

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ด้านความพึงพอใจและ
แรงจูงใจในการทำงานจากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19
เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ด้านความพึงพอใจและ
แรงจูงใจในการทำงานจากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19
เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2565



นายสุทธิวิษณุ สุทธินันตสุข

ผู้วิจัย

สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ” สามารถดำเนินการสำเร็จและบรรลุตามเป้าหมายของการศึกษาวิจัย เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจาก ดร.สุเทพ นุ่มสาย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ให้ข้อเสนอแนะตลอดการจัดทำจนสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ อีกทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้มอบเนื้อหาทางวิชาการ ประสบการณ์ และแนวทาง ซึ่งผู้วิจัยได้นำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาวิจัยครั้งนี้และประยุกต์ใช้การทำงาน

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวทุกคน สำหรับกำลังใจที่สำคัญและการส่งเสริมให้ผู้วิจัยศึกษาระดับปริญญาโท และขอขอบคุณพี่มณฑล พี่ไฉร์ภูว พี่ฐาปानी พี่พิพรชพร และภูมิพัฒน์ ที่ให้การสนับสนุนและแรงจูงใจในการศึกษาตั้งแต่วันแรกจนสำเร็จการศึกษา รวมถึงเพื่อน ๆ และพี่ ๆ รุ่นที่ 23B ในสาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คำปรึกษาในการทำงาน ตลอดระยะเวลาการศึกษา ระดับปริญญาโท

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลประกอบการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์และเป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจในด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

สุทธิวิษณุ สุทธินันทสุข

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ

STRATEGIC GUIDELINES FOR DIGITAL TRANSFORMATION IN SATISFACTION AND MOTIVATION AT WORK: A CASE STUDY DURING THE COVID-19 PANDEMIC COMPARING BETWEEN GENERATION Y AND Z IN BANGKOK

สุทธิวิษณุ สุทธินันท์สุข 6350186

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนา ปิติสันต์, Ph.D.,
ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงาน พร้อมการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคน Generation Y และ Z รวมถึงเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 395 ชุด ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y จำนวน 233 คน และเป็นกลุ่มเจนเนอเรชัน Z จำนวน 162 คน จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ความรักและการเป็นเจ้าของ สวัสดิการ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยและความต้องการทางกายภาพตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ความเคารพนับถือ ลักษณะงาน และการสื่อสารในองค์กร ตามลำดับ นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Y และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล/ ความพึงพอใจ/ แรงจูงใจ/ องค์ประกอบความพึงพอใจ
ของสเปกเตอร์/ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย	1
1.2 คำถามในการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล	7
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับช่วงเจนเนอเรชันกับการทำงาน	10
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี	12
2.3.1 ทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfaction)	12
2.3.2 ทฤษฎีว่าด้วยแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation)	13
2.4 วรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา	15
2.4.1 ประเด็นที่ 1 ปัจจัยกับความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน	15
2.4.2 ประเด็นที่ 2 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	17
3.1 ระเบียบวิจัย	17
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.2.1 ประชากรเป้าหมาย	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	19
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	21
3.6.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	21
3.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปร	21
3.7 วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	22
3.7.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)	22
3.7.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)	22
บทที่ 4 ผลการวิจัย	23
4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล	24
4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	24
4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	39
4.1.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	42
4.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z	54
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	56
5.1 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล	56
5.1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล	56
5.1.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2 ข้อเสนอแนะทางกลยุทธ์	59
5.2.1 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management Strategy)	59
5.2.2 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System Strategy)	60
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	61
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	61
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	65
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่องานวิจัย	66
ประวัติผู้วิจัย	73

สารบัญตาราง

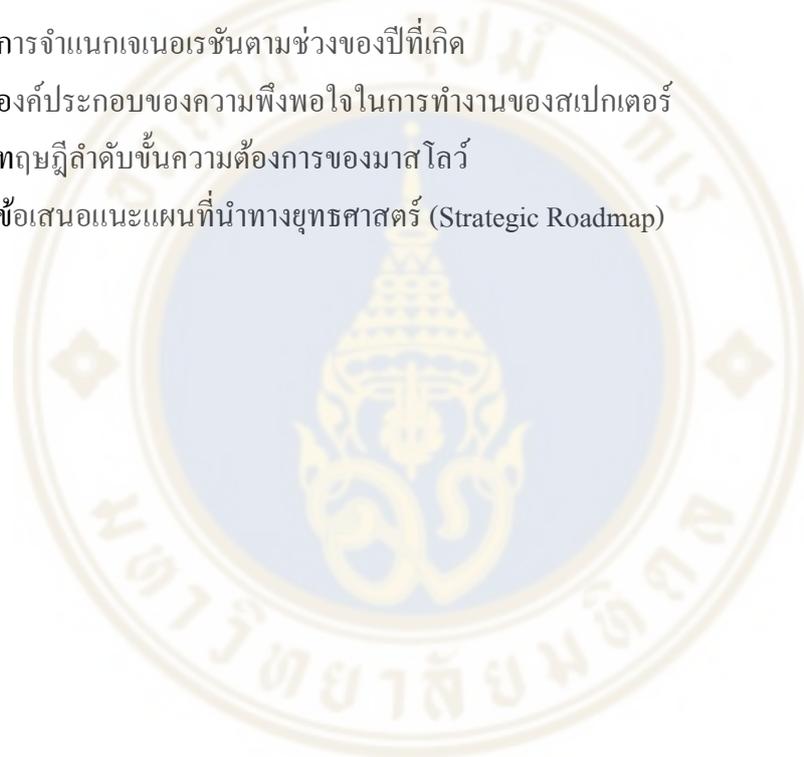
ตาราง	หน้า	
1.1	คำถามและวัตถุประสงค์ของโครงการ	3
3.1	การแปลความหมายของระดับคะแนนความคิดเห็น	20
3.2	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Coefficient of Cronbach's Alpha)	22
4.1	ตารางแสดงข้อมูลช่วงเงินเดือน	24
4.2	ตารางแสดงข้อมูลเพศ	24
4.3	ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างเพศและช่วงเงินเดือน	25
4.4	ตารางแสดงข้อมูลอายุ	25
4.5	ตารางแสดงข้อมูลอายุเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	26
4.6	ตารางแสดงข้อมูลระดับการศึกษา	26
4.7	ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างระดับการศึกษาและช่วงเงินเดือน	27
4.8	ตารางแสดงข้อมูลระดับอาชีพ	27
4.9	ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างระดับอาชีพและช่วงเงินเดือน	28
4.10	ตารางแสดงข้อมูลลักษณะงาน (แผนก)	28
4.11	ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างลักษณะงาน (แผนก) และช่วงเงินเดือน	29
4.12	ตารางแสดงข้อมูลประสบการณ์ทำงาน	30
4.13	ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างประสบการณ์ทำงานและช่วงเงินเดือน	30
4.14	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสวัสดิการ	31
4.15	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	32
4.16	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านลักษณะงาน	32
4.17	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการสื่อสารในองค์กร	33
4.18	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความต้องการทางกายภาพ	34
4.19	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	34
4.20	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความรักและการเป็นเจ้าของ	35
4.21	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความเคารพนับถือ	36
4.22	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสมบูรณ์ของชีวิต	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Satisfaction)	38
4.24 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจ (Motivation)	39
4.25 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson Correlations) ระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	41
4.26 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ (Model Summary) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ	42
4.27 ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ	42
4.28 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	44
4.29 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	44
4.30 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z	46
4.31 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z	46
4.32 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ (Model Summary) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ	48
4.33 ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ	48
4.34 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	50
4.35 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	50
4.36 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z	52
4.37 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z	52
4.38 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.39 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันต่าง ๆ	55
5.1 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน (ตามลำดับ)	57
5.2 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน (ตามลำดับ)	57
5.3 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้ เทคโนโลยีทางดิจิทัล เปรียบเทียบกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z	58

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา	5
2.1	Digitization, Digitalization, และ Digital Transformation	8
2.2	การปรับใช้เทคโนโลยีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19	9
2.3	การจำแนกเจเนอเรชันตามช่วงของปีที่เกิด	11
2.4	องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์	13
2.5	ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์	14
5.1	ข้อเสนอแนะแผนที่น่าทางยุทธศาสตร์ (Strategic Roadmap)	59



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของหัวข้อวิจัย

เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดในทศวรรษที่ผ่านมาและเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Digital Disruption) เพราะหากไม่มีการปรับตัวหรือพัฒนาตัวองค์กรไม่ทันก็อาจทำให้การดำเนินงานของธุรกิจนั้นหยุดชะงักได้ การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) จึงเป็นหนึ่งในยุทธวิธีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบองค์กรอย่างมีกลยุทธ์ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) ซึ่งการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลควรพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการทำงาน และด้านเทคโนโลยี (นเรนทร์ ชุตติจิววงศ์, 2563)

องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ระบาดต่าง ๆ เช่น การจำกัดการเดินทางระหว่างพื้นที่ การสั่งปิดกิจการและสถานประกอบการชั่วคราว การออกนโยบายการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) เป็นต้น ซึ่งนับได้ว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นปัจจัยสำคัญที่เร่งให้เกิดการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน บริษัทที่ลอยที่ได้สำรวจการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของธุรกิจในประเทศไทยทั้งก่อนและขณะเกิดการแพร่ระบาดในธุรกิจอุปโภคบริโภค ธุรกิจการเงิน และธุรกิจการดูแลสุขภาพ พบว่าธุรกิจต่าง ๆ เริ่มมีการนำเทคโนโลยีขึ้นพื้นฐานและขั้นสูงมาใช้ในองค์กร โดยเมื่อเปรียบเทียบกับ การสำรวจครั้งก่อน มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า (วินนัย โสรา และคณะ, 2564) ตัวอย่างการปรับใช้เทคโนโลยี เช่น การนำเสนอสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ การทำงานและประชุมออนไลน์ การทำงานผ่านระบบคลาวด์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น

ในขณะเดียวกันทางปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานในกรุงเทพฯและปริมณฑลมีทั้งมุมมองด้านบวกและด้านลบต่อการทำงานที่บ้านในช่วงการแพร่ระบาดที่ผ่านมา ถึงแม้การทำงานที่บ้านจะช่วยให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและมีความยืดหยุ่นกว่าการทำงานในออฟฟิศ แต่อาจไม่ตอบโจทย์การทำงานได้อย่างเต็มที่และมีอุปสรรคด้านการทำงานอื่น เช่น ปัญหาการติดต่อสื่อสาร สภาพแวดล้อมที่

ไม่เหมาะสมกับการทำงาน ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้น เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) นอกจากนี้การทำงานที่บ้านทำให้บุคลากรเกิดความเครียดสะสมจากภาระงานและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง การขาดแรงจูงใจในการทำงาน และอาจนำไปสู่ “ภาวะหมดไฟในการทำงาน (Burnout)” อนึ่งการปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วอาจทำให้บุคลากรไม่อยากจะเปลี่ยนวิธีการดำเนินการแบบเดิม (Resistance to Change) เพราะฉะนั้นการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลจึงต้องอาศัยแนวทางหรือจุดลงตัวร่วมกันเพื่อให้เกิดผลดีต่อทุกฝ่าย และการจัดการการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Change Management)

อย่างไรก็ตามความแตกต่างระหว่าง Generation Y และ Z อาจมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาเปรียบเทียบของพัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีศรีศิริสุข (2563) ที่พบว่าปัจจัยโดยรวมมีลักษณะที่คล้ายกันในหลายด้าน แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในประเด็นของความพึงพอใจในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต และปัจจัยจูงใจที่เป็นการกระทำเพื่อความสุขของตนเอง เพราะฉะนั้นเราจึงควรศึกษาเปรียบเทียบเพื่อนำมาประกอบแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลที่ผ่านมาจะมีการปรับเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ภายหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลจะเป็นหนึ่งองค์ประกอบสำคัญสำหรับการวางแผนกลยุทธ์องค์กรระยะยาว (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564) องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรให้ความสำคัญในการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) ถึงแม้ดำเนินกลยุทธ์ด้วยเทคโนโลยี แต่บุคลากรก็เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนซึ่งการเข้าใจความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานช่วงที่ผ่านมา จะช่วยในการตัดสินใจวางแผนและดำเนินการรูปแบบที่เหมาะสมกับการทำงานดิจิทัล

1.2 คำถามในการวิจัย

ตารางที่ 1.1 คำถามและวัตถุประสงค์ของโครงการ

คำถามงานวิจัย (RQ)	วัตถุประสงค์ (Obj)	การเก็บข้อมูลวิจัย
RQ 1 ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล	Obj 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล	เก็บข้อมูลด้านประชากรศาสตร์, องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์, ระดับความต้องการของมาสโลว์, และระดับความพึงพอใจและแรงจูงใจ โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก
RQ 2 ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล		จากบุคลากรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในช่วง COVID-19 จำนวน 385 ชุด
RQ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล มีความเหมือนหรือแตกต่างกันในกลุ่มคน Generation Y และ Z อย่างไร	Obj 2 ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคน Generation Y และ Z	
RQ 4 องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนควรดำเนินการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานอย่างไร	Obj 3 เสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน	

