

**การศึกษาผลกระทบของอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน และความ
ดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber
ในกรุงเทพมหานคร**

**A Study of the Effects of Social Influence, Job Attraction, and
Organizational Attractiveness on Job Application Intentions
among First Jobbers in Bangkok**

ปณต ศรีสุภอรรถ* และ อนุชิตร์ ชำของ²
Pnod Srisupaat * and Anuchat Chamchong ²

Received : August 4, 2025, Revised : September 25, 2025, Accepted : October 4, 2025;

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน และความน่าดึงดูดขององค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่ม First Jobber ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางสังคม ได้แก่ ด้านการคล้อยตาม ด้านการทำตามคำขอ และด้านการเชื่อฟัง ความชื่นชอบในงาน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ และความน่าดึงดูดขององค์กร ได้แก่ ด้านความน่าสนใจ ด้านสังคมด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนา และด้านการประยุกต์ใช้ มีผลต่อความตั้งใจในการสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: อิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน ความน่าดึงดูดขององค์กร ความตั้งใจสมัครงาน
First Jobber

* นักศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Master of Business Administration student in Management, University of the Thai Chamber of Commerce

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² Lecturer in Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

Abstract

This study aimed to investigate 1) the influence of social factors on the intention to apply for jobs among First Jobbers in Bangkok, 2) the impact of job preference on intention to apply; and 3) the effect of organizational attractiveness on intention to apply. This research employed a quantitative methodology with a sample of 400 First Jobbers in Bangkok, determined using W.G. Cochran's (1977) formula and selected through purposive random sampling. The instrument was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and multiple regression analysis. The findings revealed that Social influence includes compliance, adherence to requests, and obedience. Job attractiveness encompasses intention to maintain organizational membership, intention to positively endorse the organization, perseverance in the face of obstacles, intention to be a good organizational member, and commitment to achieving excellent performance. Organizational appeal comprises aspects of attractiveness, social factors, economic factors, development opportunities, and practical applicability. These factors were found to have a statistically significant effect on the job application intention of first-time job seekers (First Jobbers) in the Bangkok metropolitan area at the 0.05 significance level.

Keywords : Social influence, Job liking, Organizational attractiveness, Job application intention, First Jobber

1. บทนำ

จากวิถีชีวิต เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในหลายมิติ หนึ่งในประเด็นสำคัญคือพัฒนาการของการศึกษา ทั้งคุณภาพและการเข้าถึงที่ดีขึ้น จากนโยบายของรัฐบาลที่เน้นส่งเสริมการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ, 2565) กลุ่มนักศึกษาจบใหม่ (First Jobber) หมายถึงบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาและต้องรับผิดชอบชีวิตตัวเอง เช่น การวางแผนใช้จ่ายและดูแลตนเอง โดยนำความรู้ที่ได้รับจากสถาบันต่างๆ มาใช้ในงาน อย่างไรก็ตาม รายงานสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567) ระบุว่า ปัญหาการว่างงานระยะยาวลดลงเหลือร้อยละ 4.9 แต่บัณฑิตจบปริญญาตรีมีอัตราว่างงานสูงสุดถึงร้อยละ 1.67 สะท้อนถึงความไม่สมดุลระหว่างทักษะที่ตลาดต้องการกับทักษะของบัณฑิต เช่น ตลาดต้องการผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีหรือภาษาต่างประเทศ ขณะที่บัณฑิตส่วนใหญ่จบในสาขาที่ล้นตลาด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

ปัญหาการว่างงานของบัณฑิตจบใหม่เป็นเรื่องซับซ้อน มีทั้งปัญหาทักษะไม่ตรงกับความต้องการ และปัญหาโครงสร้างตลาดแรงงาน เช่น ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นอาชีพพื้นฐานและเน้นวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรี เกิดปัญหาความไม่สอดคล้องระหว่างคุณสมบัติหรือวุฒิการศึกษาของพนักงานกับตำแหน่งงานที่ทำอยู่ และธุรกิจลงทุนในเทคโนโลยีมากขึ้น ลดการพึ่งพาแรงงานคน ทำให้ตลาดแรงงานในอนาคตท้าทายมากขึ้น สาเหตุหลักของการว่างงานมาจากลาออกเองถึงร้อยละ 59.25 รองลงมาคือเลิกกิจการ ร้อยละ 16.16 หดสัญญาจ้างงานร้อยละ 13.15 และถูกให้ออก ร้อยละ 5.47 สะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น สภาพการทำงานไม่ดี ค่าตอบแทนไม่เป็นธรรม หรือโอกาสก้าวหน้าจำกัด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

