

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y
บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF GENERATION Y
EMPLOYEES IN PRIVATE COMPANIES IN BANGKOK

พิตะวัน ละออสรี¹, แก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์²
PITAWAN LA-ORSRI¹, KAEWTA POOPATANAPONG²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงาน Generation Y ซึ่งเกิดในปี พ.ศ. 2524 ถึง ปี พ.ศ. 2539 มีอายุระหว่าง 28-43 ปี ซึ่งเจาะจงเฉพาะที่ทำงานบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยการใช้สถิติ F-test และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการศึกษาพบว่าความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ, สถานะ, ระดับการศึกษา, อายุงาน และรายได้ ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศไม่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยแรงจูงใจ ในด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ด้านความสำเร็จของงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ความผูกพัน, Generation Y, บริษัทเอกชน, กรุงเทพมหานคร

¹ นักศึกษา หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

This research aims to study the factors influencing organizational commitment among Generation Y employees in private companies in Bangkok. The objectives are: 1) to study the personal characteristics that affect the organizational commitment of Generation Y employees in private companies in Bangkok, and 2) to examine the motivational factors that influence the organizational commitment of Generation Y employees in private companies in Bangkok.

The sample consists of 400 Generation Y employees, born between 1981 and 1996, aged between 28 and 43 years, working specifically in private companies in Bangkok. The research instruments include a questionnaire on the respondents' personal characteristics, motivational factors influencing organizational commitment, and the organizational commitment of Generation Y employees. Data analysis involves the use of percentage, mean, standard deviation, hypothesis testing with F-test, and multiple regression analysis.

The results indicate that differences in personal characteristics such as age, marital status, education level, tenure, and income significantly influence the organizational commitment of Generation Y employees in private companies in Bangkok. In contrast, gender does not have a statistically significant impact on organizational commitment at the .05 level. Motivational factors such as recognition, job characteristics, responsibility, and career advancement significantly influence the organizational commitment of Generation Y employees in private companies in Bangkok, whereas job achievement does not have a significant effect.

Keywords: Commitment, Private Company, Private Company, Bangkok.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจไทยปี 2566 คาดว่าจะขยายตัวได้ที่ร้อยละ 1.8 ต่อปี ขยายตัวชะลอลงจากปี 2565 ที่ขยายตัวร้อยละ 2.6 ต่อปี สำหรับเศรษฐกิจไทยปี 2567 คาดว่าจะขยายตัวเร่งขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 2.8 ต่อปี โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาคการส่งออกสินค้าและบริการที่ขยายตัวสูงและการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวได้ดีต่อเนื่องเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามปัจจัยเสี่ยงด้านภูมิศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างใกล้ชิด (สำนักงานเศรษฐกิจการคลังกระทรวงการคลัง, 2566)

แต่ปัจจัยเสี่ยงที่ภาคเอกชนเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น การปรับราคาขึ้นของค่าไฟฟ้า ค่าแรงขั้นต่ำ ค่าน้ำมัน วัตถุดิบ หรือ หนี้ครัวเรือน หนี้ในระบบ ที่ส่งผลต่อกำลังการซื้อสินค้าและบริการนั้น ทำให้องค์กรต่างๆ ต้องปรับตัวให้ทันกับเศรษฐกิจและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งการพัฒนองค์กรให้เท่าทันเทคโนโลยี และเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ การจะพัฒนองค์กรให้มีศักยภาพนั้น มีปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จ นั่นคือ

บุคลากรในองค์กร หรือ การให้ความสำคัญกับคน จะทำอย่างไรให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความผูกพันและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน ในปัจจุบันโลกธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศไทย หนึ่งในกลุ่มพนักงานที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรคือพนักงาน Generation Y (Gen Y) หรือกลุ่มที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2539 กลุ่มพนักงานนี้มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากกลุ่มพนักงานรุ่นก่อน ๆ เช่น ความสนใจในการใช้เทคโนโลยี ความต้องการสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว และความคาดหวังในการทำงานที่หลากหลายและท้าทาย การที่องค์กรสามารถรักษาและสร้างความผูกพันของพนักงาน Generation Y ได้นั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร การมีพนักงานที่ผูกพันกับองค์กรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดอัตราการลาออก และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง

อัตราการลาออกอ้างอิงผลการสำรวจ Total Remuneration Survey (TRS) ประจำปี 2565 โดยเมอร์เซอร์ ได้สำรวจองค์กร 636 แห่ง 15 อุตสาหกรรมในไทย ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน 2565 พบว่า อัตราการลาออกของพนักงานในปี 2565 เพิ่มขึ้นสู่ระดับเดียวกันกับก่อนวิกฤต COVID 19 สูงกว่า 11.9% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนที่มีอัตราการลาออกเพียง 9.4% และยังสามารถคาดการณ์ Turnover ของพนักงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

อีกทั้งกลุ่มของพนักงาน Generation Y มีจำนวนที่มากขึ้นและมีบทบาทต่อองค์กรสูงขึ้น แต่มีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานหลายสิ่งในเวลาเดียวกันได้ แต่ความอดทนต่ำ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ควบคุมอารมณ์ไม่ค่อยอยู่ กล้าแสดงออก ไม่พอใจอะไร หรือไม่มีโอกาสก้าวหน้าก็ส่งผลต่อการหางานใหม่หรืออัตราการลาออกที่สูง หากองค์กรไม่ตอบโต้เรื่องความก้าวหน้าก็พร้อมที่จะเปลี่ยนงานทันที เพราะกลุ่มคนเจนเอเรชั่นมุ่งหวังการเติบโตแบบก้าวกระโดด และใช้ระยะเวลาอันสั้น ชอบที่จะเปลี่ยนแปลง กล้าเสี่ยง กล้าลอง ไปสู่สิ่งใหม่ อยากมีส่วนร่วมต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ดังนั้นผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์กรส่วนใหญ่กำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายที่จะดึงกลุ่มเจนเอเรชั่นวัย มาร่วมงาน และเพื่อทดแทนกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ที่ก้าวไปสู่อำนาจที่สูงขึ้น แต่ความแตกต่างในด้านทัศนคติของ 2 กลุ่มนี้ส่งผลให้เจนเอเรชั่นวัย ถูกมองว่าเป็นคนก้าวร้าว ไม่รับฟังความคิดเห็น ขาดความอดทน และพร้อมลาออกเพื่อเปลี่ยนงานใหม่ได้เสมอ

ด้วยเหตุผลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัย สนใจจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่ เพื่อให้เราตระหนักรู้ ถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตลอดไปในระยะยาว และพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถรักษานักงานในกลุ่ม Generation Y ที่เป็นกำลังหลักให้สามารถอยู่ในองค์กรให้นานมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยแรงจูงใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงได้กรอบแนวคิดสำคัญดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรต้น

แนวคิดด้านลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ
 2. อายุ
 3. การศึกษา
 4. อาชีพ
 5. สถานภาพ
 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 7. อายุงานในองค์กร
- Kotler & Armstrong, 2018

ตัวแปรต้น

ปัจจัยแรงจูงใจ

1. ความสำเร็จของงาน
 2. การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ
 3. ลักษณะของงาน
 4. ความรับผิดชอบ
 5. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน
- Frederick Herzberg, 1990

ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม

ความผูกพันในองค์กร

1. ความปรารถนาที่อยู่ในองค์กร
2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร
3. ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

Mowday, Porter and Steers, 1982

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวแทนของประชากรที่ทำงานหรือเคยทำงานในบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเกิดในปี พ.ศ. 2524-2539 มีอายุระหว่าง 28-43 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จำนวนกลุ่มตัวอย่างการศึกษาวิจัยในครั้งนี้หาได้จากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากสูตรของ Cochran (1953) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ 384.16 คน หรือประมาณ 385 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และผลการวิจัยที่ 400 คน

ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยออกแบบจากการศึกษา วิเคราะห์ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถามและกำหนดข้อคำถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านแรงจูงใจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน หลังจากนั้น

นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดค่ามากกว่า .75 และนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ .940 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า .75) จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษาโดยกำหนดแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ทำงานหรือเคยทำงานในบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเกิดในปี พ.ศ. 2524-

2539 มีอายุระหว่าง 28-43 ปี โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่านทาง Google Form โดยจะส่งผ่านช่องทาง Social Media

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้า รวบรวม ทบทวนเอกสารวรรณกรรม และแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่าง ๆ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (frequency), ความถี่ (percentage), สถิติค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยคือ ลักษณะส่วนบุคคลส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน เพื่อใช้เปรียบเทียบความแตกต่าง และหากพบความแตกต่างผู้วิจัยจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจนมากขึ้นด้วยวิธีการ Least significant difference (LSD) และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อหาปัจจัยแรงจูงใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุระหว่าง 28 - 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีสถานะ โสด คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.3 อายุงาน 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ

ปัจจัยแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสำเร็จของงาน	3.60	0.973	มาก
2. การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	3.57	0.922	มาก
3. ลักษณะของงาน	3.37	0.970	ปานกลาง
4. ความรับผิดชอบ	3.73	1.080	มาก
5. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน	3.38	0.991	ปานกลาง
ภาพรวม	3.53	0.837	มาก

ตารางที่ 1 จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.53 อยู่ในระดับมาก ในแต่ละด้านมีระดับความสำคัญโดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้

ด้านความรับผิดชอบในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับท่านมีความรับผิดชอบสูง โดยไม่ต้องมีผู้บังคับบัญชาควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด หากเกิดความผิดพลาดระหว่างการทำงาน ท่านยอมรับความผิดนั้นและนำมาปรับปรุงในการทำงานครั้งต่อไป และท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ครบถ้วน ถูกต้อง และส่งทันเวลาเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านความสำเร็จของงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับในการปฏิบัติงาน ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานเสมอ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดจากการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขได้อย่างถูกต้องและทันเวลา และท่านรู้สึกภูมิใจกับผลงานที่มาจากการทำงานทุกครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับงานที่ท่านได้รับมอบหมาย เกิดจากความรู้ความสามารถจนเกิดความไว้วางใจจากหัวหน้างาน ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน เมื่อได้ทำงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และท่านได้รับความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่ายต่างๆ ในหน่วยงาน ในการประสานการทำงานเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงานในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับองค์กรนี้มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ให้ท่านอยู่เสมอ ท่านได้รับการสนับสนุนให้รับตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างเท่าเทียมกัน องค์กรของท่านมีตำแหน่งงานที่สำคัญที่แสดงถึงความก้าวหน้าในสายงานชัดเจน และองค์กรแห่งนี้มีการวางแผนที่จะส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับสามารถก้าวขึ้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันในองค์กร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความผูกพันในองค์กร

ปัจจัยความผูกพันในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กร	3.28	0.967	ปานกลาง
ความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร	3.57	0.941	มาก
ความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.52	0.998	มาก
ภาพรวม	3.41	0.930	มาก

ตารางที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.41 อยู่ในระดับมาก ในแต่ละด้านมีระดับความสำคัญโดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้

ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กรในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับทุกงานที่ท่านได้รับมอบหมาย ท่านจะทุ่มเทและพยายามทำงานนั้นอย่างเต็มที่ทุกครั้ง ท่านพร้อมรับมือกับทุกงานเสมอเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร ท่านมีความกระตือรือร้นในงานที่ท่านได้รับมอบหมาย และท่านมีความภูมิใจและกล้าบอกคนอื่นว่าท่านทำงานอยู่ในองค์กรแห่งนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากส่วนเรื่อง ท่านคิดว่าปัญหาขององค์กรก็คือปัญหาของท่าน และ ท่านมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ ถึงจะต้องมาทำงานในวันหยุด อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความเชื่อมั่นยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับท่านคิดว่าปัญหาขององค์กรเป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข หากคนอื่นกล่าวถึงองค์กรของทางในทางเสื่อมเสีย ท่านจะชี้แจงอธิบายให้บุคคลนั้นฟัง งานที่ท่านได้รับมอบหมาย องค์กรได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน และ ท่านมีความเชื่อมั่นว่าทีมผู้บริหารสามารถนำองค์กรเติบโตไปตามเป้าหมายได้อย่างมั่นคง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่อง ในสถานการณ์ปัจจุบัน ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ขององค์กรมีความเหมาะสม และ นโยบายและแนวทางปฏิบัติงานภายในองค์กรของท่านมีความชัดเจน โปร่งใส ยุติธรรม อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 3.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความเห็นด้วยกับท่านไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กร แม้ว่าที่อื่นจะเสนอเงินเดือนและสวัสดิการที่ดีกว่า ท่านมีความผูกพันอย่างยาวนานกับองค์กรนี้ ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และท่านรู้สึกว่าองค์กรแห่งนี้มีความหมายอย่างยิ่งสำหรับท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานเชิงอนุมาน

สมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จำแนกตาม	P-value	สรุปผล
1 เพศ	.381	ไม่แตกต่างกัน
2. อายุ	<.001*	แตกต่างกัน
3. สถานะ	<.001*	แตกต่างกัน
4. ระดับการศึกษา	<.001*	แตกต่างกัน
5. อายุงาน	<.001*	แตกต่างกัน
6. รายได้	<.001*	แตกต่างกัน

*ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 ($p < .05$)

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดยวิธีสถิติ Independent

t-test, One way ANOVA พบว่า ความแตกต่างกันของเพศไม่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนปัจจัยด้านอายุ, สถานะ, ระดับการศึกษา, อายุงาน และรายได้ ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบ สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น	P-value	แปลความ	ตัวแปรตาม
1. ความสำเร็จของงาน	.061	ไม่ส่งผล	ความผูกพันในองค์กร ของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ใน กรุงเทพมหานคร
2. การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	<.001*	ส่งผล	
3. ลักษณะของงาน	<.001*	ส่งผล	
4. ความรับผิดชอบ	<.001*	ส่งผล	
5. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน	<.001*	ส่งผล	

*ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 ($p < .05$)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครโดยวิธีสถิติ Multiple regression พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ด้านความสำเร็จของงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความผูกพันในองค์กร อยู่ในระดับสูงที่ร้อยละ 83.10 ($R = 0.831$) สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับความผูกพันในองค์กรได้ร้อยละ 69.00 ($R^2 = 0.690$) อีกร้อยละ 41.00 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร" สามารถอภิปรายผลการวิจัยโดยอ้างอิงจากวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาในสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีแตกต่างกันในด้าน อายุ, สถานะ, ระดับการศึกษา, อายุงาน และรายได้ ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน เนื่องจาก อายุส่วนบุคคล และอายุงานที่มาก ทำให้กลุ่มที่มีอายุมากให้ความสำคัญกับความผูกพันในองค์กรมากกว่ากลุ่มคนอายุน้อย ในขณะที่ สถานะแต่งงาน การศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มที่ฐานเงินเดือน 40,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความผูกพันในองค์กรสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสสร พรหมเขียว (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของข้าราชการส่วนภูมิภาคสังกัดกระทรวงมหาดไทย จังหวัดกระบี่ ที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพหน่วยงาน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ ระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสำเร็จของงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับ ธัญลักษณ์ สุขงาม (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร ที่พบว่าปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความสำเร็จของงาน ส่งผลให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานและเกิดความผูกพันกับองค์กร

การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับเรื่อง การได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้างาน ได้รับคำชมเชย และความร่วมมือจากหน่วยงานภายใน ในระดับมาก สอดคล้องกับ ธนภรณ์ พรหมราย (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ที่พบว่า พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ

ลักษณะของงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับเรื่อง ความรู้ความสามารถที่ทำในระดับมาก ส่วนโอกาสและปริมาณงานให้ความสำคัญในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ทฤษฎีของเฮิร์ชเบิร์ก (1990) ที่กล่าวว่า ลักษณะของงานมีความสำคัญยิ่งเพราะเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานอย่างแท้จริง ส่งผลต่อความสามารถและความผูกพันในงาน

ความรับผิดชอบส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพนักงานให้ความสำคัญกับเรื่อง ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ครบถ้วนถูกต้อง และส่งทันเวลา เมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ไข และมีการติดตามงานส่งผู้บังคับบัญชาได้ ในระดับมาก สอดคล้องกับ ธนภรณ์ พรหมราย (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ที่พบว่า ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อการทำงานที่ดีได้รับความไว้วางใจในการทำงานส่งผลต่อการยอมรับ และความผูกพันในทางอ้อม

ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญกับเรื่องของ การพัฒนาทักษะ การปรับตำแหน่ง ความก้าวหน้าว่าที่ปัจจัย ความก้าวหน้าเหล่านี้อยู่ในระดับปานกลาง จึงส่งผลต่อความผูกพันโดยตรง สอดคล้องกับ กรณ์ธัญญ์ กิมศุก (2563) การศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานที่มีระบบการทำงานทางไกลแบบทำที่บ้าน (Work from home) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล สูงสุดคือ ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน

ในขณะที่ความสำเร็จของงานผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความเห็นด้วยอย่างมาก ในเรื่อง การปฏิบัติงาน ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานเสมอ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ เกิดจากการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขได้อย่างถูกต้องและทันเวลา และรู้สึกภูมิใจกับผลงานที่มาจากการ ทำงานทุกครั้ง สอดคล้องกับ Herzberg F. et al. (1990) ที่ได้กล่าวว่าความสำเร็จสมบูรณ์ของงาน ความสามารถในการแก้ปัญหา การมองเห็นผลงาน ความชัดเจนของงานเป็นความสำเร็จที่วัดได้จากการ ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ตามกำหนดเวลา ความสามารถในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานและความ พอใจในผลการปฏิบัติงาน โดยความสำเร็จในงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับ รัชลักษณ์ สุขงาม (2560) ได้ ทำการศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ในเชิงลึกพบว่าปัจจัยจูงใจที่ส่งผลให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการ ทำงานแบ่งออกเป็น ปัจจัยจูงใจมีทั้งหมด 3 ประเด็น ดังนี้

