

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y  
ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y  
ในองค์กรต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2560



นางสาวจิตต์ชนก เอื้อชิตนุกูล  
ผู้วิจัย

.....  
พันธัณภัทร์ เสวตภาณุวงศ์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
ดวงพร อภาศิลป์, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช,

D.B.A.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. พันธุ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์ ที่ได้เสียสละเวลา ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์ฉบับนี้เพื่อความสมบูรณ์และได้อธิบายให้ผู้วิจัยได้เข้าใจอย่างลึกซึ้งในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณไว้อย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณความช่วยเหลือจากคณะกรรมการ ดร.ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช และดร. ณัฐสิทธิ์ เกิดศรีที่ได้ให้แนวคิดตลอดจนให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะในการแก้ไขทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ผู้ซึ่งให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษาโดยตลอดมา รวมไปถึงเพื่อนๆในรุ่น 18B ทั้งหมด ที่คอยให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ ดูแลกันตลอดจนทำให้สารนิพนธ์ในครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อยต่อผู้ที่สนใจ และสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกุล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร

A STUDY OF FACTORS AFFECTING ORGANIZATION ENGAGEMENT OF EMPLOYEE IN  
GENERATION Y

จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกูล 5850345

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : พันธุ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์, Ph.D., รองศาสตราจารย์รัฐสิทธิ์  
เกิดศรี, Ph.D., ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช, D.B.A.

#### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่ม Generation Y และเพื่อรักษาและดึงดูดพนักงานกลุ่ม Generation Y ให้ทำงานกับองค์กรให้ได้ยาวนานที่สุด ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสำรวจรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง สถิติในการวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านลักษณะงานในระดับมาก โดยสูงสุดคือด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม Generation Y ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านประสบการณ์ในงานในระดับปานกลาง โดยสูงสุด ด้านการคงอยู่ในองค์กร และมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง โดยสูงสุดมีความภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบัน และปัจจัยที่ให้ความสำคัญกับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุดคือ เลือกทำงานกับองค์กรในปัจจุบันต่อไปถึงแม้มีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

คำสำคัญ : ความผูกพันต่อองค์กร/ กลุ่ม Generation Y

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
<b>บทที่ 1    บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	3
<b>บทที่ 2    แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมของบุคคลในช่วงกลุ่ม Generation Y	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	5
2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการ	7
2.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบอร์ก (Herzberg' Two-factor Theory)	8
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
<b>บทที่ 3    วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>11</b>
3.1 กำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	11
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	12
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	13
<b>บทที่ 4    ผลการวิจัย</b>	<b>14</b>
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	14

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	15
ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y	17
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y	18
ส่วนที่ 4 ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y	20
<b>บทที่ 5   สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ</b>	<b>22</b>
5.1 สรุปผลงานวิจัย	22
5.2 อภิปรายผล	24
5.3 ข้อเสนอแนะ	26
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>29</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>31</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงเกณฑ์การให้คะแนนโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale	12
3.2	แสดงช่วงคะแนนระดับความผูกพันต่อองค์กร	13
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง	15
4.2	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y	17
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่ม Gen Y	19
4.4	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y	20

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในระยะหลังของการดำเนินการในองค์กรแต่ละแห่งจะให้ความสำคัญในด้านบุคลากรเป็นอย่างมาก สืบเนื่องจากทรัพยากรในด้านบุคลากรนั้นถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการในการทำงาน ซึ่งเมื่อใดขาดแคลนหรือบุคลากรไม่เพียงพอก็อาจส่งผลทำให้กระบวนการทำงานมีผลกระทบในหลายๆด้าน ซึ่งโดยท้ายสุดก็คือมีผลกระทบที่ก่อให้เกิดความเสียหายได้ ดังนั้นการที่องค์กรให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางบุคคลแล้วนั้น เมื่อองค์กรมีการสร้างหรือพัฒนาตัวบุคคลบุคคลนั้นไว้แล้วนั้น องค์กรก็อยากที่จะรักษาตัวบุคลากรไว้ให้กับองค์กรให้ได้ยาวนานที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นที่สำคัญยิ่ง องค์กรจำเป็นที่จะต้องลงทุนในส่วนของ การคัดเลือกทรัพยากรบุคคลเข้ามาอยู่กับองค์กร โดยเริ่มจากการสรรหา คัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับองค์กร จากนั้นก็จะเป็นในส่วนของ การให้ผลตอบแทน สวัสดิการต่างๆ รวมไปถึงการจัดการอบรมทักษะต่างๆให้แก่พนักงานเพื่อช่วยให้องค์กรขับเคลื่อนไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการรักษาพนักงานให้สามารถอยู่กับองค์กรไปให้นานๆเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นสิ่งที่องค์กรควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกๆ เนื่องจากถ้าพนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรแล้ว พนักงานจะเป็นมีแรงกระตุ้นที่อยากจะทำมีความพร้อมในการเติบโตไปพร้อมกับองค์กร

และหนึ่งเป็นกลุ่มแรงงานที่สำคัญในปัจจุบันนี้ ก็คือกลุ่มคนแรงงานในช่วง Generation Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงานที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543 (กฤติน กุลเพ็ง, 2556) เป็นกลุ่มคนที่เริ่มมีความคิดเป็นของตัวเอง ต้องการประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว ไม่ชอบกฎเกณฑ์ ในด้านการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ต้องการงานในลักษณะงานที่สร้างสรรค์ ทำท่าย ไม่จำกัดกรอบความคิดเหมาะสมกับความสามารถ โอกาสก้าวหน้าในการทำงานและมีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้า ต้องการเป็นอิสระ และมีความมั่นใจในตัวเองสูง หากเมื่อไหร่ที่โดนกดขี่ หรือไม่ให้อิสระทางความคิด กลุ่มคนกลุ่มนี้ก็จะพร้อมที่จะออกจากการทำงานประจำทันที ดังนั้นอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการลงทุนในการคัดเลือกพนักงาน ตลอดไปจนถึงมีการจัดอบรมทักษะ และที่สำคัญกระทบต่อการทำงานของทีมเป็นอย่างมาก