เด็กจบใหม่ที่เริ่มทำงานมักขาดเป้าหมาย บางคนทำงานในสิ่งที่รัก แต่หลายคนทำงานเพียงเพราะต้องการเงินหรือความนิยม ทำให้ทำงานแบบผ่านๆ ผลงานไม่ดี สร้างปัญหาให้องค์กร นอกจากนี้ องค์กรมีคน

หลายเจนเนอเรชัน เช่น Generation X, Y และ Z โดยเฉพาะ Generation Z (เกิดหลังปี 1995) (Chillakuri & Mahanandia, 2018) มีความพร้อมในการแก้ปัญหา ปรับตัวเร็ว มีความรู้และแนวคิดสร้างสรรค์ พร้อมทำงานในองค์กรโดยไม่แบ่งชนชั้น (มนัสวี ศรีนนท์, 2561) กลุ่ม First Jobber ในปี 2567 ซึ่งเป็น Generation Z ต้องการแรงจูงใจมากกว่าการเงินและชื่อเสียง ชอบลงมือทำจริงมากกว่าทฤษฎี ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ทำให้รู้สึกสบายใจและตั้งใจทำงาน จนสามารถแสดงศักยภาพได้เต็มที่ มีเทคโนโลยีและระบบช่วยให้ทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ

เจนเนอเรชัน Z เผชิญกับปัญหาในการเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีนัยสำคัญ ประการแรกคือความไม่สอดคล้องระหว่างทักษะที่มีของผู้จบใหม่กับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะในสาขาที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและภาษาต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดภาวะความไม่สมดุลระหว่างคุณสมบัติของผู้หางานกับตำแหน่งงานที่เปิดรับ ประการที่สอง เจเนอเรชันนี้ขาดประสบการณ์การปฏิบัติงานจริง แม้ว่าจะมีความรู้ทางทฤษฎีเป็นพื้นฐาน แต่ยังขาดความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างเต็มรูปแบบ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้จบใหม่จำนวนมากขาดเป้าหมายหรือวิสัยทัศน์ในเส้นทางอาชีพ ส่งผลให้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานลดลง และมีแนวโน้มทำงานด้วยความไม่มุ่งมั่นเต็มที่ ส่งผลให้ศักยภาพในการทำงานไม่ถูกนำมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Gabrielova and Buchko, 2021)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจถึงการศึกษาผลกระทบของอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงานและความดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพและได้บุคลากรที่มีความสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อศึกษาความชื่นชอบในงานที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร
- 2.3 เพื่อศึกษาความน่าดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของ First Jobber ในกรุงเทพมหานคร

3. สมมติฐานของการวิจัย

- 3.1 อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร
- 3.2 ความชื่นชอบในงานมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร
- 3.3 ความน่าดึงดูดขององค์กรมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของ First Jobber ในกรุงเทพมหานคร

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดอิทธิพลทางสังคม อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การออกความคิดเห็นหรือการกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลจากประชากรในสังคม ส่งผลให้ มีการคล้อยตาม ทำตาม และมีผลต่อการเลือกตัดสินใจ ซึ่งอิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการกำหนดทัศนคติ และการตัดสินใจของบุคคล ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่กล่าวถึงวิถีการปฏิบัติของผู้คนที่มักจะปฏิบัติในสิ่งที่เห็นว่าเป็นบรรทัดฐาน โดยมี

แนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนตามบุคคลรอบข้าง หรือบุคคลอ้างอิง ซึ่งสามารถแบ่งอิทธิพลทางสังคมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การคล้อยตาม (Conformity) คือการที่บุคคลยอมจำนนต่อแรงกดดันของกลุ่มอ้างอิง โดยมีความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม หรือความเชื่อที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (กึ่งแก้ว คำเรือง และอรวิ ศรีบุญลือ, 2567) ซึ่งการปฏิบัติตามกลุ่มอ้างอิงหนึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเป็นอิสระจากกลุ่มอ้างอิงอื่น 2) การทำตามคำขอ (Compliance) คือ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามคำร้องขอจากผู้อื่น ซึ่งการปฏิบัติตามดังกล่าวอาจเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือปฏิบัติตามโดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ 3) การเชื่อฟัง (Obedience) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามคำสั่งโดยตรงจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าอิทธิพลทางสังคมประเภทอื่น (นุจรี สุพัฒน์, 2560)

