

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัย เรื่อง การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของนิสิตนักศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายสุ่มจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเข้าทำงาน และแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กร
- ตอนที่ 3 ปัจจัยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างกับประเภทขององค์กรที่ต้องการทำงานด้วย และแรงจูงใจในการเข้าทำงาน
- ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	210	52.5
ชาย	190	47.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 47.5 เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคกลาง	160	40.0
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	121	30.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35	8.8
ภาคเหนือ	35	8.8
ภาคใต้	33	8.3
ภาคตะวันออก	16	4.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภูมิภาคอยู่ในภาคกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ร้อยละ 30.3 มีภูมิภาคอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4.0 มีภูมิภาคอยู่ในภาคตะวันออก

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1.50	4	1.0
1.50 - 2.00	10	2.5
2.01 - 2.50	107	26.8
2.51 - 3.00	157	39.3
3.01 - 3.24	70	17.5
3.25 - 3.50	35	8.8
มากกว่า 3.50 ขึ้นไป	17	4.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.00 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา ร้อยละ 26.8 มีระดับเกรดเฉลี่ย 2.01 - 2.50 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50 มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยทำกิจกรรม

ขณะศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

การทำกิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยทำ	221	55.3
เคยทำ	179	44.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.3 ไม่เคยทำกิจกรรม ส่วนผู้ที่เคยทำคิดเป็นร้อยละ 44.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่เคยทำขณะ

ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

กิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละของความคิดเห็นรวมในการตอบ
สมาชิกชมรม	214	39.3
อาสาสมัครช่วยงานที่มหาวิทยาลัย เช่น กีฬามหาวิทยาลัย	118	21.7
แข่งขันความสามารถพิเศษ เช่น ร้องเพลง	42	7.7
กรรมการนิสิตนักศึกษาของคณะหรือมหาวิทยาลัย	34	6.3
แข่งขันกิจกรรมทางวิชาการ เช่น โต้วาที	30	5.5
นักกีฬามหาวิทยาลัย	23	4.2
ประกวดความงาม เช่น ดาว – เดือน	23	4.2
ประธานชมรม	21	3.9
ตัวแทนสถาบันแข่งขันทางวิชาการ	11	2.0
ช่วยงานกิจกรรมของคณะ	8	1.5
เชียร์ลีดเดอร์	6	1.1
ช่วยงานอาจารย์	6	1.1
อื่น ๆ เช่น เป็นพิธีกร ร่วมงานสัมมนา ออกค่าย อาสาฯ และแสดงละครเวที	8	1.5

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กิจกรรมขณะศึกษาในมหาวิทยาลัยที่กลุ่มตัวอย่างเคยทำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.3 คือ การเป็นสมาชิกชมรม รองลงมา ร้อยละ 21.7 คือ การเป็นอาสาสมัครช่วยงานที่มหาวิทยาลัย เช่น กีฬามหาวิทยาลัย และ กิจกรรมที่ทำน้อยที่สุด คือ การเป็นเชียร์ลีดเดอร์ และช่วยงานอาจารย์ คิดเป็น ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่บิดาทำงาน

องค์กรที่บิดาทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	166	41.5
ราชการ	102	25.5
บริษัทเอกชน	57	14.2
รัฐวิสาหกิจ	40	10.0
ไม่ได้ทำงาน	15	3.7
รับจ้างทั่วไป	9	2.3
องค์กรมหาชน เช่น สภาพัฒนาฯ	2	0.5
อื่น ๆ ในที่นี้คือเสียชีวิตแล้ว	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบิดาทำธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 41.5 รองลงมา ร้อยละ 25.5 คือรับราชการ และไม่มีผู้ทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนเลย

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่มารดาทำงาน

องค์กรที่มารดาทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	145	36.2
ไม่ได้ทำงาน	82	20.5
ราชการ	80	20.0
บริษัทเอกชน	39	9.7
รัฐวิสาหกิจ	33	8.3
รับจ้างทั่วไป	13	3.3
องค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGO เช่น องค์กรพิทักษ์สิทธิสตรี, องค์กรพิทักษ์เด็ก	4	1.0
องค์กรมหาชน เช่น สภาพัฒนาฯ	2	0.5
อื่น ๆ ในที่นี้คือเสียชีวิตแล้ว	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมารดาทำธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 36.2 รองลงมา ร้อยละ 20.5 ไม่ได้ทำงาน และน้อยที่สุดคือทำงานกับองค์กรมหาชน คิดเป็น ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการ

ตัดสินใจเข้าทำงาน

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	287	71.8
บิดามารดา	88	22.0
เพื่อน	10	2.5
อาจารย์	5	1.3
ญาติ	4	1.0
รุ่นพี่	2	0.5
แฟน	2	0.5
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 71.8 มีการตัดสินใจเข้าทำงานด้วยตัวเอง รองลงมาคิดเป็น ร้อยละ 22.0 มีบิดามารดาช่วยตัดสินใจในการเข้าทำงาน และผู้ที่มีส่วนน้อยที่สุดในการตัดสินใจเข้าทำงาน คือ แฟน คิดเป็น ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่ต้องการทำงานด้วยมากที่สุด

ประเภทองค์กรที่ต้องการทำงานด้วยมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทเอกชน	198	49.5
ราชการ	78	19.5
รัฐวิสาหกิจ	72	18.0
องค์กรมหาชน	34	8.5
ธุรกิจส่วนตัว	13	3.3
องค์กรพัฒนาเอกชน	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งหรือคิดเป็น ร้อยละ 49.5 ต้องการทำงานในบริษัทเอกชน รองลงมา ร้อยละ 19.5 ต้องการทำงานราชการ และต้องการทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนน้อยที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่ต้องการเข้าทำงานเป็นองค์กรแรก

องค์กรที่ต้องการเข้าทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท การบินไทย (มหาชน)	70	17.5
เครือซีเมนต์ไทย (SCG)	67	16.8
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	50	12.5
บริษัทเวิร์คพอยด์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มหาชน	34	8.5
บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	30	7.5
เจริญโภคภัณฑ์ อาหาร	27	6.8
บริษัท ซีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	26	6.5
เจริญโภคภัณฑ์ กรุ๊ป	24	6.0
บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ไทยแลนด์ จำกัด	19	4.8
ธนาคารไทยพาณิชย์	16	4.0
การไฟฟ้านครหลวง	10	2.5
กระทรวงยุติธรรม	6	1.5
อื่นๆ เช่น กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ฯ โรงแรมโนโวเทลส์ เป็นต้น	21	5.1
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการเข้าทำงานบริษัทการบินไทย (มหาชน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.5 รองลงมาคือเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ร้อยละ 16.8 และองค์กรที่ต้องการเข้าทำงานด้วยน้อยที่สุด คือ กระทรวงยุติธรรม คิดเป็น ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนก

ตามระดับการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรตามที่ระบุว่าต้องการเข้าทำงานเป็น

องค์กรแรก

การตัดสินใจเข้าทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจเข้า ทำงาน
เข้าทำงานอย่างแน่นอน	81	20.3	3.80	0.80	เข้าทำงาน
เข้าทำงาน	171	42.8			
ไม่แน่ใจ	140	35.0			
ไม่เข้าทำงาน	5	1.3			
ไม่เข้าทำงานอย่างแน่นอน	3	0.8			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจจะเข้าทำงานในองค์กร
อยู่ในระดับ “เข้าทำงาน” คิดเป็นร้อยละ 42.80 โดยมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจเข้าทำงาน เท่ากับ
3.80 ซึ่งเป็นระดับการตัดสินใจที่อยู่ในระดับ เข้าทำงาน