ดังนั้นจะเห็นได้ลักษณะและพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวายต้องมีปัจจัยมุ่งใจในการทำงานที่แตกต่างกับเจนเนอเรชันอื่น ซึ่งปัจจุบันคนกลุ่มนี้เข้าสู่องค์กรในจำนวนที่มากขึ้น การให้ความสำคัญกับเจนเนอเรชันวายซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังเข้าสู่วัยทำงานจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะรักษากลุ่มเจนเนอเรชันวายไว้กับองค์กรให้ได้มากที่สุด จะช่วยลดอัตราการลาออกที่นำมาซึ่งค่าใช้จ่ายในการสรรหาคณากรใหม่ๆได้ ทำให้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับพนักงานได้ถูกต้องและในกฎเกณฑ์ กฎระเบียบที่เคร่งครัด อาจไม่ใช่หนทางสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพ แต่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับพนักงาน ให้มีกำลังใจและแรงบันดาลใจที่คืนต่างหากที่ส่งผลต่อผลงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งกว่า ทั้งนี้จึงเป็นที่มาของความสนใจในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงานเจนเนอเรชันวาย ยิ่งไปกว่านั้นผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อทุกฝ่ายในองค์กร โดยเฉพาะฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ในกระบวนการสร้างแรงงานกลุ่มเจนเนอเรชันวายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่ม Gen Y
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่รักษาและดึงดูดพนักงานกลุ่ม Gen Y ให้ทำงานกับองค์กรให้ได้อย่างยาวนานที่สุด

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

#### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพนักงานในกลุ่ม Gen Y จำนวน 200 คน (Quantitative Research) ที่ทำงานในองค์กรต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงปัจจัยที่จะทำให้พนักงานกลุ่ม Gen Y มีความผูกพันกับองค์กร

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจในการทำงานของกลุ่มพนักงาน Gen Y
2. ทำให้สามารถรับรู้เกี่ยวกับแรงจูงใจในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Gen Y

#### 1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

แรงจูงใจในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Gen Y ในองค์กรต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

##### ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับองค์กร เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน ได้แก่ ด้านลักษณะในการทำงาน ด้านความสำเร็จของงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านการคงอยู่ในองค์กร เป็นต้น

##### ตัวแปรตาม

1. ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Gen Y เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีความลึกซึ้งเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้มาศึกษาเพื่อเป็นขอบเขตของการวิจัย โดยประกอบไปด้วย

- 2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมของบุคคลในช่วงกลุ่ม Generation Y
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการ (Maslow's Hierarchy of needs)
- 2.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์เบิร์ต (Herzberg' Two-factor Theory)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมของบุคคลในช่วงกลุ่ม Generation Y

Generation เป็นบุคคลที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2543 (ค.ศ.1980 – 2000 ) เป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นมาท่ามกลางความแตกต่างระหว่าง Baby Boomers กับ Gen X โดยที่ Baby Boomers อาจจะเป็นรุ่นปู่ย่าตายาย และมี Gen-X เป็นพ่อและแม่ โดยที่ Baby Boomers ในครอบครัวอาจจะอยากให้เด็กกลุ่ม Gen Y ทำตัวอยู่ในกรอบบรรทัดฐานที่ทางครอบครัวสร้างไว้ แต่ในทางกลับกัน รุ่นพ่อแม่ในกลุ่ม Gen X ต้องการให้ลูกเป็นตัวของตัวเอง และสรรหาความท้าทายต่อสิ่งใหม่ๆเพิ่มเติม

นอกจากนี้กลุ่มเด็ก Gen Y ยังเป็นกลุ่มคนที่มีความใจร้อน ต้องการเห็นความสำเร็จที่รวดเร็ว เนื่องจากมีความมั่นใจในตัวเองสูงและเชื่อในศักยภาพของตัวเอง และมีความพร้อมในด้านการเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากพ่อแม่ คนกลุ่ม Gen Y เชื่อว่าการที่จะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องทำงานอย่างหนัก เพื่อแลกกับความมั่นคงในชีวิต ดังนั้น กลุ่มคน Gen Y จึงมักจะแต่งงานอายุ 30 ปี ขึ้นไป

ในด้านการทำงาน คน Gen Y ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (พสุ เศรษฐรินทร์, 2552 : ออนไลน์) พวกเขามีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกัน เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบ มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้ง่าย อีกทั้งยังมีความต้องการความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยจะแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตัวเอง และที่สำคัญให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีงามในการทำงาน (ทิพวัลย์ สิ้นนิธิตาวร, 2553 : ออนไลน์) กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาช่วยให้เกิดความสะดวกสบายให้กับตนเอง ด้วยการนำเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาใช้ กลุ่มคน Gen Y จึงมองว่าการทำงานในออฟฟิศไม่จำเป็นอีกต่อไป เขาสามารถทำงานที่ไหน ตอนไหนก็ได้โดยเมื่อเขาถูกกำหนดในส่งงาน เขาก็จะสามารถส่งงานได้ตามที่กำหนด ดังนั้นองค์กรที่ต้องการดึงดูดกลุ่มคน Gen Y มาทำงานต้องเข้าใจถึงนิสัย และต้องดึงศักยภาพของกลุ่มคนในกลุ่มนี้ให้ออกมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรได้แบ่งประเภทของความผูกพันต่อองค์กรเป็น 2 ประเภท แนวคิดที่ 1 ประเภททัศนคติ ซึ่งถือว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและองค์กร เป็นการแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับองค์กร เช่น มีการชี้เป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความมุ่งมั่น ตั้งใจทำงานเพื่อองค์กร และรักษาความเป็นพนักงานในองค์กรแห่งนี้ได้ในระยะยาว นักทฤษฎีที่เชื่อตามแนวคิดนี้จะมองความผูกพันต่อองค์กรที่ถูกกำหนดจากทั้งองค์กรและตัวบุคคล เช่น ลักษณะ บทบาท โครงสร้างองค์กร ซึ่งมีผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้น

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ความผูกพันในองค์กร คือ ความรู้สึกของพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรแล้วเกิดความผูกพันในการทำงาน จนกระทั่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับเป้าหมาย ความเชื่อมั่น ค่านิยมในองค์กรจึงนำไปสู่ความก้าวหน้า และความสำเร็จขององค์กรต่อไป