4.2 แนวคิดความชื่นชอบในงาน ความชื่นชอบในงาน หมายถึง อารมณ์และความรู้สึกเชิงบวกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงภาพรวมของงานต่างๆ สถานการณ์ขององค์กรที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ มีพฤติกรรมการทำงานที่สร้างสรรค์ มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ตั้งใจทำงานให้ องค์กรในระยะยาว มีระดับการลาออกที่ต่ำ รวมไปถึงมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร (อาภาภรณ์ พิริยะภัทรกิจ, 2564) ซึ่งความชื่นชอบในงานของพนักงาน เป็นความรู้สึกเชิงบวกในการทำงานของพนักงาน ซึ่งทำให้ แสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความไม่ย่อท้อ ความมุ่งมั่นพยายามหาแนวทางที่จะฝ่าฟันอุปสรรค ได้แก่ 1) การดำรงสมาธิภาพกับองค์กร หมายถึง พนักงานอยากเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป 2) การกล่าวรับรอง องค์กรในทางบวก หมายถึง พนักงานรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร ซึ่งจะทำให้พนักงานกล่าวถึงองค์กรในทางบวก 3) ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค หมายถึง ความเพียรพยายาม ไม่ย่อท้อในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย 4) สมาชิกที่ดี ขององค์กร หมายถึง พนักงานกระทำแต่ไม่ใช้หน้าที่ แต่เกิดจากความสมัครใจของพนักงาน และไม่เกี่ยวกับ ผลประโยชน์ใด รวมไปถึงการอดทนต่อความกังวลในการทำงานด้วยความเต็มใจ และ 5) ความตั้งใจในการสร้าง ผลงานที่ดีเลิศ หมายถึง ความทุ่มเท กายและใจอย่างเต็มที่ของพนักงานในการทำงานตามหน้าที่ และอยาก ทำงานให้ดียิ่งขึ้น (กึ่งแก้ว คำเรือง และอรวิ ศรีบุญลือ, 2567)

4.3 แนวคิดความน่าดึงดูดขององค์กร ความน่าดึงดูดขององค์กร หมายถึง เครื่องมือและสัญลักษณ์ ขององค์กรในการสื่อสารถึงประโยชน์ที่ผู้สมัครงานจะได้รับเมื่อเข้าร่วมกับองค์กร เช่น แพ็คเก็จผลตอบแทน เวลาการทำงานที่ยืดหยุ่น สถานที่ทำงาน นวัตกรรมทางธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร โดยการวัดความดึงดูดใจ ขององค์กร นายจ้าง ได้แก่ 1) ด้านความน่าสนใจ คือ งานที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น รวมถึงการผลิตสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพด้วยสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ 2) ด้านสังคม คือ สภาพแวดล้อม ทางสังคมในเชิงบวก และการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน 3) ด้านเศรษฐกิจ คือ การได้รับค่าจ้างที่สูง กว่าค่าเฉลี่ยในตลาดแรงงาน แพ็คเก็จผลตอบแทนที่ดึงดูดใจ 4) ด้านการพัฒนา คือ การรับรู้คุณค่าและความ มั่นใจใน ตนเองจากการทำงานให้กับองค์กร รวมทั้งการพัฒนาทักษะและสั่งสมประสบการณ์ในอาชีพ และ 5) ด้านการประยุกต์ใช้ คือ โอกาสในการใช้ทักษะความเชี่ยวชาญและสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น (Berthon et al, 2005)

4.4 ความตั้งใจสมัครงาน ความตั้งใจสมัครงาน (Job Pursuit Intention) หมายถึง ความตั้งใจของ ผู้สมัครที่จะติดตามตำแหน่งงาน หรือ ความตั้งใจยังคงอยู่ในกระบวนการสรรหาขององค์กรของผู้สมัคร ความ ตั้งใจสมัครงานนี้มักวัดในช่วงเริ่มแรกของกระบวนการสรรหา รวมไปถึงความต้องการที่จะสมัครงาน ความ ต้องการที่จะผ่านเข้าสู่กระบวนการสรรหาในขั้นตอนต่อไป เช่น การเยี่ยมชม บริษัท การเข้ารับการสัมภาษณ์ เป็นต้น รวมไปถึงความต้องการที่จะเข้าสู่ และอยู่ในกลุ่มผู้สมัครขององค์กรโดยยังไม่ตัดสินใจเลือกตอบรับ ตำแหน่งงานหรือไม่ของผู้สมัคร (Chapman et al, 2005)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้
ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