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริม

การสมัครเข้าทำงานขององค์กร และแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กร
ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการรับรู้การประชาสัมพันธ์

ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการเข้าทำงาน

จำแนกตามวิธีการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูล

วิธีการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความถี่ ในการรับรู้
เว็บไซต์ขององค์กร	3.40	1.05	ปานกลาง
ข่าวการรับสมัครงาน	3.26	1.03	ปานกลาง
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	3.20	1.03	ปานกลาง
ข่าวการได้รับรางวัลต่างๆ ขององค์กร	3.03	1.07	ปานกลาง
ข่าวแนะนำสินค้าและบริการใหม่	3.01	1.07	ปานกลาง
กิจกรรมกับนักศึกษา	2.98	1.10	ปานกลาง
ข่าวการนำระบบงานหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน	2.95	1.08	ปานกลาง
ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	2.78	0.97	ปานกลาง
ข่าวโครงการต่างๆขององค์กร	2.76	0.98	ปานกลาง
การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง	2.75	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 (ต่อ)

วิธีการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความถี่ ในการรับรู้
การจัดกิจกรรมต่างๆ กับ บุคคลภายนอก	2.75	1.05	ปานกลาง
การออกร้านเพื่อแนะนำบริษัทตาม สถานศึกษา	2.70	1.17	ปานกลาง
การออกร้านในงานนัดพบแรงงาน	2.50	1.06	ต่ำ
ข่าวพิธีมอบรางวัลให้พนักงานที่มี ผลงานดีเด่น หรือพนักงานตัวอย่าง	2.46	1.07	ต่ำ
ข่าวการมอบของที่ระลึกให้กับพนักงาน ที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน	2.29	1.04	ต่ำ
ข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท	2.26	1.00	ต่ำ
อื่น ๆ เช่น โฆษณาทางสื่อต่างๆ และคำ บอกกล่าวจากพนักงาน	2.80	0.99	ปานกลาง
รวม	2.82	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการในการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาแต่ละวิธีการ พบว่า มีความถี่ในการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ 4 วิธีการ ได้แก่ การออกร้านในงานนัดพบแรงงาน ($\bar{X} = 2.50$) ข่าวพิธีมอบรางวัลให้พนักงานที่มีผลงานดีเด่นหรือพนักงานตัวอย่าง ($\bar{X} = 2.46$) ข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท ($\bar{X} = 2.29$) และข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท ($\bar{X} = 2.26$)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้า

ทำงานกับองค์กรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแรงจูงใจต่างๆ

แรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับของแรงจูงใจ	ลำดับที่
<u>แรงจูงใจด้วยค่าตอบแทน</u>				
เงินเดือน	4.12	0.87	มาก	1
โบนัส	3.99	0.94	มาก	3
<u>แรงจูงใจด้วยความก้าวหน้าในงาน</u>				
การเลื่อนตำแหน่ง	3.86	1.00	มาก	4
<u>แรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงาน</u>				
เป็นงานที่ตรงกับความชอบและความสามารถ	4.01	0.87	มาก	2
เป็นงานที่น่าสนใจ	3.79	0.91	มาก	7
เป็นงานที่ตรงกับสาขาที่เรียน	3.77	1.05	มาก	8
เป็นงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	3.58	0.96	มาก	12
<u>แรงจูงใจด้วยสวัสดิการ</u>				
สวัสดิการด้านค่ารักษาพยาบาล	3.85	0.96	มาก	5
สวัสดิการด้านสิทธิในการลางาน	3.75	0.92	มาก	10
สวัสดิการด้านค่าเดินทาง	3.67	0.99	มาก	11
สิทธิพิเศษตามตำแหน่งหน้าที่	3.54	1.01	มาก	13
<u>แรงจูงใจด้วยการพัฒนาพนักงาน</u>				
การให้ทุนการศึกษาต่อ	3.83	1.03	มาก	6
การดูงานต่างประเทศ	3.76	1.03	มาก	9
การอบรมเพิ่มเติมในประเทศ	3.37	0.99	ปานกลาง	14
<u>แรงจูงใจด้วยรางวัลตอบแทน</u>				
การมอบรางวัลในฐานะพนักงานดีเด่น	3.24	1.05	ปานกลาง	15