Towers (2007, อ้างถึงใน พิชิต เทพวรรณ, 2554: 174) หมายถึง เป็นความตั้งใจทุ่มเทของพนักงานที่จะใส่ความพยายามเข้าไปในงานมากกว่าการทำงานโดยปกติ ซึ่งต้องใช้เวลามากหรือพลังงานที่มากขึ้น

พิชิต เทพวรรณ (2554: 175) กล่าวว่า ความผูกพันในงานของพนักงานเป็นวิธีการความตั้งใจทุ่มเท หรือการอุทิศตนในงานที่รับผิดชอบของพนักงานส่งผลให้พนักงานมีความสุขและเกิดความจงรักภักดี และความศรัทธาของพนักงานที่มีต่องาน อาชีพ และองค์กร

ศรียา แซ่จิ่ง (2552: 13) หมายถึง ความคิด ความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กรในทางบวก ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กร จะมีแรงบันดาลใจที่จะทำงานอื่นๆ ให้ประสบความสำเร็จ ความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กร ได้แก่ ความคิด ความรู้สึกที่ดีของบุคลากรที่ดีต่อองค์กร และต้องการคงความเป็นสมาชิกขององค์กร รวมทั้งมีการแสดงออกของพฤติกรรม และทุ่มเทความรู้ความสามารถที่มีอยู่ในการทำงาน

กฤษณ์ จิตนุยานนท์ (2552: 5) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานว่างานเป็นสิ่งสำคัญ และงานเป็นเป้าหมายในการดำเนินชีวิต และความรู้สึกต้องการให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จ โดยบุคคลที่มีความผูกพันในงานจะมีความตั้งใจและทุ่มเทในการทำงาน

สเตียร์ส (Steers, 1977: 47) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดต่อความผูกพัน ต่อองค์กรไว้ค่อนข้างชัดเจนซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน (Personal Characteristics) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ระยะเวลาการทำงานในองค์กร ระดับตำแหน่ง

2. ลักษณะของงาน (Job Characteristics) หมายถึง ลักษณะของงานที่ผู้ปฏิบัติรับผิดชอบอยู่ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน การมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและผลป้อนกลับของงาน

3. ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experiences) หมายถึง สภาพการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงาน ได้รับ ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณเป็นที่พึ่งพิงได้ ทักษะติดต่อเพื่อน ร่วมงานและองค์กร และความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร

ลูธานส์ (Luthans, 1992: 125 อ้างถึงใน เนตรนภา นันทพรวิญญู, 2551: 12) กล่าวว่า ทักษะของความผูกพันต่อองค์กรถูกกำหนดโดย

1. กลุ่มของลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร และลักษณะนิสัย ของบุคคลเป็นความรู้สึกด้านบวกหรือลบหรือพิจารณาถึงการควบคุมภายในและการควบคุมภายนอก

2. ลักษณะขององค์กร เช่น การออกแบบงาน และลักษณะของผู้นำ

3. ปัจจัยที่ไม่ใช่ลักษณะขององค์กร เช่น ทางเลือกอื่น ๆ ที่มีหลังจากพิจารณาทางเลือกแล้ว ถ้า องค์กรนั้นอยู่ในระดับแนวหน้าที่จะเลือกเข้าไปปฏิบัติงานก็จะทำให้มีความรู้สึกผูกพันตามมา



## 2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการ

มาสโลว์ได้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับ แรงจูงใจ (Maslow's General Theory of Human & Motivation) โดยมาสโลว์ ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันแพร่หลายสมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ดังนี้ (Abraham H. Maslow, 1954: 80 - 106)

2.3.1. คนทุกคนมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด

2.3.2. ความต้องการเมื่อได้รับการสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมต่อไปแล้ว

2.3.3. ความต้องการของมนุษย์มีหลายขั้น โดยแบ่งตามทฤษฎีของมาสโลว์ไว้ 5 ขั้น ดังนี้

2.3.3.1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของทุกคนเพื่อความอยู่รอดของชีวิต

2.3.3.2 ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่มากขึ้นกว่าการเอาตัวรอดของชีวิตแต่รวมไปถึงความปลอดภัยทางด้านต่างๆ เช่น การประกันสุขภาพ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรม

2.3.3.3 ความต้องการทางสังคม (Social needs) คือความต้องการที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการถูกยอมรับจากบุคคลอื่น การมีเพื่อน การมีสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม โดยองค์กรอาจมีการกระตุ้นด้วยการสร้างกิจกรรมร่วมกัน

2.3.3.4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem needs) หมายถึงความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียง เช่น การได้รับรางวัลเพื่อบ่งบอกถึงความสามารถ ความสำเร็จของบุคคล เพื่อให้มีคณมาขย่งชมเชย

2.3.3.5 ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization needs) คือ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด หรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่ คือ การไปให้ถึงศักยภาพสูงสุดที่ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป

## 2.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์เบิร์ต (Herzberg' Two –factor Theory)



ทฤษฎีนี้ได้มีการพัฒนาโดยเฮร์เบิร์ตในปี ค.ศ.1950-1959 และในช่วงแรกของปี ค.ศ. 1960-1969 ทฤษฎี 2 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยตัวจูงใจและปัจจัยการดำรงรักษา มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยตัวจูงใจ (Motivation Factor หรือ Motivators) เป็นปัจจัยภายนอก (ความต้องการภายใน) ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfiers) เช่น ความก้าวหน้า ความสำเร็จ และการยกย่อง เป็นต้น

2. ปัจจัยการดำรงรักษา (Maintenance Factor) หรือปัจจัยอนามัย (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยภายนอกที่ป้องกันไม่ให้นักงาเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน การเสนอสุขอนามัย ไม่ใช่วิธีการจูงใจที่ดีที่สุดในทัศนะของเฮร์เบิร์ต แต่เป็นการป้องกันความไม่พอใจ ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือการขาดงานของพนักงาน เช่น นโยบายบริษัท การบังคับบัญชา ความมั่นคงในงาน ค่าตอบแทน และสภาพการทำงาน เป็นต้น