5.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด และเนื่องจากเป็นผู้เริ่มต้นทำงาน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับงานอย่างสดใหม่ ทำให้สะท้อนปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานได้ชัดเจน

5.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ First Jobber ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มเจาะจง (Purposive Random Sampling) และใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบเลือกรายการ (check list) ส่วนที่ 2 อิทธิพลทางสังคม โดยประยุกต์มาจากแนวคิดของ Franzoi (2016) ส่วนที่ 3 ความชื่นชอบในงาน โดยประยุกต์มาจากแนวคิดของ Zigarmi et al. (2011) ส่วนที่ 4 ความน่าดึงดูดขององค์กร โดยประยุกต์มาจากแนวคิดของ Berthon et al (2005) และส่วนที่ 5 ความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนที่ 2, 3, 4 และ 5 ใช้แบบสอบถามประเภทมาตรฐานการวัดระดับข้อมูลเป็นมาตรอันตรภาค (Interval scale) ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ และผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.981 โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยด้วยอันตรภาคชั้น 0.8 กล่าวคือ 1.00-1.80 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึง 4.21-5.00 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการขอหนังสือจากคณะเพื่อขออนุญาต และขอความร่วมมือในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร จากนั้นจัดเตรียมแบบสอบถาม Google Form ให้สมบูรณ์ และการแจกแบบสอบถามไปยัง First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผ่านกลุ่มเฟสบุ๊กสาธารณะหางานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามให้ครบถ้วนโดยคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 ชุด โดยใช้เวลา 20 วัน และนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราร้อยละ 100 แล้วตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ สถิติรูปแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และ 2) อิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน ความน่าดึงดูดขององค์กร ที่ส่งผลความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติรูปแบบอนุมาน (Inferential Statistics) โดยผู้วิจัยทดสอบอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร และความน่าดึงดูดขององค์กร มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 โดยมีอายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 24 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และส่วนใหญ่มัธยมศึกษาปริญญาตรี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.80 แสดงให้เห็นว่า First Jobber ในกรุงเทพมหานครที่เข้าร่วมการศึกษานี้ส่วนมากเป็นหญิงสาววัยทำงานต้นทางที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในภาพรวม และแยกรายด้าน ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับอิทธิพลทางสังคม ภาพรวม

อิทธิพลทางสังคม	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการคล้อยตาม	3.80	0.774	มาก
ด้านการทำตามคำขอ	3.51	1.078	มาก
ด้านการเชื่อฟัง	3.72	0.716	มาก
ภาพรวม	3.67	0.856	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่าระดับอิทธิพลทางสังคม ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการคล้อยตาม ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาได้แก่ ด้านการเชื่อฟัง ($\bar{X} = 3.72$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการทำตามคำขอ ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความชื่นชอบในงาน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในภาพรวม และแยกรายด้าน ดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความชื่นชอบในงาน ภาพรวม

ความชื่นชอบในงาน	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร	4.17	0.729	มาก
ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก	4.04	0.619	มาก
ด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค	4.59	0.526	มากที่สุด
ด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร	4.42	0.606	มากที่สุด
ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ	4.49	0.537	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	0.603	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าระดับความชื่นชอบในงาน ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาได้แก่ ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ ($\bar{X} = 4.49$) ด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ($\bar{X} = 4.42$) ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ($\bar{X} = 4.17$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าดึงดูดขององค์กร ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในภาพรวม และแยกรายด้าน ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความน่าดึงดูดขององค์กร ภาพรวม

ความน่าดึงดูดขององค์กร	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าสนใจ	4.46	0.662	มากที่สุด
ด้านสังคม	4.25	0.856	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ	4.29	0.780	มากที่สุด
ด้านการพัฒนา	4.38	0.677	มากที่สุด
ด้านการประยุกต์ใช้	4.54	0.618	มากที่สุด
ภาพรวม	4.38	0.718	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่าระดับความน่าดึงดูดขององค์กร ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประยุกต์ใช้ ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมา ได้แก่ ด้านความน่าสนใจ ($\bar{X} = 4.46$) ด้านการพัฒนา ($\bar{X} = 4.38$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.29$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสังคม ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	β	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.246	.233		2.428	.016*
อิทธิพลทางสังคม (X ₁)	.769	.055	.764	13.954	.000**
ความชื่นชอบในงาน (X ₂)	.340	.059	.344	5.729	.000**
ความน่าดึงดูดขององค์กร (X ₃)	.274	.082	.275	13.032	.000**
R= .765, R ² = .763, Adjusted R ² = .771, SEE. = .32146 F= 68.145					