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาแต่ละแรงจูงใจ พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 ปัจจัย ได้แก่ การอบรมเพิ่มเติมในประเทศ ($\bar{X} = 3.37$) และการมอบรางวัลในฐานะพนักงานดีเด่น ($\bar{X} = 3.24$)



ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าทำงานกับองค์กรจำแนกตามแรงจูงใจประเภทต่างๆ

แรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ ของปัจจัย
แรงจูงใจด้วยค่าตอบแทน	4.06	0.85	มาก
แรงจูงใจด้วยความก้าวหน้าในงาน	3.86	1.00	มาก
แรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงาน	3.79	0.74	มาก
แรงจูงใจด้วยสวัสดิการ	3.70	0.80	มาก
แรงจูงใจด้วยการพัฒนาพนักงาน	3.65	0.87	มาก
แรงจูงใจด้วยรางวัลตอบแทน	3.24	1.05	ปานกลาง
รวม	3.74	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจประเภทต่างๆในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแต่ละประเภท พบว่า มีประเภทที่ทำให้เกิดแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง 1 ประเภท คือ แรงจูงใจด้วยรางวัลตอบแทน ($\bar{X} = 3.24$)

ตอนที่ 3 ปัจจัยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างกับประเภทขององค์กรที่ต้องการทำงานด้วยมากที่สุด

และแรงจูงใจในการเข้าทำงาน

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทองค์กรที่กลุ่ม

ตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ประเภทองค์กร						รวม
	ราชการ	รัฐวิสาหกิจ	องค์กรมหาชน	บริษัทเอกชน	องค์กรพัฒนาเอกชน	อื่น ๆ	
ภาคเหนือ (ร้อยละ)	6 (17.1)	12 (34.3)	2 (5.7)	12 (34.3)	2 (5.7)	1 (2.9)	35 (100.0)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ)	11 (31.4)	8 (22.9)	-	16 (45.7)	-	-	35 (100.0)
ภาคกลาง (ร้อยละ)	34 (21.3)	29 (18.1)	13 (8.1)	77 (48.1)	1 (0.6)	6 (3.8)	160 (100.0)
ภาคใต้ (ร้อยละ)	5 (15.2)	4 (12.1)	5 (15.2)	18 (54.5)	1 (3.0)	-	33 (100.0)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ)	2 (12.5)	4 (25.0)	1 (6.3)	9 (56.3)	-	-	16 (100.0)
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ร้อยละ)	20 (17.1)	15 (34.3)	13 (5.7)	66 (34.3)	1 (5.7)	6 (2.9)	121 (100.0)
รวม ร้อยละ	78 (19.5)	72 (18.0)	34 (8.5)	198 (49.5)	5 (1.3)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างทุกภูมิภาคมีความต้องการเข้าทำงานกับบริษัทเอกชนมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาภาคเหนือมีความต้องการเข้าทำงานกับบริษัทเอกชนองค์กรรัฐวิสาหกิจมากที่สุดเท่ากัน