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มณี เพชรเบญจกุล (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Generation Y” พบว่า กลุ่มแรงงาน Generation Y ให้ความสำคัญกับลักษณะงานมาเป็นอันดับแรก งานที่มีความท้าทายเปิดโอกาสให้กลุ่มนี้แสดงความสามารถจะสร้างแรงจูงใจให้กลับกลุ่มนี้และทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร อันดับรองลงมาเป็นเรื่องความสัมพันธ์ในองค์กรถ้าไม่สามารถเข้ากับหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานได้ก็สามารถที่จะลาออกทันที และอันดับที่สามคือเรื่องรายได้เด็กรุ่นใหม่มักจะกำหนดเงินเดือนให้ตัวเองในอัตราที่สูงแต่ถ้าได้รับเงินเดือนในอัตราที่สูงแต่ต้องเบียดเบียนเวลาส่วนตัวคนกลุ่มนี้ก็ยินดีที่จะรับเงินเดือนที่น้อยลงเพื่อมีเวลาส่วนตัวมากขึ้น ส่วนปัจจัยอื่นที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรคือความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, สวัสดิการต่างๆ โครงสร้างองค์กรและอื่นๆ

ชญกิตต์ จันทร์สมิ (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเออร์ซันวาย: กรณี ศึกษาพนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรคคิง จำกัด” พบว่า เพศ อายุ ระดับ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ที่ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน มีเพียงระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ถึงจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยปัจจัยด้านลักษณะงาน ซึ่งประกอบด้วยด้านโอกาสเรียนรู้และก้าวหน้าในงาน ด้านความท้าทายของงาน ด้านงานที่ได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านความสำคัญต่อเป้าหมายองค์กร และปัจจัยด้านตัวแบบการบริหารองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ด้านวิธีการถูกระเบียบในการปฏิบัติงานด้านการให้โอกาสได้มีส่วนร่วมในข้อเสนอแนะ และดำเนินการใน

โครงการที่สำคัญขององค์กร ด้านการสร้างสัมพันธภาพในหน่วยงาน ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ด้านการจ่ายอัตราค่าจ้างและผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานพนักงานกลุ่ม เจเนอเรชันวาย: กรณีศึกษา พนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรดดิ้ง จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 มีเพียงด้านการให้อิสระในการปฏิบัติงานที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร

ปริญญาวัฒน์ เหน่งแดง , อาคม ศักดิ์อมตพันธุ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในประเทศไทย โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านอารมณ์และความรู้สึกได้แก่ความช่วยเหลือสนับสนุนขององค์กร ความยุติธรรมด้านกระบวนการความยุติธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ต่อกันและความขัดแย้งในบทบาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอันเนื่องมาจากหน้าที่ บรรทัดฐานได้แก่ พันธะสัญญาทางจิตวิทยาด้านความสัมพันธ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความเป็นอยู่ได้แก่การทุ่มเท หรือลงทุนในองค์กรและโอกาสในการหางานใหม่ ซึ่งสนับสนุนกรอบแนวความคิดของ Allen & Meyer (1997) บางส่วน ดังนั้นหากผู้บริหารต้องการสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ผู้บริหารควรมุ่งเน้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรดังกล่าว เพื่อให้องค์กรสามารถบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะส่งผลให้องค์กรอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืน

ปาริชาติ บัวเป็ง (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทและระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1-5ปี การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรงานของพนักงานบริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ มากที่สุดคือ ด้านความรู้สึก รองลงมาคือด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความต่อเนื่อง

ชัยวัฒน์ ไพนุพงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัย 5 อันดับแรกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y มากที่สุดอันดับ 1 คือค่าตอบแทน อันดับ 2 คือการปรับเงินเดือนประจำปีตามผลการปฏิบัติงาน อันดับ 3 คือการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความรู้ อันดับ 4 คือ

ความสมดุลในชีวิตการทำงานและเรื่องส่วนตัว อันดับ 5 คือลักษณะงานที่มีความท้าทาย ตามลำดับ ส่วนผลการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่พนักงานกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญในการพิจารณาเข้าร่วมงานกับองค์กรใดองค์กรหนึ่งพบว่าพนักงานกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญปัจจัย 6 ด้านในระดับสูงคือปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านองค์กรและนโยบายในการบริหารงาน ปัจจัยด้านความก้าวหน้าและโอกาสได้เรียนรู้ ปัจจัยด้านหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานและปัจจัยค่าตอบแทนและสวัสดิการโดยปัจจัยในกลุ่มนี้มีความสำคัญในระดับสูง ส่วนปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมและรู้สึกได้รับการยอมรับมีความสำคัญระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าเหตุผลที่ทำให้พนักงานกลุ่ม Gen Y อยากเปลี่ยนงานที่ระบุได้อีก 6 ประเด็นคือต้องการค่าตอบแทนที่ดีกว่า รองลงไปต้องการตำแหน่งงานที่สูงกว่างานเดิมไม่ท้าทายความสามารถ ต้องการเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นได้การเดินทางไม่สะดวกและปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน คือเพศ สถานภาพ ระดับ การศึกษา รายได้ อายุงาน ไม่ส่งผลต่อปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Gen Y เป็นการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจและมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 3.1 กำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้การวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการในการวิจัยในครั้งนี้ในเชิงสำรวจ โดยจะใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเฉพาะคนที่อยู่ในกลุ่ม Gen Y หรืออายุประมาณ 18 – 35 ปี ในการทำแบบสอบถามในเชิงปริมาณจำนวน 200 คนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดเอาไว้

#### 3.1 กำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มพนักงานในองค์กรทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงอายุ 18-35 ปี ที่เรียกว่ากลุ่มพนักงานช่วง Generation Y จำนวน 200 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ได้แก่ กลุ่มพนักงานในองค์กรทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงอายุ 18-35 ปี ที่เรียกว่ากลุ่มพนักงานช่วง Generation Y โดยจะใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ( Convenience Sampling ) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์และแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร เช่น สถานีรถไฟฟ้าอโศก สถานีรถไฟฟ้าชองนนตรี สถานีรถไฟฟ้าอนุสาวรีย์ และสถานีรถไฟฟ้าหมอชิต โดยมีการแจกแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบ Checklist ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 10 ข้อ

ซึ่งในส่วนแบบสอบถามที่ 2-4 จะใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale โดยข้อความแต่ละข้อ มีคำตอบให้เลือกประเมิน 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำตอบขึ้นอยู่กับประเภทของคำถาม ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale

ระดับความคิดเห็น	การให้คะแนนคำถามเชิงบวก	การให้คะแนนคำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
เห็นด้วย	2	4
เฉยๆ	3	3
ไม่เห็นด้วย	4	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับต่ำ ระดับปานกลาง และระดับสูง โดยมีวิธีการคำนวณความกว้างของชั้น ดังนี้