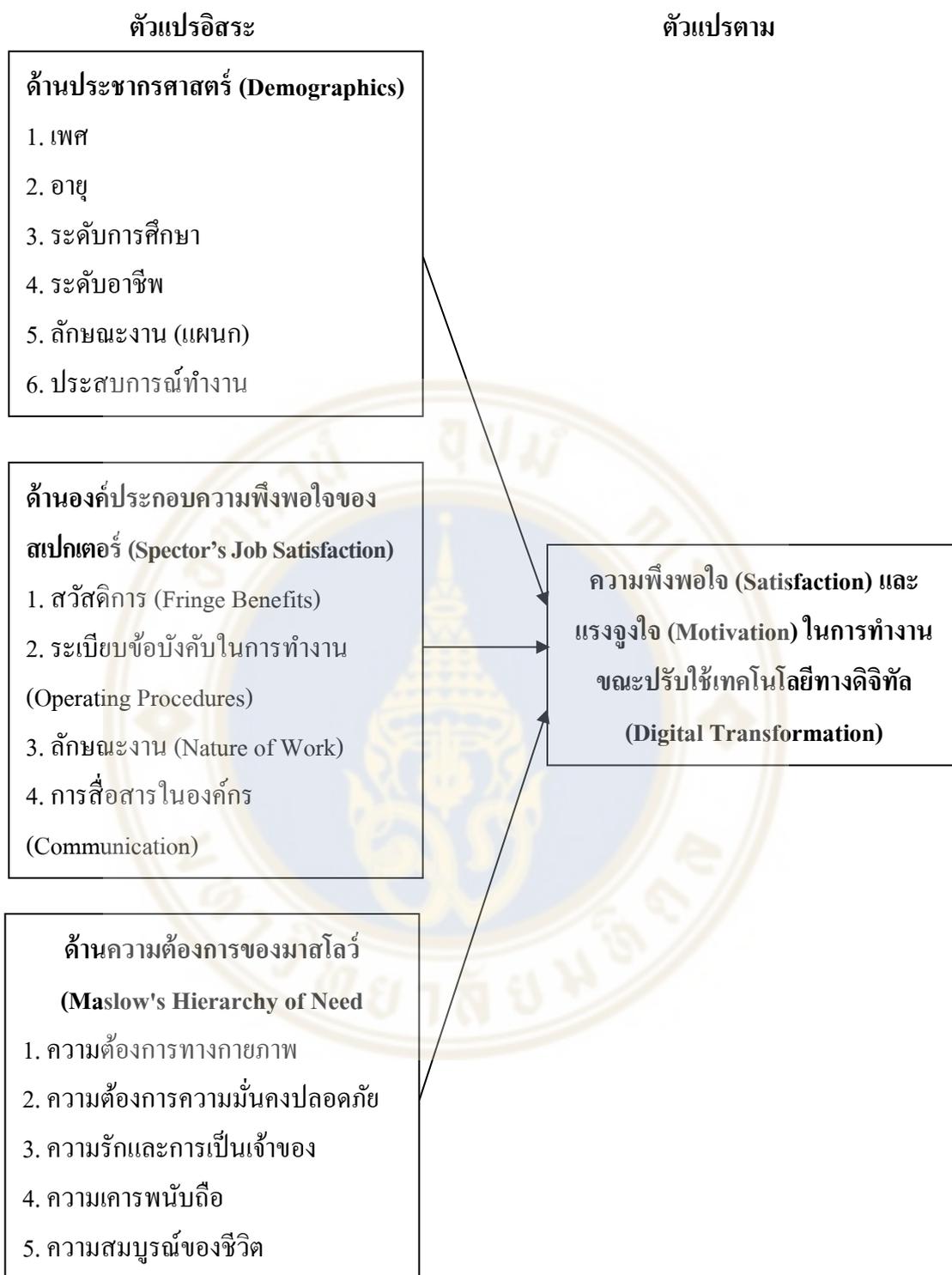
1.3 ขอบเขตการศึกษา

ทำการศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายในบุคลากรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่มคน Generation Y และ Z ที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในช่วง COVID-19 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์ ระดับความต้องการของมาสโลว์ ระดับความพึงพอใจและแรงจูงใจ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครฯ เนื่องจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังมีสำนักงานและการดำเนินกิจการในเขต

กรุงเทพมหานครฯ และยังผลกระทบจากมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกทั้งกรุงเทพมหานครฯ ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่สีแดงเข้มที่ต้องควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ทำให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครฯมีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลมาก

1.4 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยการประยุกต์จาก การศึกษาของพัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข (2563) ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวอิสระดังนี้ ด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มคน Generation Y และ Z ด้านองค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction) (Spector, 1997 อ้างถึงใน พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563) โดยเลือกศึกษาเพียง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ สวัสดิการ (Fringe Benefits) ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures) ลักษณะงาน (Nature of Work) และการสื่อสารในองค์กร (Communication) อีกทั้งยังใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ทั้ง 5 ชั้นเพื่อศึกษาปัจจัยด้านความต้องการของมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง (Maslow, 1954) และได้กำหนดตัวแปรตามเป็นความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) เพื่อประกอบการวางแผนกลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) ขององค์กร นอกจากนี้ทีมบริหารทรัพยากรบุคคลสามารถนำผลการวิจัยมาปรับและประยุกต์ใช้ในการเพิ่มความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานยุคดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการและช่วงชิงลูกค้ากลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y และ Z

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ครอบคลุมการดำเนินการในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) ซึ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ได้มีการนำเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานและขั้นสูงมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทั้งในรูปแบบของการให้บริการและการทำงาน เช่น การนำเสนอสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางดิจิทัล การทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) การทำงานและเก็บข้อมูลบนระบบคลาวด์ การประชุมผ่านระบบออนไลน์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น

ความสมบูรณ์ของชีวิตขณะการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล หมายถึง การที่เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ช่วยเติมเต็มการทำงานให้บรรลุจุดประสงค์ ทำให้สามารถใช้ชีวิตทั้งในและนอกเวลางานได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ (สรสิขานันต์ศรีสุขใส, 2563)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

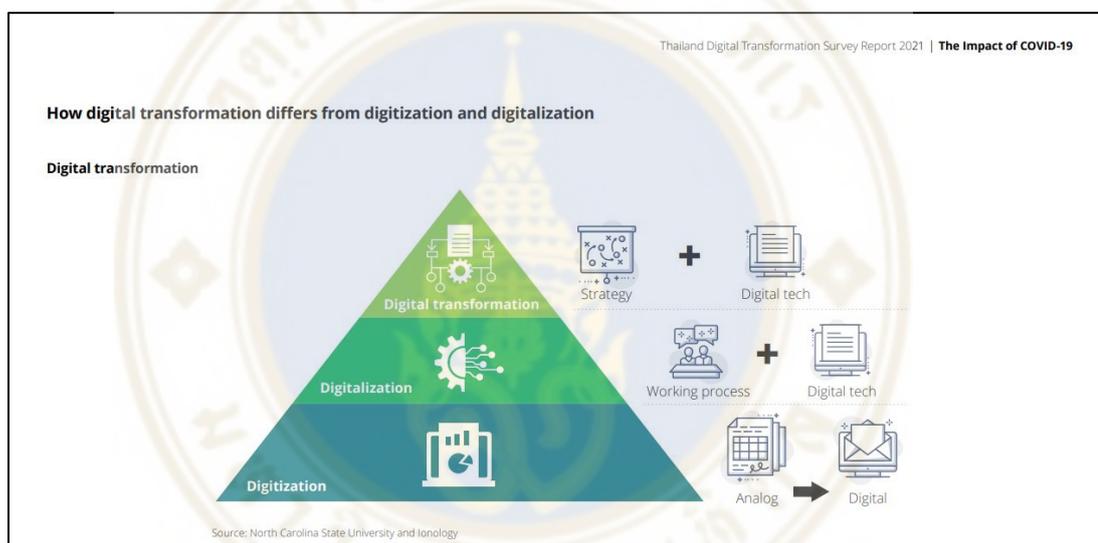
ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม เพื่อประกอบแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ โดยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล
- 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับช่วงเจนเนอเรชันกับการทำงาน
- 2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี
- 2.4 วรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา

2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) เป็นหนึ่งในยุทธวิธีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบองค์กรอย่างมีกลยุทธ์ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้ครอบคลุมการดำเนินการในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) สอดคล้องกับการศึกษาการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลและผลกระทบต่อองค์กรของจันทร์จิรา เหลลาราช (2564) ที่มองว่าเป็นการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่เพื่อเป็นตัวช่วยสำคัญในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานธุรกิจและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์หรือกระบวนการที่สำคัญในการขับเคลื่อนและผลักดันการปรับเปลี่ยนองค์กรดิจิทัล ซึ่งพบว่าผลกระทบของการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลสามารถแบ่งออกมาได้ทั้งหมด 6 ส่วนหลัก ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ (Business Model) กระบวนการดำเนินงาน (Operation Process) ประสบการณ์ผู้บริโภค (Customer Experience) บุคลากรในองค์กร (Personnel) วัฒนธรรมองค์กร (Organization's Culture) และโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งนี้ระดับของการปรับใช้เทคโนโลยีสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ Digitization, Digitalization, และ Digital Transformation โดยธัชรินทร์ วุฒิชชาติ (2562) ได้อธิบายไว้ว่า

1. Digitization คือ การปรับเปลี่ยนด้านข้อมูล โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบอนาล็อก (Analog) เป็นแบบดิจิทัล (Digital) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับการนำข้อมูลแบบดิจิทัลไปประยุกต์และใช้ประโยชน์ต่อ
2. Digitalization คือ การปรับเปลี่ยนด้านกระบวนการ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาอำนวยความสะดวกตัวกระบวนการหรือวิธีการทำงานที่มีอยู่เดิม เพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติ
3. Digital Transformation คือ การปรับเปลี่ยนทางธุรกิจ โดยการสร้างรูปแบบทางธุรกิจ และกลยุทธ์ใหม่ ๆ อาศัยประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า และความคิดสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนทั่วทั้งองค์กร



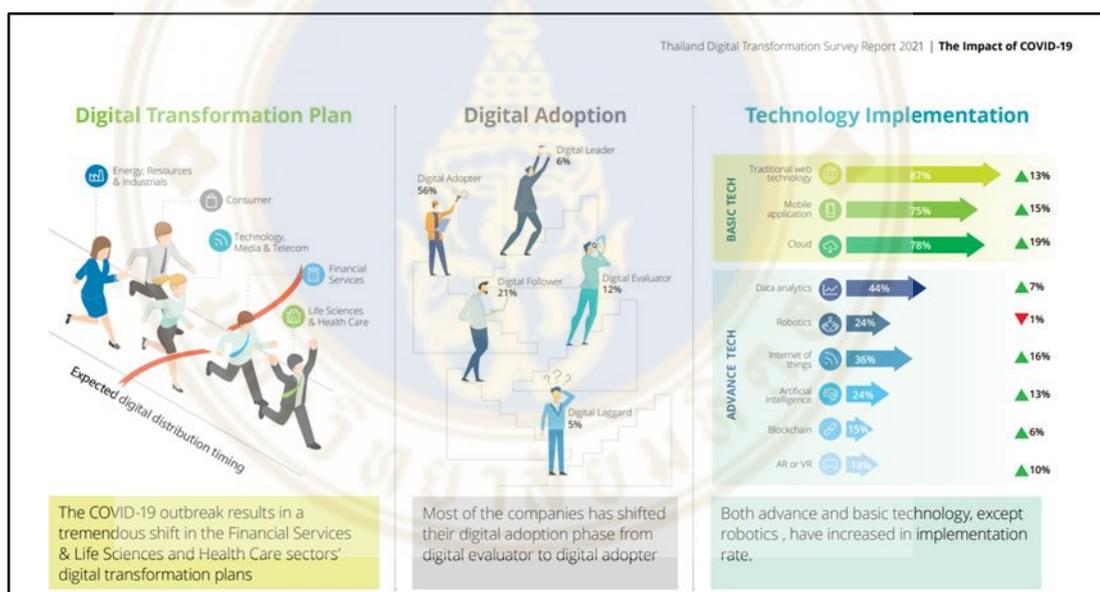
ภาพที่ 2.1 Digitization, Digitalization, และ Digital Transformation

ที่มา: ผลสำรวจการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของประเทศไทย (วินเนย์ โธรา และคณะ, 2564)

การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลกำลังขับเคลื่อนภายใต้นโยบาย “ประเทศไทย 4.0” โดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ผลผลิตและประสิทธิภาพของคนไทย ในมุมมองขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลจะช่วยในการมอบประสบการณ์ที่ดีกว่าให้กับลูกค้า และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2563) จากการที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ได้มีการปรับตัวทางเทคโนโลยีดิจิทัล และแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 เช่น

การเว้นระยะห่าง (Social Distancing) การทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) การประชุมผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งนับว่าหนึ่งปัจจัยสำคัญที่เร่งให้เกิดการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

จากผลการศึกษาและสำรวจของบริษัทที่คล้อยตามพบว่าการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของธุรกิจในประเทศไทยเป็นสองเท่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่างช่วงก่อนและขณะเกิดการแพร่ระบาด โดยแบ่งระดับการปรับใช้เทคโนโลยีออกเป็นขั้นพื้นฐานและขั้นสูง ตามภาพที่ 2.2 (วินเนย์ โสรา และคณะ, 2564) นอกจากนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) ได้ทำการศึกษามุมมองการทำงานที่บ้านพบว่าพนักงานในกรุงเทพฯและปริมณฑลมีทั้งมุมมองด้านบวกและด้านลบต่อการทำงานที่บ้านในช่วงการแพร่ระบาดที่ผ่านมา ถึงแม้การทำงานที่บ้านจะช่วยให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและมีความยืดหยุ่นว่าการทำงานในออฟฟิศ แต่อาจไม่ตอบโจทย์การทำงานได้อย่างเต็มที่และมีอุปสรรคด้านการทำงานอื่น เช่น ปัญหาการติดต่อสื่อสาร สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมกับการทำงาน ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้น เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 การปรับใช้เทคโนโลยีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19