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย โดยวิธีการนำเข้าทั้งหมด แบบ Enter พบว่า อิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน และความน่าดึงดูดขององค์กรมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร โดยอิทธิพลทางสังคม ได้แก่ ด้านการคล้อยตาม ด้านการทำตามคำขอ และด้านการเชื่อฟัง ความชื่นชอบในงาน ได้แก่ ด้านความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ด้านความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ และความน่าดึงดูดขององค์กร ได้แก่ ด้านความน่าสนใจ ด้านสังคมด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนา และด้านการประยุกต์ใช้ มีผลต่อความตั้งใจในการสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 77.1 โดยสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$Y = 1.246 + (0.769) X_1 + (0.340) X_2 + (0.274) X_3$$

7. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงานและความดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจาก First Jobber มองหาจากแหล่งหางานออนไลน์ เช่น Jobthai, JobBKK JobDB เป็นต้น สนใจหาสมัครงานจากชื่อเสียงขององค์กร และสนใจหาสมัครงานจากการบอกต่อ หรือรีวิวทางออนไลน์ โดย First Jobber จะรู้สึกภูมิใจ หากสามารถได้เข้าทำงานตามที่ต้องการ ครอบครัวของ First Jobber ขอให้สมัครงาน และเพื่อนของ First Jobber ส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งหางานอยู่เสมอ นอกจากนี้ First Jobber มีความพร้อมที่จะส่งเอกสารสำหรับการสมัครงานได้ครบถ้วนเพียงพอ เชื่อฟังการแนะนำของรุ่นพี่ที่ทำงานที่ต้องการ และเชื่อฟังข้อแนะนำจากคนรู้จักรอบตัวในการหางานให้ได้ตามต้องการ จึงทำให้ First Jobber มีความตั้งใจสมัครงานในกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามแนวคิดอิทธิพลทางสังคมของ Franzoi (2016) ที่กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่กล่าวถึงวิธีการปฏิบัติของผู้คนที่มักจะปฏิบัติในสิ่งที่เห็นว่าเป็นบรรทัดฐาน โดยมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนตามบุคคลรอบข้าง หรือบุคคลอ้างอิง ซึ่งสามารถแบ่งอิทธิพลทางสังคมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การคล้อยตาม (Conformity) คือการที่บุคคลยอมจำนนต่อแรงกดดันของกลุ่มอ้างอิง โดยมีความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม หรือความเชื่อที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ซึ่งการปฏิบัติตามกลุ่มอ้างอิงหนึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเป็นอิสระจากกลุ่มอ้างอิงอื่น 2) การทำตามคำขอ (Compliance) คือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามคำร้องขอจากผู้อื่นซึ่งการปฏิบัติตามดังกล่าวอาจเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือปฏิบัติ ตามโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ 3) การเชื่อฟัง (Obedience) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตาม คำสั่งโดยตรงจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าอิทธิพลทางสังคมประเภทอื่น โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของกึ่งแก้ว คำเรือง และอรวี ศรีบุญลือ (2567) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. เพื่อศึกษาความชื่นชอบในงานที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความชื่นชอบในงานมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจาก First Jobber มีความยินดีเข้าดำรงตำแหน่งในองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ

ต้องการเข้ารับตำแหน่งงานในองค์กรที่มีชื่อเสียง และต้องการเป็นส่วนหนึ่งในงานที่ตรงกับความสามารถที่สำเร็จ การศึกษามา นอกจากนี้ยังตั้งใจสนับสนุนองค์กรที่จะเข้าดำรงตำแหน่งเสมอ หากมีใครกล่าวร้ายถึงองค์กรของ ยินดีอธิบายให้พวกเขาเข้าใจ และตั้งใจกล่าวถึงองค์กรที่จะได้ดำรงตำแหน่งในทางบวก อีกทั้งยังตั้งใจจัดทำ เอกสาร เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการสมัครงาน จะมุ่งมั่นสมัครงาน เพื่อให้เข้าทำงานได้ และตั้งใจค้นหาตำแหน่ง งานที่เหมาะสมกับความสามารถของมากที่สุด รวมถึง First Jobber จะตั้งใจปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ได้รับอย่าง ที่สุด จะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับอย่างตรงไปตรงมา และจะพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพมากขึ้นเสมอ ตลอดจนจะใช้ไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงานให้กับองค์กรในอนาคต จะใช้ความสามารถ ของที่มีสร้างผลงานให้กับองค์กร และจะพัฒนาผลงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ First Jobber มีความตั้งใจ สมัครงานในกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับความชื่นชอบในงานของ Zigarmi et al. (2011) ที่ กล่าวว่าความชื่นชอบในงานของพนักงาน เป็นความรู้สึกเชิงบวกในการทำงานของพนักงาน ซึ่งทำให้แสดงออก ถึงความกระตือรือร้น ความไม่ย่อท้อ ความมุ่งมั่นพยายามหาแนวทางที่จะฝ่าฟันอุปสรรค ซึ่งจะส่งผลให้พนักงาน เกิดการทำงานที่สร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ 1) ความตั้งใจในการดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร (Intent to Stay) หมายถึง พนักงานอยากเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ เป้าหมาย 2) ความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก (Intent to Endorse) หมายถึง พนักงานรู้สึกเป็น เจ้าขององค์กร ซึ่งจะทำให้พนักงานกล่าวถึงองค์กรในทางบวก 3) ความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (Intent to Exert Discretionary Effort) หมายถึง ความเพียรพยายาม ไม่ย่อท้อในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย 4) ความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Intent to Use Organizational Citizenship Behaviors) หมายถึง พนักงานกระทำความดีไม่ใช่ว่าหน้าที่ แต่เกิดจากความสมัครใจของพนักงาน และไม่เกี่ยวกับผลประโยชน์ใด รวมไปถึง การอดทนต่อความกังวล ความเครียดในการทำงานด้วยความเต็มใจ และ 5) ความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ (Intent to Perform) หมายถึง ความทุ่มเทกายและใจอย่างเต็มที่ของพนักงานในการทำงานตามหน้าที่ และ อยากทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิ่งแก้ว คำเรือง และอรวี ศรีบุญลือ (2567) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ความชื่นชอบในงานมีผลต่อความตั้งใจ สมัครงานของกลุ่ม Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัย ของบรรลรัตน์ ธนาฤทธิวรภาค (2561) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ สมัครงานของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซดที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความ ชื่นชอบในงาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของภัทราภรณ์ แสงเทศ (2564) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความน่าดึงดูดขององค์กรอุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดความชื่นชอบในงานมาจากการให้คุณค่าผลลัพธ์ของงาน โดยองค์กรมีการนำ ความสนใจในงานและความถนัดของพนักงานมาประกอบการพิจารณา อีกทั้งยังพบว่าองค์กรสามารถผลักดัน ความชื่นชอบในงานได้ด้วยการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน ซึ่งจะช่วยให้พนักงานรู้สึกเป็น ทีมเดียวกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากขึ้นอีกด้วย

3. เพื่อศึกษาความน่าดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของ First Jobber ใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความน่าดึงดูดขององค์กรมีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรที่สมัครมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรม มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อค่าครองชีพ จึงทำให้ First Jobber เห็นว่าองค์กรที่สมัครมีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางได้สะดวกสบาย เห็นว่าองค์กรที่สมัครมีมาตรการที่ดีต่อ

