยงาม แต่ให้สวัสดิการแบบเลือกได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามไม่ยินดีที่จะเข้าทำองค์กรที่ไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรมากที่สุด ตามด้วย โอกาสในการก้าวหน้าในสายงาน และองค์กรที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อิสระและตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่างกับการตัดสินใจเข้าทำงาน โดยที่ มีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการตั้งบุคคล สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ดังกล่าว ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ในการทดสอบความสัมพันธ์ และในการแปลผลสมมติฐานที่ตั้งไว้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งผลการทดสอบมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานด้านลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 1 คน Gen Y ที่มีเพศต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้ สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน

H0: คน Gen Y ที่มีเพศต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้ สวัสดิการแบบเลือกได้ไม่แตกต่างกัน

H1: คน Gen Y ที่มีเพศต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้ สวัสดิการแบบเลือกได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

(n = 110)

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ชาย	44	2.96	.84	1.28	.203
หญิง	66	2.78	.65		

จากสมมติฐานคน Gen Y ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน จากค่า t-test พบว่า มีค่า significant เท่ากับ 0.079 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐาน 1.1 คน Gen Y ที่มีเพศต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน จึงถูกปฏิเสธ เพราะจากค่า significant นั้นแสดงว่าการตัดสินใจเข้าทำงานของทั้งเพศชายและหญิงนั้นไม่แตกต่างกัน (H0)

สมมติฐานที่ 2 คน Gen Y ที่มีอายุต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน

H0: คน Gen Y ที่มีอายุต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ไม่แตกต่างกัน

H1: คน Gen Y ที่มีอายุต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

(n = 110)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.328	3	.443	.822	.484
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	57.073	106	.538		
รวม	58.402	109			

จากสมมติฐานคน Gen Y ที่มีอายุต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน จากค่า One Way ANOVA มีค่า significant เท่ากับ 0.484 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานจึงถูกปฏิเสธ และสรุปได้ว่า คน Gen Y ที่มีช่วงอายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ไม่แตกต่างกัน (H0)

สมมติฐานที่ 3 คน Gen Y ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน

H0: คน Gen Y ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ไม่แตกต่างกัน

H1: คน Gen Y ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 110)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.222	2	.111	.204	.816
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	58.180	107	.544		
รวม	58.402	109			

จากสมมติฐานคน Gen Y ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ต่างกัน จากค่า One Way ANOVA มีค่า significant เท่ากับ 0.816 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานจึงถูกปฏิเสธ และสรุปได้ว่า คน Gen Y ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรเมื่อองค์กรให้สวัสดิการแบบเลือกได้ไม่แตกต่างกัน (H0)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทนี้ผู้วิจัยจะเป็นการสรุปผลจากการศึกษาวิจัย รวมไปถึงข้อเสนอแนะ ต่อหัวข้อวิจัยเรื่อง “สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร” เพื่อเป็นโยชน์ในการนำไปศึกษาวิจัยเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยที่ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง การจัดอันดับความสำคัญของสวัสดิการในหมวดต่างๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรโดยมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือดึงดูดผู้ตอบแบบสอบถาม และยังใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มประชากรเพื่อทำการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 110 คน โดยทั้งหมดจะเป็นคนที่มีช่วงอายุอยู่ใน Gen Y นั่นก็คือ 20 – 37 ปี โดยกลุ่มคนนี้ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้มีกลุ่มประชากรตัวอย่างคือคน Gen Y ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 110 ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ 25 ถึง 29 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของสวัสดิการต่างๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ลำดับความสำคัญของสวัสดิการต่อผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้มาจากค่ามัธยฐาน เป็นดังต่อไปนี้

- อันดับ 1 หมวดสุขภาพ
- อันดับ 2 หมวดการเงิน
- อันดับ 3 หมวดการเรียนรู้

- อันดับ 4 หมวดครอบครัว
- อันดับ 5 หมวดชีวิตประจำวัน
- อันดับ 6 หมวดเพื่อสังคม

อย่างไรก็ตามค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ 5 อันดับแรกมีค่าที่มากกว่า 1 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดอันดับความสำคัญในแต่ละหมวดที่มีความแตกต่างกันอยู่มาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กร โดยการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคนของกลุ่มตัวอย่าง