ที่มา: ผลสำรวจการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของประเทศไทย (วินเนย์ โสรา และคณะ, 2564)

การเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ และนำมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจไปจากเดิมตามแนวทางชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) จนกลายมาเป็นชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจำเป็นต้องมีการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนให้เกิดระบบนิเวศดิจิทัลที่เอื้ออำนวย ในประเด็นของการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลผ่านโครงสร้างพื้นฐาน

(Digital Infrastructure) การมีทักษะและความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นพื้นฐาน (Digital Literacy) การให้ความสำคัญกับความมั่นคงและปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) และการใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Platform) ในการพัฒนาธุรกิจและการให้บริการ (เสกสันต์ พันธุ์บุญมี, 2564) ซึ่งการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลที่ผ่านมามีการปรับเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรภายหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลจะเป็นหนึ่งองค์ประกอบสำคัญสำหรับการวางแผนกลยุทธ์องค์กรระยะยาว (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564) องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรให้ความสำคัญในการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation)

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับช่วงเจนเนอเรชันกับการทำงาน

เจนเนอเรชัน (Generation) หมายถึง กลุ่มของคนที่เกิดในช่วงเวลาใกล้เคียงและมีลักษณะพฤติกรรมที่ร่วมกัน จากการได้รับประสบการณ์และความเชื่อผ่านการแลกเปลี่ยนในสังคม (Strauss & Howe, 1991 อ้างถึงใน พัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีศรีศรีสุข, 2563) โดยสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ตามช่วงของปีที่เกิดที่แสดงบนภาพที่ 2.3 ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในค่านิยม ทักษะ และลักษณะการทำงาน (Schroer, 2008) แต่สำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัยสนใจเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z เนื่องจากเป็นกลุ่มหลักที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน โดยเจนเนอเรชัน Y เป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในปัจจุบัน ส่วนเจนเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มคนที่เริ่มก้าวเข้าสู่วัยแรงงานและกำลังจะเป็นกำลังสำคัญในอนาคตต่อไป



ภาพที่ 2.3 การจำแนกเจนเนอเรชันตามช่วงของปีที่เกิด

ที่มา: Schroer (2008)

เจนเนอเรชัน Y หรือ Millennial มีความเชื่อมั่นในตัวเองและอดทนจนประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีความสนใจในเทคโนโลยีและมีทักษะในการทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน หรือการทำงานแบบหลากหลาย (Multitasking) มีศักยภาพในการทำงานสูง มีความต้องการในการทำงานที่มีความหมายและท้าทาย มีความทะเยอทะยานและคาดหวังการมีโอกาสดำเนินโตและความสำเร็จด้านการเงิน โดยลักษณะองค์กรที่ดึงดูดกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับเรื่องของ Work-Life Balance การมีวัฒนธรรมในการทำงานเป็นทีมที่ดี การที่มีโอกาสก้าวหน้าและการมีระบบค่าจ้างเงินเดือนที่ดี (จ็อบส์ ดีปี, 2557; พัชสิทธิ์ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563)

เจนเนอเรชัน Z มีพลังงานเยอะและความคิดสร้างสรรค์สูง ชอบการเรียนรู้และการพัฒนาตัวเอง มีการเติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ คนกลุ่มนี้เน้นการสื่อสารระหว่างกันผ่านทางข้อความแทนการพูดคุย ไม่ได้พิจารณาแค่เงินเดือนและตำแหน่งในการทำงาน แต่ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ สิ่งที่กลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z ต้องการจากองค์กร ประกอบด้วย การประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว โอกาสสร้างผลกระทบการเปลี่ยนแปลง การได้รับการยอมรับ การเติบโตของอาชีพ อิสระและยืดหยุ่นในการทำงาน และโอกาสในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ (มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ, 2563; พัชสิทธิ์ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563) อนึ่งในส่วนของประเด็นการทำงาน ผลสำรวจความคิดเห็นของอะโดบีจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทและผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีจำนวน 5,500 คนใน 7 ภูมิภาคทั่วโลก

เกี่ยวกับความรู้สึกและผลกระทบกับชีวิตทำงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 พบว่า แม้ว่าคนเจนเนอเรชัน Z จะเพิ่งเข้าสู่ตลาดแรงงานได้ไม่กี่ปี แต่กว่าครึ่งหนึ่งมีแผนที่จะหางานใหม่ในปีหน้า (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี

จากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการทบทวนทฤษฎีเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfaction) ทฤษฎีว่าด้วยแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) และทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 ทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfaction)

ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติส่วนบุคคลมีต่องาน จากแนวคิดของ วิคเตอร์ เบ็ก วรูม (Vroom, 1970 อ้างถึงใน พัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563) มองว่าความพึงพอใจในการทำงานเป็นเสมือนทัศนคติที่มีต่องาน (Job Attitudes) โดยทัศนคติเชิงบวกเปรียบเทียบกับความพึงพอใจในการทำงานและทัศนคติเชิงลบที่เปรียบเทียบกับความไม่พึงพอใจในการทำงาน สอดคล้องกับ สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550) ที่เสนอว่าความพึงพอใจในการทำงานเกิดมาจากรู้สึกหรือทัศนคติต่องาน อันมีองค์ประกอบด้วยความคิดความเข้าใจ อารมณ์ และแนวโน้มพฤติกรรม เช่นเดียวกับการศึกษาของพัฒนา พรหมณี, ยูพิน พิทยาวัฒน์ชัย, และจิระศักดิ์ ทัฒนา (2563) ที่มองว่าเป็นสภาวะทางอารมณ์ของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการตามความคาดหวัง ซึ่งแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ เช่น ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยินดี และไม่ยินดี โดยความพึงพอใจในการทำงานเกิดมาจากรู้สึกพอใจของบุคลากรในปัจจัยการทำงานต่าง ๆ ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อการดำเนินการกิจกรรมหรือการปฏิบัติงานต่าง ๆ เช่น ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต, เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น, กำหนดลักษณะการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานที่ดี, ช่วยพัฒนาคุณภาพของงาน เป็นต้น (พัฒนา พรหมณี และคณะ, 2563) ซึ่งสเปกเตอร์ (Spector, 1997 อ้างถึงใน พัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563) ได้จำแนกองค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานออกเป็น 9 ปัจจัยตามภาพที่ 2.4 โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจในปัจจัยด้านสวัสดิการ (Fringe Benefits) ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures) ลักษณะงาน (Nature of Work) และการสื่อสารในองค์กร (Communication)



ภาพที่ 2.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์
ที่มา: Spector (1997 อ้างถึงใน พัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข, 2563)

โดยสรุป ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง ทักษะที่มีต่องานทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยเกิดมาจากความคิดความเข้าใจ อารมณ์ และแนวโน้มพฤติกรรม โดยแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ เช่น ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยินดี และไม่ยินดี นอกจากนี้ความพึงพอใจยังมีความสำคัญต่อการดำเนินการกิจกรรมหรือการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในการทำงาน อันเกิดมาจากองค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานตามที่สเปกเตอร์ได้อธิบายไว้ในทฤษฎีและแนวคิด

2.3.2 ทฤษฎีว่าด้วยแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation)

แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง แรงจูงใจหรือแรงผลักดันภายในตัวบุคคลที่มีต่องาน แสดงออกมาในลักษณะของพฤติกรรมและการกระทำต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการ ความปรารถนา ผลตอบแทน หรือเป้าหมายที่ต้องการ (Mowen & Minor, 1998; Woolfolk, 1995 อ้างถึงใน พัชสิริ ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข 2563) สอดคล้องกับทฤษฎีของ สุนทรายุทธ (2551) ที่ได้อธิบายว่าแรงจูงใจเป็นการตอบสนองออกมาจากการถูกกระตุ้น โดยมีทิศทางและการดำเนินไปสู่เป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งแรงจูงใจนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าภายในตัวบุคคลหรือสิ่งเร้าภายนอกที่มากระตุ้น อย่างไรก็ตามแรงจูงใจในการทำงานมีความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน กล่าวคือ ความพึงพอใจในการทำงานเป็นทัศนคติที่มีต่องานที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยากแต่ที่ว่าแรงจูงใจเป็นสภาวะสามารถขึ้นลงได้ตามสภาพการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ (พัชสิริ

ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรเกียรติศิริสุข, 2563) แรงจูงใจในการทำงานมีความสำคัญในการทำงานของบุคคลอย่างมาก เนื่องจากระดับการปฏิบัติงานของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความสามารถและแรงจูงใจของบุคคล (กานดา คำมาก, 2555) สอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ที่พบว่าแรงจูงใจยังส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (เกษมรินทร์ งามเลิศ, 2559; ปัญญาพร ฐิติพงศ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) เราสามารถใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยอับราฮัม เอช. มาสโลว์ (Maslow, 1954) ซึ่งได้อธิบายความต้องการของมนุษย์ออกเป็นทั้งหมด 5 ชั้นด้วยกัน ได้แก่

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging)
4. ความเคารพนับถือ (Esteem)
5. ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization)



ภาพที่ 2.5 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
ที่มา: Maslow (1954)

โดยสรุป แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง สภาวะลักษณะของพฤติกรรมและการกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ อันเกิดได้จากสิ่งเร้าภายในตัวบุคคลหรือสิ่งเร้าภายนอกที่มากระตุ้น ซึ่งเราสามารถใช้อธิบายความต้องการของมนุษย์ทั้ง 5 ชั้นในการอธิบายความต้องการของมนุษย์ แรงจูงใจมีส่วนสำคัญในการทำงานเพราะแรงจูงใจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2.4 วรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

2.4.1 ประเด็นที่ 1 ปัจจัยกับความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน

จากการศึกษาของพัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข (2563) ที่จัดทำก่อนการแพร่ระบาด COVID-19 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานประกอบด้วย ความเหมาะสมของผลตอบแทนและความยุติธรรม งานที่มีคุณค่าและอิสระ ความสัมพันธ์และการสื่อสารภาษาในองค์กร งานที่มีเกียรติได้พัฒนาตนเองและมีโอกาสทำงานเป็นทีม งานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต และงานที่ชอบและสนุก สอดคล้องกับการศึกษาของพิพัฒน์ เพ็ชรศรีวัชร (2546) ที่สรุปไว้ว่าปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การศึกษาผลกระทบของการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลต่อความพึงพอใจจากการแพร่ระบาด COVID-19 ในประเทศไทยของสรสิชา มนต์ศรีสุขใส (2563) โดยใช้ทฤษฎีของมาสโลว์พบว่าปัจจัยความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ปัจจัยความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) และปัจจัยความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization) ส่งผลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงาน ในขณะที่ปัจจัยความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging) และปัจจัยความเคารพนับถือ (Esteem) ส่งผลทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงาน ในส่วนของแรงจูงใจในการทำงาน จากการศึกษาของพัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข (2563) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการได้รับการยอมรับไว้วางใจ ผลตอบแทนเพื่อเพิ่มคุณค่าและสร้างความสำเร็จให้ชีวิต แสดงความรับผิดชอบและได้ทำเพื่อผู้อื่น และเพื่อความสุขของตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของสุพิชฌาย์ กุศรีเทพประทาน (2551) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจในการทำงานมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน และปัจจัยด้านผลตอบแทน เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของธัญฉนิชามโนนิติธรรม (2562) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน และด้านความมั่นคงในงาน

2.4.2 ประเด็นที่ 2 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z

จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานเปรียบเทียบกับคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ของพัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข (2563) พบว่า ในส่วนของความพึงพอใจในงาน ปัจจัยโดยรวมส่วนใหญ่มีลักษณะที่คล้ายกันหลายด้าน โดยทั้งสองเจนเนอเรชันให้ความสำคัญมากในปัจจัยการได้ทำงานที่ชอบและสนุก ความเหมาะสมของผลตอบแทนและความยุติธรรมในการทำงาน ตามลำดับ แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในประเด็นของความพึงพอใจในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต ซึ่งเจนเนอเรชัน Z ให้ความสำคัญมากกว่าเจนเนอเรชัน Y การได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และการมีอิสระทางความคิด นอกจากนี้คนเจนเนอเรชัน Z ยังให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำให้ตนเองมีความสุขในชีวิตควบคู่ไปกับการต้องการความก้าวหน้าในอาชีพของตนมากกว่าเจนเนอเรชัน Y ในส่วนของแรงจูงใจพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อแรงจูงใจไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นปัจจัยการกระทำเพื่อความสุขของตนเองเป็นปัจจัยเดียวที่กลุ่มเจนเนอเรชัน Z ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชัน Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในกรุงเทพมหานครฯ จำแนกตามเจนเนอเรชัน X Y และ Z จากการศึกษาของธีรภัทร์ ทองคำ (2563) พบว่า เจนเนอเรชัน Y ให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงาน รายได้ อิสระในการทำงาน และความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ตามลำดับ ในขณะที่เจนเนอเรชัน Z ให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงาน อิสระในการทำงาน และรายได้ ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าเจนเนอเรชัน Y และ X ให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุดเหมือนกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล ด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่างเจนเนอเรชัน Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภท การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากนั้นจะทำการสรุปผลการวิจัยและ นำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ พร้อมเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการปรับใช้ เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรเป้าหมาย

บุคลากรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครฯ ในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และ Z ที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในช่วง COVID-19 โดยกำหนดให้ประชากรเป้าหมายมีอายุระหว่าง 18 - 45 ปี (ณ วันสำรวจในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565) แบ่งเป็นอายุ 18 - 27 สำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z และอายุระหว่าง 28 - 45 ปีสำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y ซึ่งทั้งสองกลุ่มคนต้องมีการประกอบอาชีพการทำงานและมีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 โดยเหตุผลที่เลือกศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครฯ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ทำให้มีการออกมาตรการและกำหนดเป็นพื้นที่สีแดงเข้มที่ต้องควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่มีสำนักงานและมีการดำเนินกิจการในเขตกรุงเทพมหานครฯ เป็นอย่างมาก

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ต้องอาศัยกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายจำนวน 385 คน ซึ่งได้อ้างอิงการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนจากสูตรของ คอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวุฒิเอกะกุล, 2543) โดยมีสัดส่วนของประชากรร้อยละ 50 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z = 1.96$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ร้อยละ 5 พิจารณาได้จากสมการดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{p(1-p)Z^2}{e^2} \\ &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

E คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านการกระจายและแชร์ต่อแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ให้กลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ หน้าโปรไฟล์เฟซบุ๊กของผู้วิจัย กลุ่มเฟซบุ๊กของศิษย์เก่าคณะ ICT มหาวิทยาลัยมหิดล (MUICT Alumni) กลุ่มเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสของนักศึกษาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (CMMU Marketplace) กลุ่มไลน์นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มเฟซบุ๊กของจ๊อบไทย (JobThai Official Group) เป็นต้น

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามตามกรอบแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้ข้างต้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1: คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีคุณสมบัติตามประชากรเป้าหมาย ซึ่งต้องเป็นบุคลากรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครฯ ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y และ Z ที่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในช่วง COVID-19 อายุระหว่าง 18 - 45 ปี

ตอนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับอาชีพ ลักษณะงาน และประสบการณ์ทำงาน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีจำนวนข้อคำถามรวม 6 ข้อ

ตอนที่ 3: ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction) โดยเป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็น ประกอบด้วยสวัสดิการ (Fringe Benefits) ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures) ลักษณะงาน (Nature of Work) และการสื่อสารในองค์กร (Communication) โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ มีจำนวนข้อคำถามรวม 20 ข้อ

ตอนที่ 4: ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need) โดยเป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็น ประกอบด้วยความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging) ความเคารพนับถือ (Esteem) และความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization) โดยใช้เครื่องมือประเภท

มาตรฐานค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ มีจำนวนข้อคำถามรวม 25 ข้อ

ตอนที่ 5: ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) โดยเป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็น ประกอบด้วยความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation) โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรฐานค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ มีจำนวนข้อคำถามรวม 10 ข้อ

สำหรับเครื่องมือประเภทมาตรฐานค่า (Rating Scale) ที่แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 เห็นด้วยน้อย, 3 เห็นด้วยปานกลาง, 4 เห็นด้วยมาก, และ 5 เห็นด้วยมากที่สุด นอกจากนี้ได้กำหนดเป็นช่วงคะแนนโดยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักแห่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยความกว้างของอันตรภาคชั้นหรือช่วงระยะเท่ากับ 0.8 ตามสมการดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{ช่วงคะแนน} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.1 การแปลความหมายของระดับคะแนนความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย	การแปลความหมาย
5	4.21 - 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
4	3.41 - 4.20	เห็นด้วยมาก
3	2.61 - 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
2	1.81 - 2.60	เห็นด้วยน้อย
1	1.00 - 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นการจัดทำแบบสอบถามบน Google Form และส่งลิงก์การทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ข้างต้น ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยในครั้งนี้จะไม่ระบุตัวตนของผู้ตอบ

แบบสอบถาม โดยกำหนดให้มีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 385 คน ภายในกรอบระยะเวลา 1 เดือน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สำหรับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับอาชีพ ลักษณะงาน (แผนก) และประสบการณ์ทำงาน โดยอธิบายและวิเคราะห์ผลจากค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) พร้อมจัดทำตารางไขว้ (Cross-tabulation Table) ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และช่วงเงินเดือนเรชัน นอกจากนี้สำหรับข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและวิเคราะห์ผลจากค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) เพื่อทราบถึงการกระจายของข้อมูลและนำมาแปลระดับความคิดเห็น

3.6.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับทดสอบหาความแตกต่างของพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเงินเดือนเรชัน Y และ Z โดยอธิบายและวิเคราะห์ผลจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

3.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปร

สำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติผ่านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการทดสอบด้วยสถิติและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยทดสอบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และด้านความต้องการของมาสโลว์ใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

3.7 วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.7.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และครอบคลุม นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการทดสอบให้ทดลองทำแบบสอบถาม (Face Validity) เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในคำถามและนำข้อคิดเห็นมาปรับปรุงพัฒนาคำถามในแบบสอบถามอีกครั้งให้มีความชัดเจนและเข้าใจมากที่สุด

3.7.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Coefficient of Cronbach's Alpha) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดความเชื่อมั่นให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978, p. 245)

ตารางที่ 3.2 ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Coefficient of Cronbach's Alpha)

ตัวแปรในการวิจัย (Research Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Coefficient of Cronbach's Alpha)
ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction)	
สวัสดิการ (Fringe Benefits)	.564
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures)	.680
ลักษณะงาน (Nature of Work)	.595
การสื่อสารในองค์กร (Communication)	.630
ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)	
ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)	.773
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)	.712
ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging)	.700
ความเคารพนับถือ (Esteem)	.718
ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization)	.748
ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation)	
ความพึงพอใจ (Satisfaction)	.765
แรงจูงใจ (Motivation)	.550

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จำนวน 395 ชุด และนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Science (SPSS) ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

4.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z

สัญลักษณ์ที่ใช้ในงานวิจัย

N	หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
\bar{X}	หมายถึง ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SE	หมายถึง ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
P-value	หมายถึง ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ
r	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) แบบ Unstandardized Coefficients
β	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) แบบ Standardized Coefficients

4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงาน ขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ระดับอาชีพ, ลักษณะงาน (แผนก) และประสบการณ์ทำงาน โดยอธิบายและวิเคราะห์ผลจากค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงข้อมูลช่วงเจเนอเรชัน

ช่วงเจเนอเรชัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มคนเจเนอเรชัน Y (อายุระหว่าง 28 – 45 ปี)	233	59.0
กลุ่มคนเจเนอเรชัน Z (อายุระหว่าง 18 – 27 ปี)	162	41.0
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าช่วงเจเนอเรชันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนเจเนอเรชัน Y จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และรองลงมาเป็นกลุ่มเจเนอเรชัน Z จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงข้อมูลเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	161	40.8
หญิง	228	57.7
เพศทางเลื้อก	6	1.5
รวม	395	100.0

ตารางที่ 4.3 ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างเพศและช่วงเจนเนอเรชัน

เพศ * ช่วงเจนเนอเรชัน	จำนวน (คน)		รวม
	Gen Y	Gen Z	
ชาย	80	81	161
หญิง	151	77	228
เพศทางเลือก	2	4	6
รวม	233	162	395

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงข้อมูลอายุ

กลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y			กลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z		
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
28	14	3.5	18	5	1.3
29	41	10.4	19	19	4.8
30	20	5.1	20	6	1.5
31	23	5.8	21	10	2.5
32	30	7.6	22	21	5.3
33	15	3.8	23	40	10.1
34	11	2.8	24	19	4.8
35	23	5.8	25	21	5.3
36	13	3.3	26	9	2.3
37	11	2.8	27	12	3.0
38	6	1.5			
39	3	0.8			
40	6	1.5			
41	10	2.5			
42	2	0.5			
43	3	0.8			
44	1	0.3			
45	1	0.3			
รวม	233	59.0	รวม	162	41.0

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงข้อมูลอายุเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มคนเจนอเรชัน Y (อายุระหว่าง 28 – 45 ปี)	33.05	3.951
กลุ่มคนเจนอเรชัน Z (อายุระหว่าง 18 – 27 ปี)	22.85	2.386
รวม	28.87	6.061

จากตารางที่ 4.2 – 4.3 พบว่าช่วงเพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และเพศทางเลือก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยกลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Y ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Z ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

จากตารางที่ 4.4 – 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Y ส่วนใหญ่มีอายุ 29 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Z ส่วนใหญ่มีอายุ 23 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 นอกจากนี้อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Y อยู่ที่ 33.05 ปี และอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเจนอเรชัน Z อยู่ที่ 22.85 ปี

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงข้อมูลระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	55	13.9
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	269	68.1
ปริญญาโท	66	16.7
ปริญญาเอก	5	1.3
รวม	395	100.0

ตารางที่ 4.7 ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างระดับการศึกษาและช่วงเจนเนอเรชัน

ระดับการศึกษา * ช่วงเจนเนอเรชัน	จำนวน (คน)		รวม
	Gen Y	Gen Z	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	26	55
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	152	117	269
ปริญญาโท	47	19	66
ปริญญาเอก	5	0	5
รวม	233	162	395

จากตารางที่ 4.6 – 4.7 พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาอยู่ที่ระดับปริญญาโทจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ถัดลงมาอยู่ที่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และระดับปริญญาเอกจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงข้อมูลระดับอาชีพ

ระดับอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่/พนักงาน)	128	32.4
ระดับบังคับบัญชา (หัวหน้างาน/ซูเปอร์ไวเซอร์)	104	26.3
ผู้บริหารระดับกลาง (ผู้จัดการส่วน/ผู้จัดการแผนก)	124	31.4
ผู้บริหารสูงสุดของสายงาน (ผู้จัดการฝ่าย)	35	8.9
ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ประธานบริษัท/ประธานกรรมการบริหาร)	4	1.0
รวม	395	100.0

ตารางที่ 4.9 ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างระดับอาชีพและช่วงเจนเนอเรชัน

ระดับอาชีพ * ช่วงเจนเนอเรชัน	จำนวน (คน)		รวม
	Gen Y	Gen Z	
ระดับปฏิบัติการ	27	101	128
ระดับบังคับบัญชา	68	36	104
ผู้บริหารระดับกลาง	102	22	124
ผู้บริหารสูงสุดของสายงาน	33	2	35
ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	3	1	4
รวม	233	162	395

จากตารางที่ 4.8 – 4.9 พบว่าระดับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปฏิบัติการ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาอยู่ที่ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 ถัดลงมาอยู่ที่ระดับบังคับบัญชาจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ถัดลงมาอยู่ที่ระดับผู้บริหารสูงสุดของสายงานจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และผู้บริหารสูงสุดขององค์กรจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับผู้บริหารระดับกลาง

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงข้อมูลลักษณะงาน (แผนก)

ลักษณะงาน (แผนก)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
งานด้านบัญชี / การเงิน	35	8.9
งานด้านทรัพยากรบุคคล	77	19.5
งานด้านการตลาด / พนักงานขาย	93	23.5
งานด้านสื่อสาร / ประชาสัมพันธ์	79	20.0
งานด้านการผลิต / การบริการ	38	9.6
งานด้านการวางแผนกลยุทธ์	20	5.1
งานด้านบริหารทั่วไป	16	4.1
งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	33	8.4
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	395	100.0

ตารางที่ 4.11 ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างลักษณะงาน (แผนก) และช่วงเจนเนอเรชัน

ลักษณะงาน (แผนก) * ช่วงเจนเนอเรชัน	จำนวน (คน)		รวม
	Gen Y	Gen Z	
งานด้านบัญชี / การเงิน	21	14	35
งานด้านทรัพยากรบุคคล	49	28	77
งานด้านการตลาด / พนักงานขาย	51	42	93
งานด้านสื่อสาร / ประชาสัมพันธ์	51	28	79
งานด้านการผลิต / การบริการ	22	16	38
งานด้านการวางแผนกลยุทธ์	17	3	20
งานด้านบริหารทั่วไป	9	7	16
งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	10	23	33
อื่น ๆ	3	1	4
รวม	233	162	395

จากตารางที่ 4.10 – 4.11 พบว่าลักษณะงาน (แผนก) ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นงานด้านการตลาด / พนักงานขายจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาเป็นงานด้านสื่อสาร / ประชาสัมพันธ์จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ถัดลงมาเป็นงานด้านทรัพยากรบุคคล 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดลงมาเป็นงานด้านการผลิต / การบริการจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ถัดลงมาเป็นงานด้านบัญชี / การเงินจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ถัดลงมาเป็นงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ถัดลงมาเป็นงานด้านการวางแผนกลยุทธ์จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ถัดลงมาเป็นงานด้านบริหารทั่วไปจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 โดยกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่เป็นงานด้านการตลาด / พนักงานขาย และงานด้านสื่อสาร / ประชาสัมพันธ์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Z ส่วนใหญ่เป็นงานด้านการตลาด / พนักงานขาย

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงข้อมูลประสบการณ์ทำงาน

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	75	19.0
1 – 5 ปี	205	51.9
6 – 10 ปี	99	25.1
มากกว่า 10 ปี	16	4.1
รวม	395	100.0

ตารางที่ 4.13 ตารางไขว้แสดงข้อมูลระหว่างประสบการณ์ทำงานและช่วงเจนอเรชัน

ประสบการณ์ทำงาน * ช่วงเจนอเรชัน	จำนวน (คน)		รวม
	Gen Y	Gen Z	
ต่ำกว่า 1 ปี	39	36	75
1 – 5 ปี	100	105	205
6 – 10 ปี	78	21	99
มากกว่า 10 ปี	16	0	16
รวม	233	162	395