$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนกลุ่ม}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

ดังนั้นสามารถวัดช่วงคะแนน ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงช่วงคะแนนระดับความผูกพันต่อองค์กร

ระดับคะแนน	ระดับความผูกพันต่อองค์กร
1.00 – 2.33	ระดับต่ำ
2.34 – 3.66	ระดับปานกลาง
3.67 – 5.00	ระดับสูง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์และแจกแบบสอบถามให้กับ กลุ่มตัวอย่างในสถานที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร เช่น สถานีรถไฟฟ้าอโศก สถานีรถไฟฟ้าชองนนทบุรี สถานีรถไฟฟ้าอนุสาวรีย์ และสถานีรถไฟฟ้าหมอชิต ทั้งนี้ที่เลือกเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ที่กล่าว มาเพราะเป็นแหล่งที่มีดีคอปฟิศและบริษัทชื่อดังอยู่มากมายในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลักจากรวบรวมแบบสอบถามจากนั้นนำผลทั้งแบบสอบถามออนไลน์และแบบออฟไลน์มา บันทึกรหัสและตรวจการให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้ว ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows มาใช้ในการบันทึกสถิติ และนำไปแปลค่าออกมาเป็นความหมาย

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง



2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบายระดับความผูกพันต่อองค์กร

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงาน Gen Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง

สถิติในการวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในงานของกลุ่ม Gen Y
- ส่วนที่ 4 ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ และ จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง

	ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	67	33.50
	หญิง	133	66.50
	รวม	200	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	9	4.50
	อายุ 20 - 25 ปี	68	34.00
	อายุ 26 - 30 ปี	115	57.50
	อายุ 31 - 35 ปี	8	4.00
	รวม	200	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	19	9.50
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	17.00
	ข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐ	40	20.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	92	46.00
	ธุรกิจส่วนตัว	10	5.00
	อาชีพอื่นๆ	5	2.50
	รวม	200	100.00
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	16	8.00
	15,000 - 20,000 บาท	12	6.00
	20,001 - 30,000 บาท	47	23.50
	30,001 - 50,000 บาท	77	38.50
	50,001 - 70,000 บาท	39	19.50
	มากกว่า 70,000 บาท	9	4.50

รวม	200	100.00
-----	-----	--------

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

	ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	6.00
	ปริญญาตรี	132	66.00
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	56	28.00
	รวม	200	100.00
สถานภาพ	โสด	142	71.00
	สมรส	50	25.00
	หม้ายหรือหย่าร้าง	8	4.00
	รวม	200	100.00
จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน	น้อยกว่า 1 ปี	23	11.50
	จำนวน 1 - 3 ปี	82	41.00
	จำนวน 4 - 7 ปี	62	31.00
	จำนวน 8 - 10 ปี	33	16.50
	รวม	200	100.00

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 133 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.50 มากกว่า เพศชายที่มีจำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.50 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.50 รองลงมา อายุ 20 – 25 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.00 ส่วนน้อย อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.50 น้อยสุด อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.00 ส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 92 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.00 รองลงมา ข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐจำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.00 และนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.50 โดยมีรายได้ต่อเดือน มากสุด 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.50 รองลงมา รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.50 รายได้ 50,001 - 70,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.50 โดยน้อยสุด รายได้ มากกว่า

70,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 132 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.00 รองลงมา ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 56 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.00 น้อยสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.00 โดยมีสถานภาพโสด จำนวน 142 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.00 รองลงมา สมรส จำนวน 50 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.00 น้อยสุด หม้ายหรือหย่าร้าง จำนวน 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.00 โดยมีจำนวนปีที่ปฏิบัติงาน มากสุด จำนวน 1 – 3 ปี มีจำนวน 82 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.00 รองลงมา จำนวน 4 – 7 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.00 และ จำนวน 8 – 11 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.50 น้อยสุด น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y

ในส่วนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y ได้แก่ ด้านลักษณะในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน และ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y

(n = 200)				
ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
<b>ด้านลักษณะในการทำงาน</b>	<b>3.70</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	<b>(3)</b>
ปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง	3.68	0.79	มาก	
ได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสม	3.74	0.77	มาก	
งานที่มีความท้าทายและได้ความรู้จากงานมากขึ้น	3.69	0.92	มาก	
<b>ด้านความสำเร็จในการทำงาน</b>	<b>3.73</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>(2)</b>
สามารถเห็นผลสำเร็จของงานชัดเจน	3.80	0.89	มาก	
มีโอกาสดำเนินการเป้าหมายและวิธีการทำงานของตนได้	3.77	0.92	มาก	
สามารถตัดสินใจกับงานที่ได้รับมอบหมายได้	3.76	0.88	มาก	
มีโอกาสออกความคิดเห็นในวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ๆแก่ผู้บังคับบัญชาได้	3.60	0.92	มาก	
<b>ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล</b>	<b>3.81</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	<b>(1)</b>
เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือท่านในการปฏิบัติงานเสมอ	3.87	0.97	มาก	
ผลงานได้รับความสนใจจากผู้บังคับบัญชา	3.50	0.87	มาก	

การทำงานในแผนกเน้นการทำงานเป็นทีมมากกว่าการทำงานเดี่ยว	3.91	1.08	มาก
ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปในทิศทางที่ดี	3.96	0.83	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 โดยสูงสุด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รองลงมา ด้านความสำเร็จในการทำงาน และ ด้านลักษณะในการทำงาน ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านลักษณะในการทำงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยสูงสุด ได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมา งานที่ทำมีความท้าทายและได้ความรู้จากงานมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.69$ ) และ ปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง ( $\bar{X} = 3.68$ ) ตามลำดับ

ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยสูงสุด สามารถเห็นผลสำเร็จของงานชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีโอกาสกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานของตนได้ ( $\bar{X} = 3.77$ ), สามารถตัดสินใจกับงานที่ได้รับมอบหมายได้ ( $\bar{X} = 3.76$ ) และ มีโอกาสออกความคิดเห็นในวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ๆแก่ผู้บังคับบัญชาได้ ( $\bar{X} = 3.60$ ) ตามลำดับ