สิ่งแวดล้อม และต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้งานที่สมัครสามารถสร้างความมั่นคงในหน้าที่การงานให้กับได้ มีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้นได้ และมีโอกาสได้เลื่อนระดับเงินเดือนสูงขึ้นได้ เห็นว่าความสามารถของจะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาองค์กรได้ มั่นใจว่ามีคุณค่าต่อการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่สมัคร และมีความพร้อมที่จะนำทักษะจากการเรียนไปใช้ในการพัฒนาการทำงานในองค์กรที่สมัครได้ ตลอดจนมีความพร้อมที่จะเรียนรู้การทำงานจากพี่เลี้ยงและเพื่อนร่วมงาน มีทักษะที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับองค์กรได้ และองค์กรให้ความสำคัญกับลูกค้าและมีมนุษยธรรม จึงทำให้ First Jobber มีความตั้งใจสมัครงานในกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามแนวคิดความน่าดึงดูดขององค์กรของ Berthon et al (2005) ที่กล่าวถึงความดึงดูดใจขององค์กร นายจ้าง (Employer Attractiveness) อันประกอบด้วยคุณลักษณะของความดึงดูดใจ 5 ประการ ได้แก่ 1) ด้านความน่าสนใจ (Interest value) คืองานที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น รวมถึงการ ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ด้วยสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 2) ด้านสังคม (Social value) คือสภาพแวดล้อมทางสังคมในเชิงบวก และการมี ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน 3) ด้านเศรษฐกิจ (Economic value) คือการได้รับค่าจ้างที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยใน ตลาดแรงงาน แพ็คเก็จผลตอบแทนที่ดึงดูดใจ ความมั่นคงของงาน รวมถึงโอกาสในการเติบโต 4) ด้านการพัฒนา (Development value) คือการรับรู้คุณค่าและความมั่นใจใน ตนเองจากการทำงานให้กับองค์กร รวมทั้งการพัฒนาทักษะและสั่งสมประสบการณ์ในอาชีพ และ 5) ด้านการประยุกต์ใช้ (Application value) คือ โอกาสในการใช้ทักษะความเชี่ยวชาญและสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น โดยที่องค์กรนั้นให้ความสำคัญกับลูกค้าและมีมนุษยธรรม โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของซาคารียา พุทธพาน (2563) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่ดึงดูดให้บุคลากรอยากมาสมัครงานกับองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้บุคลากรอยากมาสมัครงานกับองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและลักษณะงาน ปัจจัยด้านโอกาสในการก้าวหน้าและนโยบายองค์กร ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงและขนาดองค์กร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและความมั่นคงขององค์กร และปัจจัยด้านการสื่อสารนโยบาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกิ่งแก้ว คำเรือง และอรวิ ศรีบุญลือ (2567) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ความน่าดึงดูดขององค์กร มีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของนุจรี สุพัฒน์ (2560) ที่ศึกษาวิจัยในหัวข้อ ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ ผลการวิจัยพบว่า ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างมีองค์ประกอบหลัก 4 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงาน 2) สัมพันธภาพในที่ทำงาน 3) ความเป็นอิสระและความคิดสร้างสรรค์ 4) บรรยากาศและการบริหารองค์กร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครงาน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของบรรลัดน์ ธนาฤทธิวรภาค (2561) ที่ได้ศึกษาถึง ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซดที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้าง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซด

8. สรุปผลการวิจัย

1. ระดับอิทธิพลทางสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการคล้อยตามมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการเชื่อฟัง และการทำตามคำขอ ตามลำดับ ด้านการคล้อยตาม พบว่า First Jobber นิยมค้นหางานผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น JobThai, JobBKK, JobDB และพิจารณาสมัครงานจากชื่อเสียงขององค์กร และรีวิวทางออนไลน์ สำหรับด้านการทำตามคำขอ พบว่า First Jobber ภูมิใจเมื่อได้งานที่ต้องการ และได้รับ

แรงสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อน สำหรับด้านการเชื้อเพลิง พบว่า First Jobber มักเชื่อคำแนะนำจากรุ่นพี่หรือคนใกล้ชิด และมีความตั้งใจในการเตรียมเอกสารสมัครงานอย่างครบถ้วน

2. ระดับความชื่นชอบในงานของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ความตั้งใจพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ความตั้งใจสร้างผลงานที่ดีเลิศ ความตั้งใจเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ความตั้งใจดำรงสมาชิกภาพ และความตั้งใจในการกล่าวรับรององค์กรในทางบวก ในแต่ละด้าน First Jobber แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่น เช่น การตั้งใจจัดทำเอกสารสมัครงาน การใช้ทักษะในการพัฒนาผลงาน และการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร ตลอดจนความพร้อมในการกล่าวถึงองค์กรในทางบวกและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

3. ระดับความน่าดึงดูดขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการประยุกต์ใช้ ด้านความน่าสนใจ ด้านการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม โดย First Jobber ให้ความสำคัญกับองค์กรที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ มีภาพลักษณ์ดี ค่าตอบแทนเหมาะสม เดินทางสะดวก มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และมีความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร อีกทั้งยังคาดหวังในความมั่นคง ความก้าวหน้าในอาชีพ และโอกาสในการนำความรู้ความสามารถมาพัฒนาผลงานในองค์กร รวมถึงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากผู้อื่นและการทำงานแบบมีมนุษยธรรม

4. ระดับความตั้งใจสมัครงานของ First Jobber อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากขอบเขตงาน ค่าตอบแทน และสวัสดิการเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมีความตั้งใจที่จะเข้าสู่กระบวนการสรรหาต่อไป เช่น การเยี่ยมชมสถานที่ทำงาน หรือเข้ารับการสัมภาษณ์ ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมและความจริงจังของกลุ่มเป้าหมายในการสมัครงาน

5. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงาน และความน่าดึงดูดขององค์กร มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของ First Jobber ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถทำนายความตั้งใจสมัครงานได้ถึงร้อยละ 77.1

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของอิทธิพลทางสังคม ความชื่นชอบในงานและความน่าดึงดูดขององค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม First Jobber ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถสร้างข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านอิทธิพลทางสังคม องค์กรควรส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการรีวิวและบอกต่อในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การให้พนักงานปัจจุบันหรืออดีตพนักงานแชร์ประสบการณ์การทำงานที่ดีในองค์กรบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น LinkedIn หรือ Facebook เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้กลุ่ม First Jobber ที่มีแนวโน้มรับอิทธิพลจากสังคมเกิดความสนใจและอยากสมัครงานกับองค์กร

2. ด้านความชื่นชอบในงาน องค์กรควรออกแบบและสื่อสารรายละเอียดงานให้ชัดเจน โดยเน้นจุดเด่นของงานที่ First Jobber ให้ความสำคัญ เช่น โอกาสในการเรียนรู้ งานที่มีความท้าทาย หรือสามารถเติบโตในสายอาชีพ พร้อมจัดทำคลิปวิดีโอ “หนึ่งวันทำงานในองค์กร” หรือบทสัมภาษณ์พนักงานรุ่นใหม่ที่จะสะท้อนประสบการณ์การทำงานที่น่าชื่นชอบ เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงบวกต่อเนื้องาน นั้น ๆ

3. ด้านความน่าดึงดูดขององค์กร องค์กรควรพัฒนาเว็บไซต์และหน้าเพจ "สมัครงาน" (Careers Page) ให้มีความทันสมัย มีเนื้อหาที่ชัดเจน เช่น สวัสดิการ สิ่งแวดล้อมการทำงานที่เป็นมิตร ความยืดหยุ่นด้านเวลา

ทำงาน หรือกิจกรรมสนับสนุน Work-Life Balance โดยควรมีภาพหรือวิดีโอบรรยากาศจริงในองค์กร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าดึงดูดใจอย่างเป็นรูปธรรม

9.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์จากผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการที่เปิดรับสมัครงาน ถึงคุณสมบัติของ First Jobber ที่องค์กรต้องการอย่างแท้จริง
2. ผู้วิจัยควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่รอบด้าน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้นต่อไป

10. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2565). ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง นโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. <https://www.moe.go.th/360policy-and-focus-moe-2023/>
- กิ่งแก้ว คำเรือง และอริ ศรีบุญลือ. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 66-86.
- ชาคริยา พุทธปวน. (2563). ปัจจัยที่ดึงดูดให้บุคลากรอยากมาสมัครงานกับองค์กร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุจรี สุพัฒน์. (2560). ความดึงดูดใจขององค์กรนายจ้างในมุมมองของผู้ที่กำลังหางานทำ. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 6(1), 68 – 79.
- บวรรัตน์ ธนาฤทธิ์วรภาค. (2561). ปัจจัยความน่าดึงดูดของนายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นแซดที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทราภรณ์ แสงเทศ. (2564). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความน่าดึงดูดขององค์กรอุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทาน. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนอเรชั่นกับกรอบวิธีคิด. *วารสารศึกษาศาสตร์ มจร*, 6(1), 364-373.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). คนไทยว่างงานแตะ 4.1 แสนคน เด็กจบใหม่ที่ยังคงเผชิญกับอัตราการว่างงานสูง. <https://www.amarintv.com/spotlight/economy/64954>.
- Berthon, P. Ewing, M., & Hah, L.L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising: Quarterly Review of Marketing Communications*, 24(2), 151-172.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., & Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: a meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of applied psychology*, 90(5), 928
- Chillakuri, B., & Mahanandia, R. (2018). Generation Z Entering the Workforce: The Need for Sustainable Strategies in Maximizing Their Talent. *Human Resource Management International Digest*, 26, 34-38.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Franzoi, S. L. (2016). *Social Psychology 2nd* (chapter 2, pp. 45-85). Iowa: Brown & Benchmark.

- Gabrielova, Karina & Buchko, Aaron. (2021). *Here comes Generation Z: Millennials as managers. Business Horizons*. 64(1), 475-490.
- Zigarmi, D., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2011). *Employee Work Passion. Perspectives*, 3.
[https://engageforsuccess.org/wp-content/uploads/2015/10/Employee Passion.](https://engageforsuccess.org/wp-content/uploads/2015/10/Employee_Passion.pdf)