สวัสดิการแบบเลือกได้มีแนวโน้มที่จะสามารถนำมาดึงดูดคน Gen Y ได้ หากองค์กรมีการให้การันตีโบนัส (fix bonus), ชื่อเสียงขององค์กรมีไม่มากนัก, เวลาทำงานที่ชัดเจน (fix working hour), ตำแหน่งงานไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนมา และสถานที่ทำงานที่ไม่สวยงามล้ำสมัย

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานด้านลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างก็คือคน Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ต่อการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กร โดยที่มีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดึงดูดคน จากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษา ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของคน Gen Y เมื่อองค์กรมีนโยบายการให้สวัสดิการแบบเลือกได้กับพนักงาน

5.2 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น หากสามารถเพิ่มจำนวนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง และครอบคลุมทุกๆ เขตในกรุงเทพมหานคร
2. การใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการศึกษาสวัสดิการแบบเลือกได้ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งใหม่กับผู้ตอบแบบสอบถามหลายๆคน ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะไม่เข้าใจแน่ชัดว่าสวัสดิการแบบเลือกได้คืออะไร และดีอย่างไร ซึ่งอาจจะทำให้ตอบแบบสอบถามได้ไม่ตรงกับความเป็นจริง ดังนั้นหากทำการศึกษาในเรื่องนี้ควรเป็นแบบ face to face หรือ telephone interview เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ก่อนทำแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนานโยบายการให้สวัสดิการขององค์กรเพื่อที่จะดึงดูดคน Gen Y เข้ามาทำงานให้กับองค์กร โดยเริ่มจากการวิเคราะห์องค์กรเพื่อหาสิ่งที่องค์กรไม่สามารถตอบสนองต่อคุณลักษณะและความคาดหวังของคน Gen Y ได้ หากสิ่งเหล่านั้นสามารถทดแทนได้ด้วยการให้สวัสดิการแบบเลือกได้ ดังนั้น นโยบายแบบนี้จึงเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับองค์กรในการพัฒนาปรับเปลี่ยนนโยบายสวัสดิการขององค์กร เพื่อให้สามารถองค์กรเป็นที่ที่คน Gen Y มีความสนใจเข้ามาทำงาน

หากมีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ครั้งต่อไป ประเด็นที่น่าสนใจซึ่งเกี่ยวข้องกับสวัสดิการแบบเลือกได้เพิ่มเติม คือ

1. ปัจจุบันในตลาดแรงงานมีคนอยู่หลาย generation การศึกษาเรื่องนี้กับคน generation อื่น นอกจาก Gen Y จะสามารถช่วยให้การศึกษาในเรื่องนี้เกิดประโยชน์ให้กับองค์กรในการดึงดูดคนมากยิ่งขึ้น
2. จากการศึกษาลำดับความสำคัญของสวัสดิการต่อคน Gen Y พบว่าคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากองค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากคนกลุ่มนี้สามารถบริหารจัดการสวัสดิการของตนเองได้จะทำให้สวัสดิการที่องค์กรให้กับพนักงานก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรและพนักงานมากที่สุด ดังนั้นหากองค์กรจะใช้สวัสดิการในลักษณะนี้ ปัจจุบันก็มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้สามารถบริหารจัดการง่ายขึ้น รวมถึงมี 3rd party ที่มีความชำนาญที่จะเข้ามาช่วย ซึ่งต่างจากในอดีต
3. ความคิดเห็นของคน Gen Y ไม่ว่าจะ มีเพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน ดังนั้นหากองค์กรต้องการจะดึงดูดคนกลุ่มนี้ จะต้องเริ่มจากการวิเคราะห์องค์กรก่อนว่ามีสิ่งไหนที่ไม่ได้ตอบสนองต่อความคาดหวัง หรือความต้องการของ Gen Y ที่มีต่อองค์กร จากนั้นจึงทำการตัดสินใจว่าควรใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เพื่อดึงดูดคนกลุ่มนี้หรือไม่ เพราะความต้องการหลายๆอย่างของ Gen Y ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยสวัสดิการในลักษณะนี้
4. การรักษาคคนให้อยู่กับองค์กรก็เป็นอีกสิ่งที่สำคัญ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ การรักษาคคนให้อยู่กับองค์กรโดยที่ใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นอีกเครื่องมือที่เข้ามาช่วย