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยสูงสุด ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปในทิศทางที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา การทำงานในแผนกเน้นการทำงานเป็นทีมมากกว่าการทำงานเดี่ยว ( $\bar{X} = 3.91$ ), เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือท่านในการปฏิบัติงานเสมอ ( $\bar{X} = 3.87$ ) และ ผลงานได้รับความสนใจจากผู้บังคับบัญชา ( $\bar{X} = 3.50$ ) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y

ในส่วนที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และ ด้านการคงอยู่ในองค์กรมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้



ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y  
(n = 200)

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
<b>ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร</b>	<b>3.15</b>	<b>1.15</b>	ปานกลาง	(2)
องค์กรทำให้รู้สึกที่พนักงานเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า	3.24	1.27	ปานกลาง	
รู้สึกมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กร	3.07	1.23	ปานกลาง	
<b>ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ</b>	<b>2.90</b>	<b>1.25</b>	ปานกลาง	(3)
ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความอดทน	3.06	1.23	ปานกลาง	
ได้รับสวัสดิการจากองค์กรได้ตรงตามความต้องการของตนเอง	2.73	1.48	ปานกลาง	
<b>ด้านการคงอยู่ในองค์กร</b>	<b>3.40</b>	<b>0.94</b>	ปานกลาง	(1)
องค์กรที่อยู่จะเป็นที่พึงพอใจเกษียณอายุ	3.09	1.14	ปานกลาง	
งานที่ทำให้มีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพนั้น	3.39	1.16	ปานกลาง	
องค์กรมีการสนับสนุนในพนักงานมีโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถเสมอ	3.72	0.99	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.15</b>	<b>1.02</b>	ปานกลาง	

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 โดยสูงสุด ด้านการคงอยู่ในองค์กร รองลงมา ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร และ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.15 โดยสูงสุด องค์กรทำให้รู้สึกที่พนักงานเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า มีค่าเฉลี่ย 3.24 รองลงมา รู้สึกมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กร ( $\bar{X} = 3.07$ ) ตามลำดับ

ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.25 โดยสูงสุด ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความอดทน มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมา ได้รับสวัสดิการจากองค์กรได้ตรงตามความต้องการของตนเอง ( $\bar{X} = 2.73$ ) ตามลำดับ



ด้านการคงอยู่ในองค์กร มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 โดยสูงสุด มีความคิดเห็นระดับมาก คือ องค์กรมีการสนับสนุนในพนักงานมีโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา ระดับปานกลาง ได้แก่ งานที่ทำมีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพนั้น ( $\bar{X} = 3.39$ ) และ องค์กรที่อยู่จะเป็นที่พึงพินจนเกษียณอายุ ( $\bar{X} = 3.09$ ) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y

ในส่วนที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y

ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
มีความภูมิใจว่าเป็นพนักงานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบัน	3.68	0.98	มาก
เมื่อองค์กรมีการพัฒนามากขึ้นมีความภาคภูมิใจในองค์กรตามไปด้วย	3.42	0.93	มาก
มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นอย่างมาก	3.19	0.88	ปานกลาง
มีการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรเสมอ	2.70	0.76	ปานกลาง
เห็นด้วยกับนโยบายขององค์กรเสมอ	3.60	0.81	มาก
ทุ่มเทในงานอย่างเต็มที่ในทุกๆงานที่ได้รับมอบหมาย	3.41	0.88	มาก
พร้อมทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร	2.77	1.44	ปานกลาง
เลือกทำงานกับองค์กรในปัจจุบันต่อไปถึงแม้มีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้	2.63	1.51	ปานกลาง
ผลตอบแทนสูงกว่า			
ตั้งใจจะอยู่องค์กรนี้จนเกษียณอายุ	2.76	1.36	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.19</b>	<b>0.70</b>	<b>ปานกลาง</b>

ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y ในภาพรวม พบว่า มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ในรายด้าน มีความผูกพันในระดับมาก จำนวน 5 ด้าน โดยสูงสุด มีความภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบัน ( $\bar{X} = 3.68$ ), เห็นด้วยกับนโยบายขององค์กรเสมอ ( $\bar{X} = 3.60$ ), เมื่อองค์กรมีการพัฒนามากขึ้นมีความภาคภูมิใจในองค์กรตามไปด้วย ( $\bar{X} = 3.42$ ) และ ทุ่มเทในงานอย่างเต็มที่

ในทุกๆงานที่ได้รับมอบหมาย ( $\bar{x} = 3.41$ ) และมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ( $\bar{x} = 3.19$ ),พร้อมทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร ( $\bar{x} = 2.77$ ), ตั้งใจจะอยู่องค์กรนี้จนเกษียณอายุ ( $\bar{x} = 2.76$ ) และเลือกทำงานกับองค์กรในปัจจุบันต่อไปถึงแม้มีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า( $\bar{x} = 2.63$ ) ตามลำดับ



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่ม Generation Y
2. เพื่อรักษาและดึงดูดพนักงานกลุ่ม Generation Y ให้ทำงานกับองค์กรให้ได้ยาวนาน

ที่สุด

ระเบียบวิธีวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงาน Generation Y ในองค์กรต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง

การรวบรวม ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสาร หนังสือต่างๆ รายงานต่างๆ ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการ (Maslow's Hierarchy need) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร และทฤษฎีพฤติกรรมของบุคคลในช่วงกลุ่ม Generation Y ข้อมูลปฐมภูมิทำรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามด้วยการกรอกด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถามและนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย

สถิติในการวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

#### 5.1 สรุปผลงานวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนำมาสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลวิจัยลักษณะส่วนบุคคล เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.50 มากกว่า เพศชายที่มี ร้อยละ 33.50 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 57.50 รองลงมา อายุ 20 – 25 ปี ร้อยละ 34.00 ส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 46.00 รองลงมา ข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐ ร้อยละ 20.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.00 มีรายได้ต่อเดือน มากสุด 30,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 38.50 รองลงมา รายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 23.50 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 66.00 รองลงมา ปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 28.00 โดยมีสถานภาพโสด ร้อยละ 71.00 รองลงมา สมรส ร้อยละ 25.00 มีจำนวนปีที่ปฏิบัติงาน มากสุด จำนวน 1 – 3 ปี ร้อยละ 41.00 รองลงมา จำนวน 4 – 7 ปี ร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

2. ผลวิจัยปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 โดยสูงสุด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รองลงมา ด้านความสำเร็จในการทำงาน และ ด้านลักษณะในการทำงาน ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้าน ลักษณะในการทำงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยสูงสุด ได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมา งานที่ทำให้มีความท้าทายและได้รับความรู้จากงานมากขึ้น และ ปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง ตามลำดับ ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยสูงสุด สามารถเห็นผลสำเร็จของงานชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีโอกาสกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานของตนได้ , สามารถตัดสินใจกับงานที่ได้รับมอบหมายได้ และมีโอกาสออกความคิดเห็นในวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ๆแก่ผู้บังคับบัญชาได้ ตามลำดับ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยสูงสุด ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปในทิศทางที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา การทำงานในแผนกเน้นการทำงานเป็นทีมมากกว่าการทำงานเดี่ยว เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือท่านในการปฏิบัติงานเสมอและผลงานได้รับความสนใจจากผู้บังคับบัญชา ตามลำดับ

3. ผลวิจัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพในงานของกลุ่ม Gen Y พบว่า มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 โดยสูงสุด ด้านการคงอยู่ในองค์กร รองลงมา ด้านการมีส่วนร่วมขององค์กร และ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านการมีส่วนร่วมขององค์กร มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.15 โดยสูงสุด องค์กรทำให้รู้สึกว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า มีค่าเฉลี่ย 3.24 รองลงมา รู้สึกมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กร ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.25 โดยสูงสุด ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความอดุสาหะ มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมา ได้รับสวัสดิการจากองค์กรได้ตรงตามความ

ต้องการของตนเอง และด้านการคงอยู่ในองค์กร มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 โดยสูงสุด มีความคิดเห็นระดับมาก องค์กรมีการสนับสนุนในพนักงานมีโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา ระดับปานกลาง ได้แก่ งานที่ทำมีโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพนั้น และองค์กรที่อยู่จะเป็นที่พึงพียงจนเกษียณอายุ ตามลำดับ

4. ผลวิจัยความผูกพันต่อองค์กร พบว่า กลุ่ม Gen Y มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยสูงสุด มีความภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมา เมื่อองค์กรมีการพัฒนามากขึ้นมีความภาคภูมิใจในองค์กรตามไปด้วยและ ทุ่มเทในงานอย่างเต็มที่ในทุกๆงานที่ได้รับมอบหมาย และมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นอย่างมาก พร้อมทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร ตั้งใจจะอยู่องค์กรนี้จนเกษียณอายุ และเลือกทำงานกับองค์กรในปัจจุบันต่อไปถึงแม้มีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลงานวิจัยที่ค้นพบนำมาอภิปรายผลงานวิจัยได้ดังนี้

1. จากผลวิจัยกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะงานในระดับมาก โดยสูงสุด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รองลงมา ด้านความสำเร็จในการทำงาน และ ด้านลักษณะในการทำงาน ตามลำดับ ซึ่งในด้านลักษณะในการทำงาน ให้ความสำคัญสูงสุด ได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสม ด้านความสำเร็จในการทำงาน ให้ความสำคัญสูงสุด สามารถเห็นผลสำเร็จของงานชัดเจนและด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้ความสำคัญสูงสุด ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปในทิศทางที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดของ สเตียร์ส (s, 1977) ที่กล่าวว่า ลักษณะของงานของผู้ปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความผูกพันต่อองค์กร โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยด้านความสำเร็จในการทำงานมีความสัมพันธ์ สูงสุด รองลงมา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ด้านลักษณะในการทำงาน ตามลำดับ

2. จากผลวิจัยกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานในระดับปานกลาง โดยสูงสุด ด้านการคงอยู่ในองค์กร รองลงมา ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร และ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ตามลำดับ โดยด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร ให้ความสำคัญสูงสุด องค์กรทำให้รู้สึกว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ให้ความสำคัญสูงสุด ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความอดุสาหะ และด้านการคงอยู่ในองค์กร ให้



ความสำคัญสูงสุด องค์กรมีการสนับสนุนในพนักงานมีโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถ เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ สเตียร์ส (Steers, 1977) ที่กล่าวว่าประสบการณ์ในงานเป็นสภาพการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความผูกพันต่อองค์กร โดยผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยด้านการคงอยู่ในองค์กรมีความสัมพันธ์ สูงสุด รองลงมา ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และ ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กร ตามลำดับ

3. จากผลวิจัยกลุ่ม Gen Y มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง โดยสูงสุด คิดว่า ปัญหาขององค์กรเป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องให้ความร่วมมือ รองลงมา มีความภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานขององค์กรที่อยู่ในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ตรีธา แซ่จิ่ง (2552) ที่กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กรในทางบวกความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร และผลการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่าง พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และ จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ สเตียร์ส (Steers, 1977) ที่กล่าวว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน โดยผลการทดสอบความแตกต่างในงานวิจัย พบว่า กลุ่ม Gen Y เพศหญิงจะมีความผูกพันต่อองค์กร สูงกว่ากลุ่ม Gen Y เพศชาย ด้านอายุ กลุ่ม Gen Y อายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อายุ 20 – 25 ปี, อายุ 26 – 30 ปี และ อายุ 31 – 35 ปี กลุ่ม Gen Y อายุ 20 - 25 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อายุ 26 – 30 ปี และ อายุ 31 – 35 ปี และ กลุ่ม Gen Y อายุ 26 - 30 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อายุ 31 – 35 ปี ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่ม Gen Y ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ กลุ่ม Gen Y ที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อาชีพข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ กลุ่ม Gen Y ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐจะมีความผูกพันต่อองค์กร สูงกว่า กลุ่ม Gen Y อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ กลุ่ม Gen Y ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ กลุ่ม Gen Y ที่เป็นธุรกิจส่วนตัว จะมีความผูกพันต่อองค์กร สูงกว่า กลุ่ม Gen Y อาชีพอื่นๆ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือ 15,000 บาท จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท, รายได้ 20,001 - 30,000 บาท, รายได้ 30,001 - 50,000 บาท, รายได้ 50,001 - 70,000 บาท และ มากกว่า 70,000 บาท กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

15,000 - 20,000 บาท จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 70,000 บาท และ มากกว่า 70,000 บาท กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 70,000 บาท กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 70,000 บาท และ มากกว่า 70,000 บาท และกลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 70,000 บาท จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 70,000 บาท ด้านจำนวนปีที่ปฏิบัติงาน พบว่า กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน จำนวน 4 – 7 ปี และ จำนวน 8 – 10 ปี กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน จำนวน 1 – 3 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน จำนวน 4 – 7 ปี และ จำนวน 8 – 10 ปี และ กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน จำนวน 4 – 7 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กร ต่ำกว่า กลุ่ม Gen Y จำนวนปีที่ปฏิบัติงาน จำนวน 8 – 10 ปี

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลงานวิจัยที่ค้นพบนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้และข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไปมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

5.3.1.1. จากผลวิจัยปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยด้านการคงอยู่ในองค์กรมีความสัมพันธ์ สูงสุด ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างหัวหน้างานและพนักงานระดับปฏิบัติการเพื่อให้เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดี การส่งเสริมให้พนักงานกลุ่ม Gen Y มีโอกาสเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อผู้บังคับบัญชา นอกจากนี้ผู้บังคับบัญชาก็ควรให้ความสนใจแนะนำสอนงานและช่วยเหลือเสมอเมื่อต้องการคำปรึกษา และควรให้ความสำคัญในการมอบหมายงาน หรือจ่ายงาน ตลอดจนควรให้พนักงานกลุ่ม Gen Y เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาสำคัญของหน่วยงานและเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และมอบหมายงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงานและเพิ่มความสมดุลระหว่างชีวิตนำไปสู่การคงอยู่ในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม

5.3.1.2. จากผลวิจัยปัจจัยด้านลักษณะงานของกลุ่ม Gen Y มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยด้านความสำเร็จในการทำงานมีความสัมพันธ์ สูงสุด จึงควรให้ความสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมพนักงานในการปฏิบัติงาน ควรให้ความสำคัญกับการการมอบหมายงานและสภาพการปฏิบัติงานที่มีลักษณะงานมีความเหมาะสมและมีความสอดคล้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน และมีการมอบหมายงานและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับ ความถนัดและทักษะของกลุ่ม Gen Y ตลอดจนควรมีการจัดให้มีการฝึกอบรม และประเมินผลพนักงานเพื่อให้สามารถนำเอาเทคนิคการทำงานประยุกต์ใช้ในหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.1.3. จากผลวิจัยปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Gen Y แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการรับฟังปัญหาในการปฏิบัติงานและสำรวจความคิดเห็นในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีการเปิดรับฟังข้อร้องทุกข์ในการปฏิบัติงาน และควรหาโอกาสแจ้งข่าวสารข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรให้ได้ทราบกับจัดให้มีระบบสื่อสารแบบสองทางในองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอันจะเป็นการสร้างความผูกพันในองค์กรยิ่งขึ้นและลดอัตราการลาออกของพนักงานในองค์กร

5.3.1.4. จากผลวิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรให้ความสำคัญในด้านรายได้ และผลตอบแทนของพนักงาน โดยควรให้ความสำคัญกับการจัดระบบสวัสดิการของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ มีระบบการประเมินผลตอบแทนที่เป็นธรรม ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดรายได้และเหมาะสมกับความรู้ความสามารถและปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย และเพียงพอกับสภาพเศรษฐกิจ และควรให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของสวัสดิการต่างๆ ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการขั้นพื้นฐาน ควรมีการนำระบบการประเมินผลการทำงานมาใช้ในการพิจารณาเพิ่มเงินเดือน เพื่อให้เกิดความยุติธรรมต่อพนักงาน ตลอดจนควรให้ความสำคัญกับการกำหนดค่าจ้างอัตราเงินเดือนให้สอดคล้องกับความสามารถของพนักงานและลักษณะการปฏิบัติงานที่ต่างกันออกไป

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1. การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Gen Y เปรียบเทียบกันระหว่างพนักงานระดับพนักงานฝ่ายปฏิบัติการหรือจำแนกตามหน่วยงานลักษณะงาน เพื่อผลการศึกษจะทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของกลุ่มพนักงาน Gen Y ที่มีสภาพสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ต่างกันว่ามีผลต่อความผูกพันในการปฏิบัติงานต่างกันลักษณะใด

5.3.2.2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของกลุ่มพนักงาน Gen Y ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y มากที่สุด





## บรรณานุกรม

- พสุ เดชะรินทร์, 2552 : ออนไลน์ การทำความเข้าใจกับคน Gen Y  
 กรุงเทพธุรกิจ (28 กรกฎาคม 2552)
- JobsDB. (2012) . บริหารคน Gen Y . ให้ดี งานเดิน ไม่มีสะดุด สืบค้นมาจาก  
<http://th.jobsdb.com/TH/EN/Resources/EmployerArticle/gen-y?ID=6429>  
 (15 กุมภาพันธ์ 2557)
- ทิพวัลย์ สิ้นนิธิตาวร.(2553). Generation X. (ออนไลน์).  
<http://sites.google.com/site/490880tippawansinnitaworn/examination/generation-x>
- ผู้จัดการรายสัปดาห์.(2549). ลูกค้ายุคใหม่ Generation X เป้าหมายใหญ่การตลาด. (ออนไลน์)  
<http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=44635>
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). Gen Y :จับให้ มั่นคั่นให้ เวิร์ค.กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- สารคดีดอทคอม.(2553). พฤติกรรม การบริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M. (ออนไลน์).  
[http://www.saradd.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=227:consumer-behavior-gen-b-gen-x-gen-y-gen-m&catid=25:the-project&Itemid=72](http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:consumer-behavior-gen-b-gen-x-gen-y-gen-m&catid=25:the-project&Itemid=72)
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน.  
 รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐ  
 และภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทไดกิ้นอินดัสทรีส์  
 ประเทศไทย (จำกัด). รายงานการค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาเอก  
 ธุรกิจระหว่างประเทศคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธัญกิตติ์ จันทรศรีม .(2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม เจนอร์ชน่วย  
 :กรณีศึกษาพนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรด  
 ดิ่ง จำกัด. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระบัณฑิตศึกษาลัทธิศาสตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
 มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

ชัยวัฒน์ ไพนุพงศ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจเน้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์การคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