จากตารางที่ 4.12 – 4.13 พบว่าประสบการณ์ทำงานของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 ถัดลงมาอยู่ที่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และมากกว่า 10 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งเจนอเรชัน Y และเจนอเรชัน Z ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ องค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของสเปกเตอร์, ระดับความต้องการของมาสโลว์, ระดับความพึงพอใจและระดับความแรงจูงใจ โดยอธิบายและวิเคราะห์ผลจากค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) พร้อมการแปลความหมายระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

4.1.2.1 ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ สวัสดิการ (Fringe Benefits) ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures) ลักษณะงาน (Nature of Work) และการสื่อสารในองค์กร (Communication)

ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสวัสดิการ

สวัสดิการ (Fringe Benefits)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลความหมาย
สวัสดิการที่ท่านได้รับดีเท่าเทียมองค์กรอื่น	4.50	.762	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกไม่พอใจกับสวัสดิการที่ได้รับ	3.86	.952	เห็นด้วยมาก
ท่านคิดว่าสวัสดิการที่ได้รับเป็นธรรมกับทุกคน	4.12	.773	เห็นด้วยมาก
ยังขาดสวัสดิการบางอย่างที่ท่านยังไม่ได้รับและที่ควรจะมี	4.17	.819	เห็นด้วยมาก
ท่านได้รับสวัสดิการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ	4.11	.851	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านสวัสดิการ	4.1509	.50331	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านสวัสดิการ (Fringe Benefits) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 โดยเห็นด้วยมากที่สุดในการที่ได้รับสวัสดิการดีเท่าเทียมองค์กรอื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่ยังขาดสวัสดิการบางอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เห็นด้วยมากในสวัสดิการที่ได้รับเป็นธรรมกับทุกคนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เห็นด้วยมากในการได้รับสวัสดิการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกไม่พอใจกับสวัสดิการที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
กฎเกณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ชัดขวางการที่จะทำงานให้ได้ดี	3.90	.987	เห็นด้วยมาก
กฎระเบียบที่ยุ่งยากขัดขวางความพยายามในการทำงานให้ดี	4.04	.962	เห็นด้วยมาก
กฎระเบียบขององค์กรมีความยุติธรรม	4.03	.775	เห็นด้วยมาก
ท่านต้องทำงานเอกสารมากมายเกินไป	3.95	.998	เห็นด้วยมาก
องค์กรของท่านมีกฎระเบียบปฏิบัติที่เป็นแนวทางในการทำงาน	4.15	.802	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	4.0152	.60268	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยเห็นด้วยมากในการที่องค์กรมีกฎระเบียบปฏิบัติที่เป็นแนวทางในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่กฎระเบียบที่ยุ่งยากขัดขวางความพยายามในการทำงานให้ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เห็นด้วยมากในการที่กฎระเบียบขององค์กรมีความยุติธรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เห็นด้วยมากในการที่ต้องทำงานเอกสารมากมายเกินไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเห็นด้วยมากในการที่กฎเกณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ชัดขวางการที่จะทำงานให้ได้ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านลักษณะงาน

ลักษณะงาน (Nature of Work)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
ท่านชอบงานที่ท่านทำอยู่	4.02	.815	เห็นด้วยมาก
ท่านได้ทำงานในสิ่งที่ตนเองชอบ	4.07	.812	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกภูมิใจในงานที่ท่านทำ	4.12	.762	เห็นด้วยมาก
ท่านได้ทำงานที่สนุก	4.04	.797	เห็นด้วยมาก
บางครั้งท่านรู้สึกว่างานของท่านไม่มีความหมาย	3.89	1.064	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.0263	.52964	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านลักษณะงาน (Nature of Work) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกภูมิใจในงานที่ท่านทำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่ได้ทำงานในสิ่งที่ตนเองชอบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เห็นด้วยมากในการที่ได้ทำงานที่สนุกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เห็นด้วยมากที่ว่าชอบงานที่ท่านทำอยู่มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเห็นด้วยมากในบางครั้งรู้สึกว่าการไม่มีความหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กร (Communication)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
การสื่อสารภายในองค์กรของท่านเป็นไปอย่างดี	4.08	.836	เห็นด้วยมาก
การสื่อสารภายในองค์กรของท่านมีความทั่วถึง	4.09	.826	เห็นด้วยมาก
บ่อยครั้งที่ท่านไม่รู้ว่าจะไรกำลังเกิดขึ้นในองค์กร	4.03	.931	เห็นด้วยมาก
ไม่ได้มีการอธิบายงานที่ได้รับมอบหมายให้ชัดเจน	3.92	1.007	เห็นด้วยมาก
เป้าหมายขององค์กรนี้ไม่ชัดเจน	3.76	1.053	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านการสื่อสารในองค์กร	3.9762	.59366	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านการสื่อสารในองค์กร (Communication) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยเห็นด้วยมากในการสื่อสารภายในองค์กรมีความทั่วถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาเห็นด้วยมากในการสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เห็นด้วยมากในการที่บ่อยครั้งไม่รู้ว่าจะไรกำลังเกิดขึ้นในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เห็นด้วยมากในการที่ไม่ได้มีการอธิบายงานที่ได้รับมอบหมายให้ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และเห็นด้วยมากในการที่เป้าหมายขององค์กรไม่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

4.1.2.2 ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)

ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

ประกอบด้วย ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging) ความเคารพนับถือ (Esteem) และ ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization)

ตารางที่ 4.18 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความต้องการทางกายภาพ

ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร	4.50	.807	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกพอใจกับปริมาณงานของท่าน หลังจากที่ท่านใช้ เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.07	.782	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	4.16	.813	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรที่ช่วย อำนวยความสะดวกให้ท่านในหลาย ๆ ด้าน	4.12	.802	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพอใจกับคุณภาพของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร	4.11	.803	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความต้องการทางกายภาพ	4.1939	.58001	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยเห็นด้วยมากที่สุดในการที่รู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรที่ช่วยอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับคุณภาพของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับปริมาณงานหลังจากที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
ท่านรู้สึกพึงพอใจกับความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ที่ใช้งานภายในองค์กรของท่าน	4.18	.772	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพึงพอใจกับความเสถียรในการเชื่อมต่อกับองค์กรของ ท่าน เมื่อท่านทำงานข้างนอกองค์กร	4.18	.820	เห็นด้วยมาก
ท่านพึงพอใจกับความมั่นคงในหน้าที่การงานของท่าน เมื่อใช้งาน เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.19	.759	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ ของท่าน เมื่อท่าน ทำงานผ่านระบบขององค์กร	4.16	.782	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (ต่อ)

ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอันตรายที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.09	.769	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	4.1610	.53221	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 โดยเห็นด้วยมากในการที่พึงพอใจกับความมั่นคงในหน้าที่การงาน เมื่อใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพึงพอใจกับความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ที่ใช้งานภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพึงพอใจกับความเสถียรในการเชื่อมต่อกับองค์กรเมื่อทำงานข้างนอกองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ เมื่อท่านทำงานผ่านระบบขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกปลอดภัยจากอันตรายที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความรักและการเป็นเจ้าของ

ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ท่านรู้สึกพอใจกับคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.18	.776	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเจ้านายเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร	4.21	.800	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเพื่อนร่วมงาน เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร	4.17	.795	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกพอใจกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างแผนกของท่านและแผนกอื่น ๆ ในขณะที่ประชุมออนไลน์	4.15	.790	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกดีกับทีมของท่านในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร	4.16	.748	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความรักและการเป็นเจ้าของ	4.1742	.52708	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยเห็นด้วยมากที่สุดในการที่รู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเจ้านายเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เห็นด้วยมากในการที่รู้สึกดีกับทีมในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกพอใจกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างแผนกและแผนกอื่น ๆ ในขณะที่ประชุมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความเคารพนับถือ

ความเคารพนับถือ (Esteem)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
ท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมากมาย อันเกี่ยวเนื่องมาจากการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน	4.19	.762	เห็นด้วยมาก
คนในองค์กรต่างให้เกียรติท่าน เนื่องจากความคล่องแคล่วในการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน	4.22	.753	เห็นด้วยมากที่สุด
การที่คนในองค์กรให้เกียรติท่านอันเนื่องมาจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ทำให้ท่านเกิดความเคารพในตัวเองมากยิ่งขึ้น	4.16	.755	เห็นด้วยมาก
ท่านรู้สึกเป็นตัวของตัวเองทุกครั้ง เมื่อได้ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.15	.798	เห็นด้วยมาก
ท่านมีความมั่นใจในตัวเองทุกครั้งในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.21	.764	เห็นด้วยมากที่สุด
ปัจจัยด้านความเคารพนับถือ	4.1873	.52544	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านความเคารพนับถือ (Esteem) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยเห็นด้วยมากที่สุดในการที่คนในองค์กรต่างให้เกียรติเนื่องจากความคล่องแคล่วในการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาเห็นด้วยมากที่สุดในการที่มีความมั่นใจในตัวเองทุกครั้งในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เห็นด้วยมากในการที่ได้รับการยอมรับจาก

เพื่อนร่วมงานมากมายอันเกี่ยวเนื่องมาจากการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เห็นด้วยมากในการที่คนในองค์กรให้เกียรติอันเนื่องมาจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรทำให้เกิดความเคารพในตัวเองมากยิ่งขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และเห็นด้วยมากในการที่รู้สึกเป็นตัวของตัวเองทุกครั้งเมื่อได้ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสมบูรณ์ของชีวิต

ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ความหมาย
เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน ช่วยเติมเต็มตัว ท่าน ได้เป็นอย่างดี เพื่อให้งานบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งใจไว้	4.17	.766	เห็นด้วยมาก
เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรช่วยเติมเต็มความรู้สึก ปรารถนาที่จะทำงานของท่านให้เพิ่มขึ้น	4.14	.817	เห็นด้วยมาก
ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ช่วยให้ท่านสามารถ ใช้ชีวิตทั้งในและนอกเวลางานได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ	4.19	.763	เห็นด้วยมาก
ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ช่วยทำให้ท่าน ได้ใช้ชีวิตในแบบที่ท่านต้องการ	4.15	.793	เห็นด้วยมาก
ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน ทำ ให้ท่านรู้สึกสบายใจกับทุกบุคลิกภาพและอิริยาบถระหว่างการทำงาน ของท่าน	4.15	.785	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความสมบูรณ์ของชีวิต	4.1620	.55397	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากในด้านความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 โดยเห็นด้วยมากในการที่ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ช่วยให้สามารถใช้ชีวิตทั้งในและนอกเวลางานได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาเห็นด้วยมากในการที่มีเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรช่วยเติมเต็มได้เป็นอย่างดีเพื่อให้งานบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งใจไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เห็นด้วยมากในการที่ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรช่วยทำให้ได้ใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เห็นด้วยมากในการที่ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรทำให้รู้สึกสบายใจกับทุกบุคลิกภาพและอิริยาบถระหว่างการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และเห็นด้วยมากในการที่เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรช่วยเติมเต็มความรู้สึกปรารถนาที่จะทำงานให้เพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

4.1.2.3 ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation)

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation) ในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล (Digital Transformation)

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ท่านพอใจกับประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีขององค์กร	4.60	.696	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านพอใจกับเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กรเกี่ยวกับแนวทางของเทคโนโลยีที่จะทำในอนาคต	4.18	.726	เห็นด้วยมาก
ท่านอยากจะแนะนำองค์กรของท่านให้เป็นสถานที่ทำงานที่ดีที่สุดสำหรับเทคโนโลยีขั้นสูง	4.30	.828	เห็นด้วยมากที่สุด
เทคโนโลยีขององค์กรเป็นเครื่องมือที่สอดคล้องสำหรับท่านในขณะที่ทำงาน	4.21	.769	เห็นด้วยมากที่สุด
เทคโนโลยีขององค์กรของท่านทำให้ชีวิตของท่านง่ายมากจนท่านอยากทำงานทุกวัน	4.12	.883	เห็นด้วยมาก
ความพึงพอใจ	4.2820	.56259	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 โดยพอใจในระดับมากที่สุดกับประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาเห็นด้วยมากที่สุดในการที่อยากจะแนะนำองค์กรให้เป็นสถานที่ทำงานที่ดีที่สุดสำหรับเทคโนโลยีขั้นสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เห็นด้วยมากที่สุดในการที่เทคโนโลยีขององค์กรเป็นเครื่องมือที่สอดคล้องในขณะที่ทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 พอใจในระดับมากกับเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กรเกี่ยวกับแนวทางของเทคโนโลยีที่จะทำในอนาคตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และเห็นด้วยมากในการที่เทคโนโลยีขององค์กรทำให้ชีวิตง่ายมากจนท่านอยากทำงานทุกวันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจ (Motivation)

แรงจูงใจ (Motivation)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ท่านมีแรงจูงใจในการทำงานขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.13	.806	เห็นด้วยมาก
ท่านมีแรงจูงใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ จากใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร	4.20	.821	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านต้องการที่จะปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จโดยไม่มีงานค้าง	4.25	.749	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านต้องการที่จะปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามกำหนดระยะเวลา	4.33	.690	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านมีแรงจูงใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อพัฒนาการทำงาน	4.14	.714	เห็นด้วยมาก
แรงจูงใจ	4.2086	.45266	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยเห็นด้วยมากที่สุดในการที่ต้องการที่จะปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามกำหนดเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาเห็นด้วยมากที่สุดในการที่ต้องการที่จะปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จโดยไม่มีงานค้างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เห็นด้วยมากที่สุดในการที่มีแรงจูงใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ จากใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เห็นด้วยมากในการที่มีแรงจูงใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อพัฒนาการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และเห็นด้วยมากในการที่มีแรงจูงใจในการทำงานขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