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทองค์กรที่กลุ่ม

ตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	ประเภทองค์กร						รวม
	ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	องค์กร มหาชน	บริษัท เอกชน	องค์กร พัฒนา เอกชน	อื่น ๆ	
ต่ำกว่า 1.50 (ร้อยละ)	1 (25.0)	- -	1 (25.0)	2 (50.0)	- -	- -	4 (100.0)
1.50 – 2.00 (ร้อยละ)	1 (10.0)	4 (40.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	- -	1 (10.0)	10 (100.0)
2.01 – 2.50 (ร้อยละ)	30 (28.0)	12 (11.2)	11 (10.3)	50 (46.7)	- -	4 (3.7)	107 (100.0)
2.51 – 3.00 (ร้อยละ)	24 (15.3)	35 (22.3)	10 (6.4)	80 (51.0)	4 (2.5)	4 (2.5)	157 (100.0)
3.01 – 3.24 (ร้อยละ)	8 (11.4)	12 (17.1)	3 (4.3)	43 (61.4)	- -	4 (5.7)	70 (100.0)
3.25 – 3.50 (ร้อยละ)	8 (22.9)	7 (20.0)	6 (17.1)	13 (37.1)	1 (2.9)	- -	35 (100.0)
มากกว่า 3.50 (ร้อยละ)	6 (35.3)	2 (11.8)	2 (11.8)	7 (41.2)	- -	- -	17 (100.0)
รวม ร้อยละ	78 (19.5)	72 (18.0)	34 (8.5)	198 (49.5)	5 (1.3)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยทุกระดับมีความต้องการทำงานกับบริษัทเอกชนมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจที่เกรดเฉลี่ย 1.50 – 2.00 มีความต้องการทำงานกับองค์กรรัฐวิสาหกิจมากพอๆกันกับบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทองค์กรที่กลุ่ม

ตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับกิจกรรมขณะที่ทำขณะศึกษาอยู่ใน

มหาวิทยาลัย

การทำกิจกรรม	ประเภทองค์กร						รวม
	ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	องค์กร มหาชน	บริษัท เอกชน	องค์กร พัฒนา เอกชน	อื่น ๆ	
เคยทำ (ร้อยละ)	41 (22.9)	31 (17.3)	19 (10.6)	83 (46.4)	- -	5 (2.8)	179 (100.0)
ไม่เคยทำ (ร้อยละ)	37 (16.7)	41 (18.6)	15 (6.8)	115 (52.0)	5 (2.3)	8 (3.6)	221 (100.0)
รวม ร้อยละ	78 (19.5)	72 (18.0)	34 (8.5)	198 (49.5)	5 (1.3)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ทั้งนิสิตนักศึกษาที่เคยทำและไม่เคยทำกิจกรรมขณะศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยต้องการทำงานกับบริษัทเอกชนมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทองค์กรที่กลุ่ม

ตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับประเภทขององค์กรที่บิดาทำงานอยู่

อาชีพบิดา	ประเภทองค์กร						รวม
	ราชการ	รัฐวิสาหกิจ	องค์กรมหาชน	บริษัทเอกชน	องค์กรพัฒนาเอกชน	อื่นๆ	
ราชการ (ร้อยละ)	32 (31.4)	22 (21.6)	9 (8.8)	37 (36.3)	- -	2 (2.0)	102 (100.0)
รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (5.0)	14 (35.0)	2 (5.0)	20 (50.0)	- -	2 (5.0)	40 (100.0)
องค์กรมหาชน (ร้อยละ)	1 (50.0)	- -	- -	1 (50.0)	- -	- -	2 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ)	26 (15.9)	21 (12.8)	16 (9.8)	89 (54.3)	4 (2.4)	8 (4.9)	164 (100.0)
บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	11 (19.3)	9 (15.8)	5 (8.8)	31 (54.4)	1 (1.8)	- -	57 (100.0)
ไม่ได้ทำงาน (ร้อยละ)	1 (6.7)	5 (33.3)	1 (6.7)	8 (53.3)	- -	- -	15 (100.0)
อื่นๆ (ร้อยละ)	5 (25.0)	1 (5.0)	1 (5.0)	12 (60.0)	- -	1 (5.0)	20 (100.0)
รวม ร้อยละ	78 (19.5)	72 (18.0)	34 (8.5)	198 (49.5)	5 (1.3)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่บิดาทำงานในองค์กรต่างๆมีความต้องการทำงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีบิดาทำงานกับองค์กรรัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัวมีความต้องการทำงานกับองค์กรรัฐวิสาหกิจในลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทองค์กรที่กลุ่ม

ตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับประเภทขององค์กรที่มารดาทำงานอยู่

อาชีพมารดา	ประเภทองค์กร						รวม
	ราชการ	รัฐวิสาหกิจ	องค์กรมหาชน	บริษัทเอกชน	องค์กรพัฒนาเอกชน	อื่น ๆ	
ราชการ (ร้อยละ)	17 (21.3)	13 (16.3)	8 (10.0)	40 (50.0)	- -	2 (2.5)	80 (100.0)
รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	6 (18.2)	11 (33.3)	2 (6.1)	14 (42.4)	- -	- -	33 (100.0)
องค์กรพัฒนาเอกชน (ร้อยละ)	2 (50.0)	-	1 (25.0)	1 (25.0)	-	-	4 (100.0)
องค์กรมหาชน (ร้อยละ)	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	-	2 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ)	28 (19.7)	23 (16.2)	8 (5.6)	74 (52.1)	3 (2.1)	6 (4.2)	142 (100.0)
บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	8 (20.5)	5 (12.8)	4 (10.3)	20 (51.3)	1 (2.6)	1 (2.6)	39 (100.0)
ไม่ได้ทำงาน (ร้อยละ)	12 (14.6)	15 (18.3)	10 (12.2)	42 (51.2)	1 (1.2)	2 (2.4)	82 (100.0)
อื่น ๆ (ร้อยละ)	4 (22.2)	4 (22.2)	1 (5.6)	7 (38.9)	-	2 (11.1)	18 (100.0)
รวม ร้อยละ	78 (19.5)	72 (18.0)	34 (8.5)	198 (49.5)	5 (1.3)	13 (3.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่มารดาทำงานในองค์กรต่างๆมีความต้องการทำงานกับบริษัทเอกชนมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีมารดาเป็นข้าราชการ ทำงานกับบริษัทเอกชน และทำธุรกิจส่วนตัวมีความต้องการทำงานเป็นข้าราชการในลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานแต่ละประเภท
ตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแต่ละประเภท					
	ด้วย ค่าตอบแทน	ด้วยความ ก้าวหน้า ในงาน	ด้วยลักษณะ การทำงาน	ด้วย สวัสดิการ	ด้วยการ พัฒนา พนักงาน	ด้วยรางวัล ตอบแทน
ภาคเหนือ	4.34	3.89	4.17	4.09	3.77	3.29
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.14	3.74	4.09	4.09	3.80	3.43
ภาคกลาง	4.04	3.87	3.33	3.72	3.40	3.13
ภาคใต้	4.12	3.73	3.90	3.88	3.76	3.39
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.13	3.75	3.75	3.81	3.50	3.31
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	4.20	4.02	3.71	3.88	3.00	3.27

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิภาคในภาคต่างๆให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยค่าตอบแทนมากที่สุด และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิภาคอยู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงานเป็นลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานแต่ละประเภท
ตามเกรดเฉลี่ย

เกรดเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแต่ละประเภท					
	ด้วย คำตอบ แทน	ด้วยความ ก้าวหน้า ในงาน	ด้วยลักษณะ การทำงาน	ด้วย สวัสดิการ	ด้วยการ พัฒนา พนักงาน	ด้วยรางวัล ตอบแทน
ต่ำกว่า 1.50	3.75	3.50	3.75	3.25	3.00	3.50
1.50 - 2.00	3.20	3.80	3.10	3.90	3.60	3.50
2.01 - 2.50	3.83	3.61	3.97	3.78	3.36	3.15
2.51 - 3.00	4.24	3.90	3.94	3.89	3.80	3.31
3.01 - 3.24	4.21	3.90	3.96	3.81	3.90	3.27
3.25 - 3.50	4.23	4.06	4.11	3.80	3.60	3.00
มากกว่า 3.50	4.71	4.59	4.35	4.29	4.59	4.18