บรรณานุกรม

- ชวนันท์ ชาญศิลป์ (2016). *Learning Theory*. เชียงใหม่: คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วริษฐา ปิ่นวัฒนะ. (2007). *ปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเหลวและเครื่องคั้นแห่งหนึ่ง*. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2554). *Welfare Newsletter*. สืบค้นจาก <http://ftiweb.off.fti.or.th/intranet/file/banner/welfare.pdf>.
- สันสกฤต วิจิตรเลขการ. (2557). *IAS 19 ผลประโยชน์ของพนักงาน*. สืบค้นจาก <http://www.bus.tu.ac.th/uploadPR/web%20download%20เอกสาร%20adv%2057/ดร.สันสกฤต.pdf>.
- อุดม ทุมโฆสิต. (2555). *ทฤษฎีแรงจูงใจ ของ Victor Vroom*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาบัณฑิตบริหารศาสตร์.
- Burton T., Beam Jr. and John J. McFadden. (2001). *Employee Benefit*. Chicago: Real Estate Education.
- Darga, Rasheed I. (2012). *Managing the Generation Y. Rajasthan: Research Scholar-Singhania University*. Retrieved from <http://www.publishingindia.com/ijmp/19/managing-the-generation-y/184/1441/>.
- Hutchinson Philip. (2004). *Flexible Benefits*. London: Chartered Institute of Personal and Development.
- Staywell Consultant. (2017). *Flexible Benefits*. Retrieved from <http://www.staywell.co.th/flexible.php>.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กร

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

- เพศ ชาย หญิง อื่นๆ
- อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 24 ปี 25 – 29 ปี 30 – 34 ปี
 34 – 37 ปี มากกว่า 37 ปี
- ที่อยู่ปัจจุบัน _____ ภูมิลำเนา _____
- ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

ตอนที่ 2: ความสำคัญของสวัสดิการต่างๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

หากคุณได้รับสวัสดิการตามกฎหมายจากบริษัท และวงเงินเพื่อรับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมต่างๆ ตามความต้องการของคุณในหมวดต่างๆที่บริษัทกำหนดให้

กรุณาจัดลำดับความสำคัญของหมวดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่มีความสำคัญสำหรับคุณ จาก 1-6 โดยที่ 1 คือ มีความสำคัญและประโยชน์ต่อคุณมากที่สุด และ 6 คือน้อยที่สุด

ลำดับที่ หมวดสุขภาพ ประกอบด้วย: เงินประกันสุขภาพเพิ่มเติม, เงินประกันชีวิตและอุบัติเหตุ, เงินรักษาสุขภาพสายตา, ฟิตเนส, คลับเมมเบอร์ และท่องเที่ยวพักผ่อน

ลำดับที่ หมวดการเงินและการจัดการทรัพย์สิน ประกอบด้วย: LTF, RMF, โปรแกรมเรียนรู้เพื่อวางแผนด้านการเงิน, เงินช่วยเหลือดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย, ประกันอสังหาริมทรัพย์, เงินซ่อมแซมที่อยู่อาศัย, เงินช่วยเหลือดอกเบี้ยเงินกู้รถ, เงินประกันรถ และ ค่าซ่อมบำรุงรถ

ลำดับที่ หมวดชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย: ดูแลความสะดวกสบายบ้าน, ค่าโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต

ลำดับที่ หมวดเสริมสร้างความรู้ ประกอบด้วย: เงินสนับสนุนเพื่อการศึกษาต่อ, คอร์สเสริมสร้างทักษะต่างๆ, ไลฟ์โค้ช และหนังสือหรืออุปกรณ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้

- ลำดับที่ หมวดครอบครัว ประกอบด้วย: ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับคู่สมรส, ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับบุตร, ประกันสุขภาพ/ประกันชีวิตสำหรับพ่อแม่, การศึกษาบุตร, การศึกษาคู่สมรส, เงินสนับสนุนเพื่อดูแลพ่อแม่ และกิจกรรม/ค่าเดินทางเพื่อฉลองความสำเร็จหรือโอกาสพิเศษต่างๆ
- ลำดับที่ หมวดเพื่อสังคม ประกอบด้วย: บริจาคเพื่อสนับสนุน โครงการช่วยเหลือสังคมต่างๆ

ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรโดยการใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน

ระดับ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = ไม่เห็นด้วย

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานกับองค์กรที่ไม่มีชื่อเสียงมาก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
2. ข้าพเจ้ายินดีที่จะได้รับเงินเดือนน้อยกว่าที่คาดหวัง แต่ได้รับสวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
3. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมไม่ตรงกับบุคลิกของตนเอง แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
4. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการให้การันตีโบนัส และให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
5. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรียนมา แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
6. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการกำหนดเวลาทำงาน (fix working hours) แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
7. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่เปิดโอกาสให้ตัดสินใจเรื่องงานมากนัก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
8. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีการโปรโมทพนักงานอย่างช้าๆ แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
9. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งงานที่ไม่ท้าทายความสามารถ แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
10. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่สนับสนุน work life balance แต่ให้สวัสดิการอื่นๆที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
11. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่มีมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
12. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรมากนัก แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
13. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีสถานที่ทำงานที่ล้ำสมัยหรือไม่สวยงาม แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
14. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในองค์กรที่มีกฎระเบียบเคร่งครัด แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					
15. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานในตำแหน่งที่มีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพน้อย แต่ให้สวัสดิการที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด					

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ภาคผนวก ข

ผลวิเคราะห์ทางสถิติ SPSS for Windows

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	44	40.0	40.0	40.0
	female	66	60.0	60.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 to 24	18	16.4	16.4	16.4
	25 to 29	62	56.4	56.4	72.7
	30 to 33	16	14.5	14.5	87.3
	34 to 37	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Education

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less than bachelor degree	10	9.1	9.1	9.1
	bachelor degree	74	67.3	67.3	76.4
	master degree	26	23.6	23.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Statistics

		health	finance	daily life	learning	family	social
N	Valid	110	110	110	110	110	110
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mode		1	2	5	3	4	6
Minimum		1	1	1	1	1	4
Maximum		6	6	6	6	6	6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Q1	110	1	5	3.99	.840
Q2	110	1	5	2.75	1.221
Q3	110	1	5	2.57	1.330
Q4	110	1	5	4.00	1.227
Q5	110	1	5	3.32	1.277
Q6	110	1	5	3.75	1.230
Q7	110	1	5	2.50	1.262
Q8	110	1	5	2.67	1.197
Q9	110	1	5	2.53	1.247
Q10	110	1	5	2.36	1.194
Q11	110	1	5	2.25	1.213
Q12	110	1	4	2.18	1.110
Q13	110	1	5	2.90	1.313
Q14	110	1	5	2.81	1.161
Q15	110	1	4	2.24	1.075
Valid N (listwise)	110				

เพศต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน เมื่อมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูด

T-test

Group Statistics					
	gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
dimension	male	44	2.9636	.84051	.12671
	female	66	2.7818	.64631	.07956

	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
Equal variances assumed	3.14	.079	1.28	108	.203	.18182	.14205	-.09974	.46338
Equal variances not assumed			1.22	75.79	.228	.18182	.14962	-.11618	.47982

อายุต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน เมื่อมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูด

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.328	3	.443	.822	.484
Within Groups	57.073	106	.538		
Total	58.402	109			

ระดับการศึกษาต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน เมื่อมีสวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูด

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.222	2	.111	.204	.816
Within Groups	58.180	107	.544		
Total	58.402	109			