4.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson Correlations) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านสวัสดิการ (X_1) ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (X_2) ปัจจัยด้านลักษณะงาน (X_3) ปัจจัยด้านการสื่อสารในองค์กร (X_4) ปัจจัยด้านความต้องการทางกายภาพ (X_5) ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (X_6) ปัจจัยด้านความรักและการเป็นเจ้าของ (X_7) ปัจจัยด้านความเคารพนับถือ (X_8) และปัจจัยด้านความสมบูรณ์ของชีวิต (X_9) ในส่วนของตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ (Y_1) และแรงจูงใจ (Y_2)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ตัวแปรอิสระ ($X_i | i = \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9\}$) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ (Y_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้แก่ 0.569, 0.424, 0.506, 0.441, 0.667, 0.658, 0.658, 0.613, และ 0.724 ตามลำดับ

นอกจากนี้จากตารางที่ 4.25 พบว่า ตัวแปรอิสระ ($X_i | i = \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9\}$) มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้แก่ 0.396, 0.325, 0.397, 0.289, 0.393, 0.412, 0.422, 0.499, และ 0.498 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson Correlations) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

Pearson Correlations (r)											
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	Y ₁	Y ₂
X ₁	1	.655**	.593**	.652**	.631**	.518**	.511**	.514**	.553**	.569**	.396**
X ₂	.655**	1	.571**	.704**	.479**	.400**	.402**	.432**	.410**	.424**	.325**
X ₃	.593**	.571**	1	.637**	.595**	.528**	.558**	.562**	.468**	.506**	.397**
X ₄	.652**	.704**	.637**	1	.558**	.429**	.428**	.497**	.459**	.441**	.289**
X ₅	.631**	.479**	.595**	.558**	1	.730**	.652**	.600**	.679**	.667**	.393**
X ₆	.518**	.400**	.528**	.429**	.730**	1	.679**	.605**	.663**	.658**	.412**
X ₇	.511**	.402**	.558**	.428**	.652**	.679**	1	.614**	.644**	.658**	.422**
X ₈	.514**	.432**	.562**	.497**	.600**	.605**	.614**	1	.666**	.613**	.499**
X ₉	.553**	.410**	.468**	.459**	.679**	.663**	.644**	.666**	1	.724**	.498**
Y ₁	.569**	.424**	.506**	.441**	.667**	.658**	.658**	.613**	.724**	1	.613**
Y ₂	.396**	.325**	.397**	.289**	.393**	.412**	.422**	.499**	.498**	.613**	1

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X₁ = Fringe Benefits, X₂ = Operating Procedures, X₃ = Nature of Work, X₄ = Communication, X₅ = Physiological Needs,
X₆ = Safety Needs, X₇ = Love and Belonging, X₈ = Esteem, X₉ = Self Actualization,
Y₁ = Satisfaction, Y₂ = Motivation, N = 395

4.1.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านสวัสดิการ (X_1) ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (X_2) ปัจจัยด้านลักษณะงาน (X_3) ปัจจัยด้านการสื่อสารในองค์กร (X_4) ปัจจัยด้านความต้องการทางกายภาพ (X_5) ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (X_6) ปัจจัยด้านความรักและการเป็นเจ้าของ (X_7) ปัจจัยด้านความเคารพนับถือ (X_8) และปัจจัยด้านความสมบูรณ์ของชีวิต (X_9) ในส่วนของตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ (Y_1) และแรงจูงใจ (Y_2) นอกจากนี้ได้มีการแบ่งตามกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณออกเป็น 6 โมเดล ดังนี้

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z

4.1.4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ตารางที่ 4.26 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ (Model Summary) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

Model	R	R ²	Adjusted R ²	SE of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ	.795	.632	.623	.34537

ตารางที่ 4.27 ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
(Constant)	.171	.174		.984	.326
สวัสดิการ	.142	.055	.127	2.598	.010*
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	.019	.044	.020	.428	.669
ลักษณะงาน	.023	.050	.022	.466	.641
การสื่อสารในองค์กร	-.052	.047	-.055	-1.098	.273
ความต้องการทางกายภาพ	.114	.053	.117	2.161	.031*
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	.129	.054	.123	2.401	.017*

ตารางที่ 4.27 ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
ความรักและการเป็นเจ้าของ	.182	.051	.171	3.562	.000***
ความเคารพนับถือ	.087	.050	.082	1.755	.080
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.341	.051	.335	6.728	.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 4.27 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับความพึงพอใจในการทำงาน (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (0.171) + (0.142)X_1 + (0.019)X_2 + (0.023)X_3 + (-0.052)X_4 + (0.114)X_5 + (0.129)X_6 + (0.182)X_7 + (0.087)X_8 + (0.341)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + \beta_9X_9$$

$$Y = (0.127)X_1 + (0.020)X_2 + (0.022)X_3 + (-0.055)X_4 + (0.117)X_5 + (0.123)X_6 + (0.171)X_7 + (0.082)X_8 + (0.335)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = ความพึงพอใจในการทำงาน

X₁ = สวัสดิการ

X₂ = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X₃ = ลักษณะงาน

X₄ = การสื่อสารในองค์กร

X₅ = ความต้องการทางกายภาพ

X₆ = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X₇ = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X₈ = ความเคารพนับถือ

X₉ = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 62.3 ($\text{Adjusted } R^2 = .623$) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ สวัสดิการ ($\beta = .127, p < 0.05$) ความต้องการทางกายภาพ ($\beta = .117, p < 0.05$) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ($\beta = .123, p < 0.05$) ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .171, p < 0.001$) และความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .335, p < 0.001$)

4.1.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y

ตารางที่ 4.28 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E. of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	.787	.619	.604	.33690

ตารางที่ 4.29 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
(Constant)	.568	.263		2.159	.032
สวัสดิการ	.081	.074	.067	1.097	.274
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	-.047	.067	-.045	-.700	.485
ลักษณะงาน	.015	.067	.013	.226	.821
การสื่อสารในองค์กร	-.113	.065	-.111	-1.729	.085
ความต้องการทางกายภาพ	.231	.071	.233	3.266	.001**
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	.151	.075	.136	2.021	.044*
ความรักและการเป็นเจ้าของ	.295	.079	.264	3.706	.000***
ความเคารพนับถือ	-.063	.073	-.055	-.873	.384
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.349	.068	.349	5.156	.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 4.29 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับความพึงพอใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (0.568) + (0.081)X_1 + (-0.047)X_2 + (0.015)X_3 + (-0.113)X_4 + (0.231)X_5 + (0.151)X_6 + (0.295)X_7 + (-0.063)X_8 + (0.349)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + \beta_9X_9$$

$$Y = (0.067)X_1 + (-0.045)X_2 + (0.013)X_3 + (-0.111)X_4 + (0.233)X_5 + (0.136)X_6 + (0.264)X_7 + (-0.055)X_8 + (0.349)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = ความพึงพอใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y

X₁ = สวัสดิการ

X₂ = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X₃ = ลักษณะงาน

X₄ = การสื่อสารในองค์กร

X₅ = ความต้องการทางกายภาพ

X₆ = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X₇ = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X₈ = ความเคารพนับถือ

X₉ = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 60.4 (Adjusted R² = .604) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ ($\beta = .233, p < 0.01$) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ($\beta = .136, p < 0.05$) ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .264, p < 0.001$) และความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .349, p < 0.001$)

4.1.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z

ตารางที่ 4.30 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E. of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z	.805	.648	.627	.34197

ตารางที่ 4.31 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	β		
(Constant)	.129	.253		.509	.611
สวัสดิการ	.164	.084	.156	1.946	.053
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	.005	.061	.006	.082	.934
ลักษณะงาน	.060	.077	.059	.783	.435
การสื่อสารในองค์กร	-.010	.071	-.010	-.138	.891
ความต้องการทางกายภาพ	-.007	.080	-.008	-.087	.930
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	.117	.080	.121	1.467	.144
ความรักและการเป็นเจ้าของ	.165	.067	.170	2.458	.015*
ความเคารพนับถือ	.203	.072	.203	2.819	.005**
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.293	.077	.296	3.800	.000***

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 4.31 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับความพึงพอใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (0.129) + (0.164)X_1 + (0.005)X_2 + (0.060)X_3 + (-0.010)X_4 + (-0.007)X_5 + (0.117)X_6 + (0.165)X_7 + (0.203)X_8 + (0.293)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9$$

$$Y = (0.156)X_1 + (0.006)X_2 + (0.059)X_3 + (-0.010)X_4 + (-0.008)X_5 + (0.121)X_6 + (0.170)X_7 + (0.203)X_8 + (0.296)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = ความพึงพอใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z

X₁ = สวัสดิการ

X₂ = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X₃ = ลักษณะงาน

X₄ = การสื่อสารในองค์กร

X₅ = ความต้องการทางกายภาพ

X₆ = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X₇ = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X₈ = ความเคารพนับถือ

X₉ = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 62.7 (Adjusted R² = .627) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z ได้แก่ ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .170, p < 0.05$) ความเคารพนับถือ ($\beta = .203, p < 0.01$) และความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .296, p < 0.001$)

4.1.4.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ

ตารางที่ 4.32 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ (Model Summary) ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E. of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ	.571	.326	.310	.37593

ตารางที่ 4.33 ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	β		
(Constant)	1.815	.189		9.607	.000
สวัสดิการ	.095	.059	.105	1.596	.111
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	.062	.048	.083	1.297	.195
ลักษณะงาน	.114	.054	.134	2.115	.035*
การสื่อสารในองค์กร	-.112	.052	-.147	-2.172	.030*
ความต้องการทางกายภาพ	-.062	.057	-.079	-1.072	.284
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	.027	.059	.032	.461	.645
ความรักและการเป็นเจ้าของ	.034	.056	.039	.604	.546
ความเคารพนับถือ	.205	.054	.238	3.776	.000***
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.212	.055	.260	3.855	.000***

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 4.33 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับแรงจูงใจในการทำงาน (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (1.815) + (0.095)X_1 + (0.062)X_2 + (0.114)X_3 + (-0.112)X_4 + (-0.062)X_5 + (0.027)X_6 + (0.034)X_7 + (0.205)X_8 + (0.212)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9$$

$$Y = (0.105)X_1 + (0.083)X_2 + (0.134)X_3 + (-0.147)X_4 + (-0.079)X_5 \\ + (0.032)X_6 + (0.039)X_7 + (0.238)X_8 + (0.260)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = แรงจูงใจในการทำงาน

X₁ = สวัสดิการ

X₂ = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X₃ = ลักษณะงาน

X₄ = การสื่อสารในองค์กร

X₅ = ความต้องการทางกายภาพ

X₆ = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X₇ = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X₈ = ความเคารพนับถือ

X₉ = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 31.0 (Adjusted R² = .310) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ได้แก่ ลักษณะงาน ($\beta = .134, p < 0.05$) การสื่อสารในองค์กร ($\beta = -.147, p < 0.05$) ความเคารพนับถือ ($\beta = .238, p < 0.001$) และความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .260, p < 0.001$)

4.1.4.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y

ตารางที่ 4.34 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E. of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y	.563 ^a	.317	.289	.35984

ตารางที่ 4.35 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจ ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	β		
(Constant)	1.955	.281		6.960	.000
สวัสดิการ	-.022	.079	-.023	-.274	.784
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	.012	.072	.015	.171	.864
ลักษณะงาน	.057	.072	.062	.795	.427
การสื่อสารในองค์กร	-.001	.070	-.001	-.009	.993
ความต้องการทางกายภาพ	-.007	.075	-.008	-.088	.930
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	.032	.080	.036	.398	.691
ความรักและการเป็นเจ้าของ	.163	.085	.183	1.914	.057
ความเคารพนับถือ	.079	.078	.085	1.012	.313
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.239	.072	.300	3.311	.001**

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 4.35 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับแรงงูใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (1.955) + (-0.022)X_1 + (0.012)X_2 + (0.057)X_3 + (-0.001)X_4 + (-0.007)X_5 + (0.032)X_6 + (0.163)X_7 + (0.079)X_8 + (0.239)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9$$

$$Y = (-0.023)X_1 + (0.015)X_2 + (0.062)X_3 + (-0.001)X_4 + (-0.008)X_5 \\ + (0.036)X_6 + (0.183)X_7 + (0.085)X_8 + (0.300)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = แรงจูงใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y

X₁ = สวัสดิการ

X₂ = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X₃ = ลักษณะงาน

X₄ = การสื่อสารในองค์กร

X₅ = ความต้องการทางกายภาพ

X₆ = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X₇ = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X₈ = ความเคารพนับถือ

X₉ = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.34 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 28.9 (Adjusted R² = .289) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .300, p < 0.01$)

4.1.4.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z

ตารางที่ 4.36 ตารางสรุปค่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z

Model	R	R ²	Adjusted R ²	S.E. of the Estimate
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z	.581 ^a	.337	.298	.38483

ตารางที่ 4.37 ตารางค่าสัมประสิทธิ์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจ ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	β		
(Constant)	2.174	.285		7.631	.000
สวัสดิการ	.195	.095	.225	2.052	.042*
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	.091	.069	.131	1.311	.192
ลักษณะงาน	.162	.087	.195	1.866	.064
การสื่อสารในองค์กร	-.271	.080	-.353	-3.390	.001**
ความต้องการทางกายภาพ	-.104	.090	-.138	-1.158	.249
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	-.002	.090	-.003	-.027	.978
ความรักและการเป็นเจ้าของ	-.033	.076	-.041	-.431	.667
ความเคารพนับถือ	.266	.081	.323	3.279	.001**
ความสมบูรณ์ของชีวิต	.167	.087	.206	1.930	.055