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับเกรดเฉลี่ยอยู่ในระดับต่างๆให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยคำตอบแทนมากที่สุด และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50 2.51 – 3.00 3.01 – 3.24 และ 3.25 – 3.50 ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงานในลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานแต่ละประเภท
ตามการเคย และไม่เคยทำกิจกรรมขณะกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

การทำ กิจกรรม	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแต่ละประเภท					
	ด้วย ค่าตอบ แทน	ด้วยความ ก้าวหน้า ในงาน	ด้วยลักษณะ การทำงาน	ด้วย สวัสดิการ	ด้วยการ พัฒนา พนักงาน	ด้วยรางวัล ตอบแทน
เคยทำ	4.22	3.66	4.07	3.92	3.83	3.22
ไม่เคยทำ	4.07	3.79	3.90	3.57	3.68	3.26

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยและไม่เคยทำกิจกรรม ขณะกำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับแรงจูงด้วยค่าตอบแทนมากที่สุด และให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงานในลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานแต่ละประเภท
ตามองค์กรที่บิดาทำงาน

องค์กรที่บิดา ทำงาน	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแต่ละประเภท					
	ด้วย ค่าตอบแทน	ด้วยความ ก้าวหน้า ในงาน	ด้วยลักษณะ การทำงาน	ด้วย สวัสดิการ	ด้วยการ พัฒนา พนักงาน	ด้วยรางวัล ตอบแทน
ราชการ	4.03	3.72	3.86	3.76	3.71	3.02
รัฐวิสาหกิจ	4.30	3.76	3.83	3.88	3.25	3.33
องค์กร มหาชน	4.50	3.50	3.50	4.00	3.00	3.00
ธุรกิจส่วนตัว	4.16	3.97	3.96	3.87	3.79	3.34
บริษัทเอกชน	4.12	3.91	4.04	3.75	3.91	3.35
ไม่ได้ทำงาน	4.13	3.67	4.00	3.80	3.60	3.40

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีบิดาทำงานในองค์กรต่างๆทั้งหมดให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยค่าตอบแทนมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีบิดาทำงานอยู่ในองค์กรรัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และไม่ได้ทำงาน ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงานเป็นลำดับรองลงมา

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานแต่ละประเภท
ตามองค์กรที่มารดาทำงาน

องค์กรที่ มารดา ทำงาน	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจแต่ละประเภท					
	ด้วย ค่าตอบแทน	ด้วยความ ก้าวหน้า ในงาน	ด้วยลักษณะ การทำงาน	ด้วย สวัสดิการ	ด้วยการ พัฒนา พนักงาน	ด้วยรางวัล ตอบแทน
ราชการ	4.19	3.88	4.03	3.90	3.78	3.23
รัฐวิสาหกิจ	4.21	3.76	3.67	3.94	3.52	3.21
องค์กร พัฒนา เอกชน	4.00	4.00	4.75	3.25	3.50	2.00
องค์กร มหาชน	4.50	4.00	4.50	4.50	3.50	3.00
ธุรกิจส่วนตัว	4.05	3.79	3.90	3.79	3.66	3.26
บริษัทเอกชน	4.28	4.13	4.18	3.85	3.95	3.31
ไม่ได้ทำงาน	4.05	3.82	3.94	3.80	3.80	3.16

จากตารางที่ 4.24 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีมารดาทำงานในองค์กรต่างๆให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยค่าตอบแทนมากที่สุด และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีมารดาทำงานในองค์กรต่างๆมากกว่าครึ่งหนึ่งให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้วยลักษณะการทำงานเป็นลำดับรองลงมา