- 1) ความสำเร็จของงาน
- 2) การได้รับการยอมรับ และ
- 3) ลักษณะงานที่ทำ

เมื่อพนักงานได้รับปัจจัยจูงใจและปัจจัยคำจูงที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ จะทำให้ พนักงานทุ่มเทแรงกายแรงใจ กระตือรือร้นในงาน และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร ทำให้พนักงานเกิด ความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถามและการรวบรวม ข้อเสนอแนะ ดังนี้

เนื่องจากปัจจัยความสำเร็จของงาน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันแสดงว่าองค์กรควรมุ่งเน้นให้ ความสำคัญกับผลงานของพนักงาน แม้จะเป็นขั้นเล็กก็ตามเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรจึงจะส่งผลใน เรื่องของความสัมพันธ์และความผูกพันต่อองค์กรในเชิงบวก

ลักษณะของงานได้รับการยอมรับจากพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในระดับปานกลาง ในเฉพาะเรื่องโอกาสดีริเริ่มสร้างสรรค์วิธีการทำงานเพื่อพัฒนาองค์กร และเรื่องปริมาณงานเมื่อเทียบกับ หน่วยงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ทางองค์กรสามารถพัฒนา หรือปรับปรุงในเรื่องของการให้โอกาส

สำหรับพนักงานในเรื่องของการจัดการวิธีการทำงานด้วยตัวเอง เพื่อให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจสำหรับการดำเนินงานด้วยตนเอง อีกทั้งมีผลต่อเนื่องเกี่ยวกับการจัดการปริมาณ ด้วยวิธีการดำเนินงานที่พนักงาน คิดว่าเหมาะสมกับเนื้องานและหน้าที่

ความก้าวหน้าในตำแหน่งงานได้รับการยอมรับจากพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในระดับปานกลาง ในเฉพาะเรื่อง การจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ให้ทำอยู่เสมอ การได้รับการสนับสนุนให้ปรับตำแหน่งตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างเท่าเทียมกัน การมีตำแหน่งงานที่สำคัญที่แสดง ถึงความก้าวหน้าในสายงานชัดเจน และการวางแผนที่จะส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับสามารถก้าวขึ้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าได้ ดังนั้นองค์กรควรมีการพัฒนาในเรื่องของแผนการจัดฝึกอบรมที่ชัดเจน และมี ประโยชน์โดยตรงต่อสายงานและตำแหน่งงาน พร้อมทั้งการอบรมเตรียมความพร้อมสำหรับการประเมิน เพื่อปรับตำแหน่งอย่างมีแผนการและความชัดเจนเพื่อให้พนักงานมองเห็นและรับรู้ จะช่วยสร้าง ความสัมพันธ์ ความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

ความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรได้รับการยอมรับจากพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ใน ระดับปานกลาง ในเฉพาะเรื่องไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กรแม้ว่าที่อื่นจะเสนอเงินเดือนและสวัสดิการที่ ดีกว่า ความรู้สึกผูกพันอย่างยาวนานกับองค์กรนี้ และรู้สึกว่าการแห่งนี้มีความหมายอย่างยิ่งสำหรับ ท่าน อาจมาจากมุมมองของพนักงาน Generation Y เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันที่มากขึ้นควรมีการ ปลุกฝัง และสร้างทัศนคติ มุมมองให้แก่พนักงานเห็นถึงความสำคัญขององค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งหน้า ควรเพิ่มการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติ ความพึงพอใจของงาน หรือ ปัจจัย การสนับสนุนจากองค์กร เป็นต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย เพื่อเข้าใจมุมมองของพนักงาน สำหรับต่อยอดพัฒนาการจัดการต่อไป

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y บริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร โดยไม่ได้แบ่งกลุ่มประเภทของธุรกิจ หากต้องการทำ วิจัยในครั้งถัดไปสามารถเจาะลึกไปถึงประเภทของ ธุรกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ เช่น กลุ่ม ธุรกิจการบริการ การผลิต หรือการค้าเป็นต้น จะทำให้สามารถทราบถึงความผูกพันต่อองค์กรในเชิงลึก ได้มากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงของปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เคย หรือกำลังทำงานอยู่ในบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร เพราะฉะนั้นครั้งถัดไปควรมีการศึกษาโดยใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

4. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะกลุ่มพนักงาน Generation Y เพียงเท่านั้น ในการศึกษาครั้ง ถัดไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรกลุ่ม Generation Z เนื่องจาก ในอนาคต Generation Y และ Generation Z นั้นจะเป็นกลุ่มคนที่มีสัดส่วนมากที่สุดในตลาดแรงงาน

5. ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์กว้างขวางและ ครอบคลุมส่วนต่างๆ ได้มากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- Aaron, Cohen. (2007). Dynamics between Occupational and Organizational Commitment. Bremen : Institute Technique and Building (ITB).12(36) : 156-157
- BrainFit Studio Thailand. (2563). Motivation สำคัญอย่างไร? ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://brainfit.co.th/th/blogth/motivationE0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3>
- Consync Group. (2566). โครงสร้างองค์กร คืออะไร ทำไมต้องมี และมีกี่แบบ? ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก https://www.consyncgroup.com/hr_content/oc-organization-chart/
- Herzberg, F., et al. (1990). The Motivation to Work. New Jersey: Transaction.
- Mayer, J. P.& Allen, N.J, Commitment in the workplace: Theory research and application (Thousand Oaks: CA: Sage, 1997), 62.
- Mc Clelland, D.C. (1953). แรงจูงใจในทฤษฎีของแมคเคลแลนด์. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2554/97156/chapter2.pdf>
- Miner, J.B. (1992). Industrial - Organization Psychology. New York: The State University of New York at Buffalo.
- กัญญภัทร นันทกิจทวี. (2564). คุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์การที่มีความสัมพันธ์ ต่อความจงรักภักดีองค์กรและประสิทธิภาพในการทำงาน ของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2567 จาก <http://ir-thesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1536/1/g621130260.pdf>
- กัญญารัตน์ พัฒนประสิทธิ์ชัย, ณิชพร ฤทธิบุรณ์, และสุรนา บุญเหลือ.(2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของกลุ่ม Generation Y ที่เป็นเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยของรัฐในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2567 จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/download/255761/175833/969910>
- ชาคริต สิ้นเย็น. (2563). มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ความต้องการของคนในองค์กรหรือการจูงใจจากการทำงาน (Herzberg F. et al., 1990). ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/5275/5/5%20%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%20%20%20%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%207-42%20.pdf>
- ณัฐธิดา แสงงาม. (2565). ลักษณะทางประชากรศาสตร์ Kotler (2013). ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4533/1/TP%20BM.026%202565.pdf>
- เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567 จาก <https://so06.tci->

- ธัญพร วิศรียา. (2566). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก thaijo.org/index.php/IVECJournal/article/view/256905
- ประภารัตน์ จิรสินไพศาล. (2564). ลักษณะส่วนบุคคลลักษณะงานและแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน). ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1533>
- มัทวัน เลิศวุฒิวงศา. (2564). ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของพนักงานเอกชน (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/VCMBIS/article/view/1792>
- ลลิตา จันทรงาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่กลุ่มลูกค้าบุคคล. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5803010395_5504_5100.pdf
- วันชกรณ์ จรูญโรจน์ ณ อยู่ธยา. (2565). แนวคิดด้านประชากรศาสตร์. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/6337>
- วนิดา บันเทิงใจ. (2565) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt17/6414993079.pdf>
- วรดา เองอุดมทรัพย์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 2 (ภาคกลาง) จังหวัดชลบุรี. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567 จาก <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/5445/1/63920192.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. (2567). ประเมินการณ์เศรษฐกิจไทยปี 2566 และ 2567. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <https://www.fpo.go.th/main/getattachment/News/Press-conference/18912/>
- สุธารีณี วงศ์ใหญ่. (2563). แนวคิดและทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ Kotler (1997). ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <http://irithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1856/1/gs631130175.pdf>
- สุลีกร ดอนทอง. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (บัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2456/1/gs641130118.pdf>
- เอื้อชาติ มนต์ไทรเวศย์. (2565). รู้จักนิสัยและการรับมือกับกลุ่มคนทำงานในแต่ละ Gen. ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก https://www.consyncgroup.com/hr_content/gen-xyz-working-people/

อุตสาหกรรมไหน Turnover เยอะที่สุด. (2565). ค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567, จาก
<https://brandage.com/article/33474>