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 4.37 สามารถแสดงสมการการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์และปัจจัยด้านความต้องการของมาสโลว์ (X) กับแรงงูใจในการทำงานในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z (Y) ได้ดังนี้

- แบบที่ 1 Unstandardized Coefficients

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9$$

$$Y = (1.955) + (-0.022)X_1 + (0.012)X_2 + (0.057)X_3 + (-0.001)X_4 + (-0.007)X_5 + (0.032)X_6 + (0.163)X_7 + (0.079)X_8 + (0.239)X_9$$

- แบบที่ 2 Standardized Coefficients

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9$$

$$Y = (-0.023)X_1 + (0.015)X_2 + (0.062)X_3 + (-0.001)X_4 + (-0.008)X_5 + (0.036)X_6 + (0.183)X_7 + (0.085)X_8 + (0.300)X_9$$

โดยกำหนดให้

Y = แรงงูใจในการทำงานในกลุ่มคนเจเนอเรชัน Z

X_1 = สวัสดิการ

X_2 = ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน

X_3 = ลักษณะงาน

X_4 = การสื่อสารในองค์กร

X_5 = ความต้องการทางกายภาพ

X_6 = ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย

X_7 = ความรักและการเป็นเจ้าของ

X_8 = ความเคารพนับถือ

X_9 = ความสมบูรณ์ของชีวิต

จากตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจเนอเรชัน Z ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรผันกับตัวแปรตามได้ร้อยละ 29.8 (Adjusted $R^2 = .298$) ซึ่งผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงงูใจในกลุ่มคนเจเนอเรชัน Z ได้แก่ สวัสดิการ ($\beta = .225, p < 0.05$) การสื่อสารในองค์กร ($\beta = -.353, p < 0.01$) และความเคารพนับถือ ($\beta = .323, p < 0.01$)

4.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Y (อายุระหว่าง 28-45 ปี) และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Z (อายุระหว่าง 18-27 ปี)

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความคิดเห็น	กลุ่มตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ปัจจัยด้านสวัสดิการ	Gen Y	4.2738	.44417	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	3.9741	.53132	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1509	.50331	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	Gen Y	4.1536	.51218	เห็นด้วยมาก
	Gen Z	3.8160	.66575	เห็นด้วยมาก
	Total	4.0152	.60268	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	Gen Y	4.1657	.46556	เห็นด้วยมาก
	Gen Z	3.8259	.55286	เห็นด้วยมาก
	Total	4.0263	.52964	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านการสื่อสารในองค์กร	Gen Y	4.1468	.52744	เห็นด้วยมาก
	Gen Z	3.7309	.59910	เห็นด้วยมาก
	Total	3.9762	.59366	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความต้องการทางกายภาพ	Gen Y	4.2884	.54099	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0580	.60830	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1939	.58001	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	Gen Y	4.2472	.48210	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0370	.57623	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1610	.53221	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความรักและการเป็นเจ้าของ	Gen Y	4.2421	.47971	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0765	.57619	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1742	.52708	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านความเคารพนับถือ	Gen Y	4.3167	.46025	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0012	.55795	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1873	.52544	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ระดับความคิดเห็น	กลุ่มตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
ปัจจัยด้านความสมบูรณ์ ของชีวิต	Gen Y	4.2343	.53484	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0580	.56598	เห็นด้วยมาก
	Total	4.1620	.55397	เห็นด้วยมาก
ความพึงพอใจ	Gen Y	4.3991	.53514	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.1136	.55989	เห็นด้วยมาก
	Total	4.2820	.56259	เห็นด้วยมากที่สุด
แรงจูงใจ	Gen Y	4.2979	.42674	เห็นด้วยมากที่สุด
	Gen Z	4.0802	.45925	เห็นด้วยมาก
	Total	4.2086	.45266	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันต่าง ๆ

	F	p-value
ปัจจัยด้านสวัสดิการ	36.989	.000
ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับในการทำงาน	32.373	.000
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	43.566	.000
ปัจจัยด้านการสื่อสารในองค์กร	53.108	.000
ปัจจัยด้านความต้องการทางกายภาพ	15.637	.000
ปัจจัยด้านความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	15.449	.000
ปัจจัยด้านความรักและการเป็นเจ้าของ	9.630	.002
ปัจจัยด้านความเคารพนับถือ	37.660	.000
ปัจจัยด้านความสมบูรณ์ของชีวิต	9.898	.002
ความพึงพอใจ	26.195	.000
แรงจูงใจ	23.336	.000

จากตารางที่ 4.39 ที่ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นระหว่างกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Y และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชัน Z แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลพร้อมข้อเสนอแนะจากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y และเป็นกลุ่มเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล
- 5.2 ข้อเสนอแนะทางกลยุทธ์
- 5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 395 คน ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y จำนวน 233 คน และเป็นกลุ่มเจนเนอเรชัน Z จำนวน 162 คน มีรายละเอียดผลการวิจัยโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .335, p < 0.001$) ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .171, p < 0.001$) สวัสดิการ ($\beta = .127, p < 0.05$) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ($\beta = .123, p < 0.05$) และความต้องการทางกายภาพ ($\beta = .117, p < 0.05$) ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .260, p < 0.001$) ความเคารพนับถือ ($\beta = .238, p < 0.001$) ลักษณะงาน ($\beta = .134, p < 0.05$) และการสื่อสารในองค์กร ($\beta = -.147, p < 0.05$) ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจสำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชัน Y ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .349, p < 0.001$) ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .264, p < 0.001$) ความต้องการทางกายภาพ

($\beta = .233, p < 0.01$) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ($\beta = .136, p < 0.05$) ตามลำดับ ในขณะที่สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .296, p < 0.001$) ความเคารพนับถือ ($\beta = .203, p < 0.01$) ความรักและการเป็นเจ้าของ ($\beta = .170, p < 0.05$) ตามลำดับ แสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน (ตามลำดับ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน (ตามลำดับ)		
โดยรวม	กลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y	กลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z
1. ความสมบูรณ์ของชีวิต	1. ความสมบูรณ์ของชีวิต	1. ความสมบูรณ์ของชีวิต
2. ความรักและการเป็นเจ้าของ	2. ความรักและการเป็นเจ้าของ	2. ความรักและการเป็นเจ้าของ
3. สวัสดิการ	3. ความต้องการทางกายภาพ	3. ความเคารพนับถือ
4. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	4. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	
5. ความต้องการทางกายภาพ		

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจสำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y ได้แก่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ($\beta = .300, p < 0.01$) ในขณะที่สำหรับกลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z ได้แก่ ความเคารพนับถือ ($\beta = .323, p < 0.01$) สวัสดิการ ($\beta = .225, p < 0.05$) และการสื่อสารในองค์กร ($\beta = -.353, p < 0.01$) ตามลำดับ แสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน (ตามลำดับ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน (ตามลำดับ)		
โดยรวม	กลุ่มคนเจนเอเรชั่น Y	กลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z
1. ความสมบูรณ์ของชีวิต	1. ความสมบูรณ์ของชีวิต	1. ความเคารพนับถือ
2. ความเคารพนับถือ		2. สวัสดิการ
3. ลักษณะงาน		3. การสื่อสารในองค์กร
4. การสื่อสารในองค์กร		

5.1.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่น Y และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล แสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัล เปรียบเทียบกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z

	ความพึงพอใจ			แรงจูงใจ		
	โดยรวม	Gen Y	Gen Z	โดยรวม	Gen Y	Gen Z
ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์						
สวัสดิการ	x					x
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน						
ลักษณะงาน				x		
การสื่อสารในองค์กร				x		x
ด้านความต้องการของมาส โลว์						
ความต้องการทางกายภาพ	x	x				
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	x	x				
ความรักและการเป็นเจ้าของ	x	x	x			
ความเคารพนับถือ			x	x		x
ความสมบูรณ์ของชีวิต	x	x	x	x	x	

5.2 ข้อเสนอแนะทางกลยุทธ์

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Level Strategy) สำหรับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน แบ่งเป็นการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บนแผนที่นำทางยุทธศาสตร์ (Strategic Roadmap) ดังนี้



ภาพที่ 5.1 ข้อเสนอแนะแผนที่นำทางยุทธศาสตร์ (Strategic Roadmap)

5.2.1 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management

Strategy)

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยสวัสดิการ ปัจจัยลักษณะงาน ปัจจัยการสื่อสารในองค์กร โดยควรเน้นในสวัสดิการและการสื่อสารในองค์กรสำหรับการเพิ่มแรงจูงใจในกลุ่มเจนเนอเรชัน Z นอกจากนี้กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรตอบสนองความต้องการในปัจจุบันด้านความต้องการของมาสโลว์ โดยสำหรับกลุ่มเจนเนอเรชัน Y ควรเน้นที่ความสมบูรณ์ของชีวิต ความรักและการเป็นเจ้าของ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ในขณะที่สำหรับกลุ่มเจนเนอเรชัน Z ควรเน้นที่ ความสมบูรณ์ของชีวิต ความรักและการเป็นเจ้าของ และความเคารพนับถือ

5.2.1.1 กลยุทธ์ระยะสั้น

- จัดทำการศึกษาความต้องการทางสวัสดิการของบุคลากรภายในองค์กร และทำการสนับสนุน อาทิ การให้ยืมหรือสนับสนุนค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ การสนับสนุนค่าบริการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การอุดหนุนภาระค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่บุคลากรได้รับผลกระทบเพิ่มขึ้นจากการปรับใช้เทคโนโลยี เป็นต้น

- ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้มีการอธิบายงานที่มอบหมายและตกลงวิธีการดำเนินงานอย่างชัดเจนในการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ นอกจากนี้ควรมีการกำหนดช่องทางและขอบเขตการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน เช่น การประชุมผ่านสื่อออนไลน์ การส่งข้อความการโทรศัพท์ เป็นต้น

5.2.1.2 กลยุทธ์ระยะยาว

- ประเมินการทำงานกับการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลที่ผ่านมา ทำการปรับสัดส่วนและกำหนดปริมาณงานให้มีความเหมาะสม พร้อมสร้างคุณค่าให้การทำงานมีความหมายเพื่อให้บุคลากรมีส่วนร่วมและภาคภูมิใจในงานที่ทำ ด้วยการเปิดโอกาสให้แสดงและรับฟังความคิดเห็น พร้อมกับการส่งเสริมให้บุคลากรใช้ความคิดสร้างสรรค์ทำงานในสิ่งที่ชอบและสนุกไปกับการงาน

- ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับเพื่อนร่วมงาน บุคลากรกับหัวหน้า เพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวของบุคลากรภายในองค์กรทั้งจากแผนกเดียวกันและระหว่างแผนกอื่น ๆ

- บุคลากรภายในองค์กรควรมีการยอมรับและให้เกียรติซึ่งกันและกัน จากการใช้เทคโนโลยี ส่งเสริมให้เกิดความมั่นใจในตัวเองในการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร

5.2.2 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System Strategy)

กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศควรสนับสนุนในปัจจุบันความต้องการทางกายภาพ และปัจจัยความต้องการความมั่นคงปลอดภัยขณะการปรับใช้เทคโนโลยี เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีขององค์กร การจัดเก็บข้อมูลขององค์กร การเชื่อมต่อที่มีเสถียรภาพเมื่อทำงานจากภายนอกองค์กร การดูแลรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของบุคลากร การสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ เป็นต้น ซึ่งการตอบสนองความต้องการทางกายภาพและความต้องการความมั่นคงปลอดภัยจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มเจนเอเรชัน Y

5.2.2.1 กลยุทธ์ระยะสั้น

- อบรมทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ให้แก่บุคลากร เพื่อให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานและขั้นสูงขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
- วิเคราะห์และวางแผนสำหรับโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีขององค์กร โดยอาศัยความเข้าใจและความสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ

5.2.2.2 กลยุทธ์ระยะยาว

- ปรับปรุงหรือจัดทำโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีขององค์กรตามแผนที่วางไว้
- กำกับดูแลการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act หรือ PDPA)
- หมั่นทำการตรวจสอบตามมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) ป้องกันการโจมตีและภัยคุกคามทางไซเบอร์

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. กลุ่มคนเจนเอเรชั่น Z มีอายุระหว่างอายุ 10 - 27 ปี แต่ทว่าการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่น Z ที่อายุระหว่างอายุ 18 - 27 ปีเท่านั้น เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีการทำงานและเป็นบุคลากรขององค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นการสุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้เป็นตัวแทนของช่วงเจนเอเรชั่น Z ทั้งหมด
2. ขอบเขตของประชากรที่ทำการศึกษานี้อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครฯ เท่านั้น ซึ่งประชากรที่ทำงานในพื้นที่จังหวัดอื่นอาจมีปัจจัยหรือบริบทที่แตกต่างไป

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานขณะปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง ผู้บังคับบัญชา รางวัลผลปฏิบัติงาน เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ
2. ทำการขยายขอบเขตของประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปให้ครอบคลุมในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ นำข้อมูลมาเปรียบเทียบและประกอบการพัฒนากลยุทธ์

บรรณานุกรม

- กานดา คำมาก. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาบริหารธุรกิจ.
- เกษมรินทร์ งามเลิศ. (2559). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างองค์การคลังสินค้า*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- ของธัญญ์ณิชา มโนนิติธรรม. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จ็อบส์ ดีพี. (2557). *การบริหารพนักงาน Gen Y กับแนวคิด 3R*. สืบค้นจาก <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/การบริหารพนักงาน-gen-y-กับ/>
- จันทร์จิรา เหลลาราช. (2564). การปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลและผลกระทบต่อองค์กร. *มนุษยศาสตร์สาร*, 22(1), 227-240.
- ธร สุนทรายุทธ. (2551). *การบริหารจัดการเชิงปฏิรูป : ทฤษฎี วิจัย และปฏิบัติทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- ธีรภัทร์ ทองคำ. (2563). *แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเอเรชั่น XY และ Z ในกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะรัฐประศาสนศาสตร์.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นเรนทร์ ชูดีจิววงศ์. (2563). *Digital Transformation*. สืบค้นจาก <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/technology/articles/digital-transformation-th.html>
- ปัญญาพร ฐิติพงษ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง : กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด*. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3) : 1275-1292.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พัชสิริ ชมภูคำ, และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 1-18.
- พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย, และจิระศักดิ์ ทัพผา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 26(1), 59-66.
- พิพัฒน์ เพียรศรีวัชรรา. (2546). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท มิตรยนต์ จำกัด. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการจัดการ.
- มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ. (2563). 'Gen-Z' ตบเท้าสู่โลกการทำงาน องค์กรควรบริหารคนอย่างไร?. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/909049>
- วินเนย์ โสรา, ดร.นเรนทร์ ชูติจิรวงศ์, มาลี เอกวิริยะกิจ, และชนัญญา บุญญลักษณ์. (2564). ผลสำรวจการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/technology/articles/the-thailand-digital-transformation-survey-report-th.html>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *Work From Home* วิธีการทำงานยุคนี้ ที่ยังต้องหาจุดสมดุล. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/WFH-FB-04-08-21.aspx>
- สรสิชา มนต์ศรีสุขใส. (2563) *The Impact of Digital Transformation on Employee Satisfaction After the Covid-19 Crisis Lockdown in Thailand*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ, สาขาการตลาดและการจัดการ (หลักสูตรนานาชาติ).
- สร้อยตระกูล (ดิยานนท์) อรรถมานะ. (2550). *พฤติกรรมองค์กร ทฤษฎีและการประยุกต์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2564). *เปิดโลกมอเทรนต์ธุรกิจยุคหลังโควิด ปรับตัวอย่างไรให้อยู่รอดแบบยั่งยืน*. สืบค้นจาก <https://www.nia.or.th/PostCOVIDBusiness>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *เจาะลึก Digital Transformation Trends ปี 2021*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Digital-Transformation-Trends-in-2021.aspx>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). *การคาดการณ์อนาคต เทคโนโลยีดิจิทัลประเทศไทย 2035*. สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/Second%20Deliverable%20RevVer%20TH%20V12%20140819%20FIN.pdf>
- สุพิชฌาย์ คูศรีเทพประทาน. (2551). *การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ABC จำกัด*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหอการค้า, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์.
- เสกสันต์ พันธุ์บุญมี. (2564). *Digital Transformation จาก New Normal สู่ Next Normal*. สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/digital-transformation-new-normal-next-normal>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., (2009). *Multivariate data analysis*. (7th, Ed.) (Vol. 7). NJ: Pearson Prentice Hall Upper Saddle River.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Techsauce Team. (2564). *ผลสำรวจ Deloitte เผยองค์กรไทยปรับตัวสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น 2 เท่า Data Science และ Digital Marketing เป็นสายอาชีพเนื้อหอมสุดในตลาด*. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/pr-news/deloitte-shows-covid-accelerate-digital-transformation>
- William J Schroer. (2021). *Generations X, Y, Z and the Others*. Retrieved from <http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/>



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

แบบสอบถามเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลระดับความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาและวิจัยในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลด้านความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน จากกรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 เปรียบเทียบระหว่าง Generation Y และ Z ในเขตกรุงเทพมหานครฯ”

2. ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและครบถ้วน เพื่อให้ผลวิจัยนี้สมบูรณ์ตามความมุ่งหมายของงานวิจัย ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บรักษาความลับอย่างเคร่งครัด และไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนในกรณีใด ๆ ทั้งสิ้น และการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1: แบบคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์

ตอนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของมาส โลว์

ตอนที่ 5: แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและแรงจูงใจ

ตอนที่ 1: แบบคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening)

กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- 1.1 ท่านมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18 - 45 ปีใช่หรือไม่
 [.....] กลุ่มคน Generation Y (อายุระหว่าง 28 - 45 ปี)
 [.....] กลุ่มคน Generation Z (อายุระหว่าง 18 - 27 ปี)
 [.....] ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
- 1.2 ท่านทำงานประจำในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครใช่หรือไม่
 [.....] ใช่ [.....] ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
- 1.3 ในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 องค์กรที่ท่านทำงานประจำอยู่มีการปรับใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลใช่หรือไม่
 [.....] ใช่ [.....] ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ตอนที่ 2: ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

- 2.1 เพศ
 [.....] ชาย [.....] หญิง [.....] เพศทางเลือก
- 2.2 อายุ ปี
- 2.3 ระดับการศึกษา
 [.....] ต่ำกว่าปริญญาตรี [.....] ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 [.....] ปริญญาโท [.....] ปริญญาเอก
- 2.4 ระดับอาชีพ
 [.....] ระดับปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่ / พนักงาน)
 [.....] ระดับบังคับบัญชา (หัวหน้างาน / ซุปเปอร์ไวเซอร์)
 [.....] ผู้บริหารระดับกลาง (ผู้จัดการส่วน / ผู้จัดการแผนก)
 [.....] ผู้บริหารสูงสุดของสายงาน (ผู้จัดการฝ่าย)
 [.....] ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ประธานบริษัทฯ / ประธานกรรมการบริหาร)

2.5 ลักษณะงาน (แผนก)

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------------|
| [.....] งานด้านบัญชี / การเงิน | [.....] งานด้านทรัพยากรบุคคล |
| [.....] งานด้านการตลาด / พนักงานขาย | [.....] งานด้านสื่อสาร / ประชาสัมพันธ์ |
| [.....] งานด้านการผลิต / การบริการ | [.....] งานด้านการวางแผนกลยุทธ์ |
| [.....] งานด้านบริหารทั่วไป | [.....] งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| [.....] อื่น ๆ โปรดระบุ | |

2.6 ประสบการณ์ทำงาน

- [.....] ต่ำกว่า 1 ปี
- [.....] 1 - 5 ปี
- [.....] 6 - 10 ปี
- [.....] มากกว่า 10 ปี

ตอนที่ 3: ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction)

กรุณาเลือกความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

(1 เห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 เห็นด้วยน้อย, 3 เห็นด้วยปานกลาง, 4 เห็นด้วยมาก, 5 เห็นด้วยมากที่สุด)

ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
สวัสดิการ (Fringe Benefits)					
3.1 สวัสดิการที่ท่านได้รับดีเท่าเทียมองค์กรอื่น					
3.2 ท่านรู้สึกไม่พอใจกับสวัสดิการที่ได้รับ					
3.3 ท่านคิดว่าสวัสดิการที่ได้รับเป็นธรรมกับทุกคน					
3.4 ยังขาดสวัสดิการบางอย่างที่ท่านยังไม่ได้รับและที่ควรจะมี					
3.5 ท่านได้รับสวัสดิการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ					
ระเบียบข้อบังคับในการทำงาน (Operating Procedures)					
3.6 กฎเกณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ขัดขวางการที่จะทำงานให้ดี					
3.7 กฎระเบียบที่ยุงยากขัดขวางความพยายามในการทำงานให้ดี					
3.8 กฎระเบียบขององค์กรมีความยุติธรรม					
3.9 ท่านต้องทำงานเอกสารมากมายเกินไป					
3.10 องค์กรของท่านมีกฎระเบียบปฏิบัติที่เป็นแนวทางในการทำงาน					

ด้านองค์ประกอบความพึงพอใจของสเปกเตอร์ (Spector's Job Satisfaction)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ลักษณะงาน (Nature of Work)					
3.11 ท่านชอบงานที่ทำอยู่					
3.12 ท่านได้ทำงานในสิ่งที่ตนเองชอบ					
3.13 ท่านรู้สึกภูมิใจในงานที่ทำ					
3.14 ท่านได้ทำงานที่สนุก					
3.15 บางครั้งท่านรู้สึกว่างานของท่านไม่มีความหมาย					
การสื่อสารในองค์กร (Communication)					
3.16 การสื่อสารภายในองค์กรของท่านเป็นไปด้วยดี					
3.17 การสื่อสารภายในองค์กรของท่านมีความทั่วถึง					
3.18 บ่อยครั้งที่ท่านไม่รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้นในองค์กร					
3.19 ไม่ได้มีการอธิบายงานที่ได้รับมอบหมายให้ชัดเจน					
3.20 เป้าหมายขององค์กรนี้ไม่ชัดเจน					

ตอนที่ 4: ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)

กรุณาเลือกความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

(1 เห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 เห็นด้วยน้อย, 3 เห็นด้วยปานกลาง, 4 เห็นด้วยมาก, 5 เห็นด้วยมากที่สุด)

ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)					
4.1 ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร					
4.2 ท่านรู้สึกพอใจกับปริมาณงานของท่าน หลังจากที่ท่านใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
4.3 ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร					
4.4 ท่านรู้สึกพอใจกับเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ท่านในหลาย ๆ ด้าน					
4.5 ท่านรู้สึกพอใจกับคุณภาพของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายใน องค์กร					

ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)					
4.6 ท่านรู้สึกพึงพอใจกับความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ที่ใช้งานภายในองค์กรของท่าน					
4.7 ท่านรู้สึกพึงพอใจกับความเสถียรในการเชื่อมต่อกับองค์กรของท่าน เมื่อท่านทำงานข้างนอกองค์กร					
4.8 ท่านพึงพอใจกับความมั่นคงในหน้าที่การงานของท่าน เมื่อใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
4.9 ท่านรู้สึกปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ ของท่าน เมื่อท่านทำงานผ่านระบบขององค์กร					
4.10 ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอันตรายที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging)					
4.11 ท่านรู้สึกพอใจกับคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
4.12 ท่านรู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเจ้านายเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร					
4.13 ท่านรู้สึกพอใจกับการให้ความสนับสนุนของเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร					
4.14 ท่านรู้สึกพอใจกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างแผนกของท่าน และแผนกอื่น ๆ ในขณะที่ประชุมออนไลน์					
4.15 ท่านรู้สึกดีกับทีมของท่านในขณะที่ใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กร					
ความเคารพนับถือ (Esteem)					
4.16 ท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานมากมาย อันเกี่ยวเนื่องมาจากการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน					
4.17 คนในองค์กรต่างให้เกียรติท่าน เนื่องจากความคล่องแคล่วในการใช้งานเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน					

ด้านความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
4.18 การที่คนในองค์กรให้เกียรติท่านอันเนื่องมาจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ทำให้ท่านเกิดความเคารพในตัวเองมากยิ่งขึ้น					
4.19 ท่านรู้สึกเป็นตัวของตัวเองทุกครั้ง เมื่อได้ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
4.20 ท่านมีความมั่นใจในตัวเองทุกครั้งในขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization)					
4.21 เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน ช่วยเติมเต็มตัวท่านได้เป็นอย่างดี เพื่อให้งานบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งใจไว้					
4.22 เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรช่วยเติมเต็มความรู้สึกรารถานที่จะทำงานของท่านให้เพิ่มขึ้น					
4.23 ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ช่วยให้ท่านสามารถใช้ชีวิตทั้งในและนอกเวลางานได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ					
4.24 ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร ช่วยทำให้ท่านได้ใช้ชีวิตในแบบที่ท่านต้องการ					
4.25 ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ภายในองค์กรของท่าน ทำให้ท่านรู้สึกสบายใจกับทุกบุคลิกภาพและอิริยาบถระหว่างการทำงานของท่าน					

ตอนที่ 5: ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation)

กรุณาเลือกความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุด

(1 เห็นด้วยน้อยที่สุด, 2 เห็นด้วยน้อย, 3 เห็นด้วยปานกลาง, 4 เห็นด้วยมาก, 5 เห็นด้วยมากที่สุด)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) และแรงจูงใจ (Motivation)	ความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความพึงพอใจ (Satisfaction)					
5.1 ท่านพอใจกับประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีขององค์กร					
5.2 ท่านพอใจกับเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กรเกี่ยวกับแนวทางของเทคโนโลยีที่จะทำในอนาคต					
5.3 ท่านอยากจะแนะนำองค์กรของท่านให้เป็นสถานที่ทำงานที่ดีสำหรับเทคโนโลยีขั้นสูง					
5.4 เทคโนโลยีขององค์กรเป็นเครื่องมือที่ยอดเยี่ยมสำหรับท่านในขณะที่ทำงาน					
5.5 เทคโนโลยีขององค์กรของท่านทำให้ชีวิตของท่านง่ายมากจนท่านอยากทำงานทุกวัน					
แรงจูงใจ (Motivation)					
5.6 ท่านมีแรงจูงใจในการทำงานขณะที่ใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
5.7 ท่านมีแรงจูงใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ จากใช้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กร					
5.8 ท่านต้องการที่จะปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จโดยไม่มีงานค้าง					
5.9 ท่านต้องการที่จะปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามกำหนดระยะเวลา					
5.10 ท่านมีแรงจูงใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อพัฒนาการทำงาน					