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าทำงาน

ตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร

การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานกับแรงจูงใจโดยรวมในการ

เข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการ	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ข่าวการรับสมัครงาน	.296**	0	ต่ำ
การออกร้านเพื่อแนะนำบริษัทตามสถานศึกษา	.289**	0.001	ต่ำ
กิจกรรมกับนักศึกษา	.252**	0	ต่ำ
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	.201**	0.001	ต่ำ
การออกร้านในงานนัดพบแรงงาน	.200**	0	ต่ำ
ข่าวการนำระบบงานหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน	.174**	0.003	ต่ำมาก
ข่าวแนะนำสินค้าและบริการใหม่	.160**	0.001	ต่ำมาก
การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง	.158**	0.002	ต่ำมาก
เว็บไซต์ขององค์กร	.150**	0.003	ต่ำมาก
ข่าวการได้รับรางวัลต่างๆ ขององค์กร	.141**	0.005	ต่ำมาก

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

วิธีการ	r	p	ระดับความสัมพันธ์
การจัดกิจกรรมต่างๆ กับบุคคลภายนอก	.135**	0.007	ต่ำมาก
ข่าวโครงการต่างๆขององค์กร	.117**	0.02	ต่ำมาก
ข่าวการมอบของที่ระลึกให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน	.099*	0.049	ต่ำมาก
ข่าวพิธีมอบรางวัลให้พนักงานที่มีผลงานดีเด่น หรือพนักงานตัวอย่าง	0.09	0.073	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	0.088	0.08	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท	0.069	0.17	ไม่มีนัยสำคัญ
รวม	.268**	0	ต่ำ

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อพิจารณาความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่างกับแรงจูงใจโดยรวมในการเข้าทำงาน พบว่า โดยรวมแล้วความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาแยกแต่ละวิธีการ พบว่าความสัมพันธ์ที่มีนัยอยู่ในระดับต่ำ และยังมีวิธีการที่ไม่มีความสัมพันธ์อีก 3 วิธีการ ได้แก่ ข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท ข่าวการดำเนินงานขององค์กร และข่าวพิธีมอบรางวัลให้พนักงานที่มีผลงานดีเด่นหรือพนักงานตัวอย่าง

สมมติฐานข้อที่ 2 ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าทำงาน

ตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานกับระดับการตัดสินใจเข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการ	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ข่าวการรับสมัครงาน	.159**	0.001	ต่ำมาก
เว็บไซต์ขององค์กร	.142**	0.005	ต่ำมาก
การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง	.111*	0.026	ต่ำมาก
การออกฐานเพื่อแนะนำบริษัทตามสถานศึกษา	0.078	0.117	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการมอบของที่ระลึกให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน	0.065	0.194	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวพิธีมอบรางวัลให้พนักงานที่มีผลงานดีเด่น หรือพนักงานตัวอย่าง	0.062	0.217	ไม่มีนัยสำคัญ
กิจกรรมกับนักศึกษา	0.059	0.238	ไม่มีนัยสำคัญ
การออกฐานในงานนัดพบแรงงาน	0.054	0	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการนำระบบงานหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน	0.029	0.559	ไม่มีนัยสำคัญ
การจัดกิจกรรมต่างๆ กับบุคคลภายนอก	0.017	0.732	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการได้รับรางวัลต่างๆ ขององค์กร	0.013	0.79	ไม่มีนัยสำคัญ

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

วิธีการ	r	p	ระดับความสัมพันธ์
การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม	0.02	0.688	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	-0.024	0.626	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวการฉลองครบรอบวันก่อตั้งบริษัท	-0.027	0.594	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวแนะนำสินค้าและบริการใหม่	-0.029	0.557	ไม่มีนัยสำคัญ
ข่าวโครงการต่างๆขององค์กร เช่น โครงการขยายการลงทุน	-0.043	0.392	ไม่มีนัยสำคัญ

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาแยกแต่ละวิธีการ พบว่า ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าทำงานในระดับต่ำมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 วิธีการ ได้แก่ ข่าวการรับสมัครงาน เว็บไซต์ขององค์กร และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง