ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

วีรยา แตงอ่อน

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565

วีรยา แตงอ่อน

นางสาววีรยา แตงอ่อน

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ธนานุศักดิ์, Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิชิตา รักธรรม, Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล, Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้วอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข ตลอดจนชี้แนะแนวทาง เพื่อให้สารนิพนธ์ครั้งนี้มีความถูกต้อง ครบถ้วน ของข้อมูลสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้เขียนตำรา เอกสาร บทความต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศที่ได้ศึกษา ค้นคว้า และอ้างอิงเพื่อดำเนินการในสารนิพนธ์นี้ รวมถึงขอขอบคุณครอบครัว และรุ่นพี่ทุกคน ที่ให้กำลังใจเพื่อให้ผู้วิจัยได้ทุ่มเท และมุ่งมั่น จนการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จ

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากก็น้อยต่อ ผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) ต่อไป

วีรยา แตงอ่อน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

FACTORS INFLUENCING ORGANIZATIONAL ENGAGEMENT OF GENERATION Y EMPLOYEES IN AREE AREA, BANGKOK DURING WORK AT HOME

วีรยา แตงอ่อน 6350806

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตฤณ ธนานุศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D.), Pearson's correlation Coefficient และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และด้านการสื่อสารของหัวหน้างานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

คำสำคัญ: ความผูกพันองค์กร/ เจนเนอเรชั่น Y / การทำงานที่บ้าน / Work from home

73 หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญตาราง		**ง**
สารบัญรูปภาพ		**ซ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 คำถามการวิจัย	3
	1.3 จุดมุ่งหมายการศึกษาค้นคว้า	3
	1.4 ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า	3
	1.5 กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้า	4
	1.6 สมมติฐานการศึกษาค้นคว้า	4
	1.7 ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า	5
	1.8 คำจำกัดความ	5
บทที่ 2	**ทบทวนวรรณกรรม**	**6**
	2.1 Engagement	6
	2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Work from home	10
	2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Y	12
	2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3	**วิธีการวิจัย**	**23**
	3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	23
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
	3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
	3.4 สำรวจและจัดเก็บ	25

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 4	**ผลการวิจัย**	**26**
	4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล	26
	4.2 Factors Influencing Organization Engagement	28
	4.3 Engagement	30
	4.4 Hypothesis Testing	32
บทที่ 5	**สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	**35**
	5.1 สรุป	35
	5.2 อภิปรายผล	36
	5.3 ข้อเสนอแนะ	38
บรรณานุกรม		**40**
ภาคผนวก		**47**
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	48
	ภาคผนวก ข หนังสือขอจริยธรรม	55
	ภาคผนวก ค ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น	59
ประวัติผู้วิจัย		**73**

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	Review of Related Literatures	14
3.1	Cronbach's Alpha (N = 30)	25
4.1	จำนวนและค่าร้อยละของ Personal Factors	26
4.2	พารามิเตอร์ของ Factors Influencing Organization Engagement	28
4.3	พารามิเตอร์ของ WFH_progress	28
4.4	พารามิเตอร์ของ WFH_balance	29
4.5	พารามิเตอร์ของ WFH_teamwork	29
4.6	พารามิเตอร์ของ WFH_communication	30
4.7	พารามิเตอร์ของ Egagement	30
4.8	พารามิเตอร์ของ Egagement_target	31
4.9	พารามิเตอร์ของ Egagement_dedication	31
4.10	พารามิเตอร์ของ Egagement_member	32
4.11	Cronbach's Alpha (N= 400	32
4.12	Relationship Between Variables	33
4.13	การพยากรณ์ Engagement	33
4.14	การวิเคราะห์ Multiple regression of Factors Influencing Organizational Engagement	33

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้า	4
4.1	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร	61

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

"COVID-19" โรคระบาดนี้ได้ก่อให้เกิดการหยุดชะงักของระบบการศึกษาครั้งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ของมนุษย์ ปะทะต่อพลเมืองเกือบ 1.6 พันล้านคนในกว่า 200 ประเทศ การปิดโรงเรียน สถาบัน และพื้นที่การเรียนรู้อื่น ๆ ได้ปรวนแปรอย่างมหาศาลกับชีวิตความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็น Social Distancing Policy และการเคลื่อนไหวที่เข้มงวดได้รบกวนแนวทางการทำงานแบบดั้งเดิมอย่างมาก (Bonacini, 2021: 303) ในช่วงสั้น ๆ ของการระบาดใหญ่ของ COVID-19 นักวิจัยหลายคนได้แบ่งปันรูปแบบด้านการทำงานในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากสถานที่ทำงานหลายแห่งได้ยุติการทำงานลง เพราะมีความกลัวที่จะติดเชื้อและเกิดการสูญเสียในอนาคตอันใกล้ ความต้องการของชั่วโมงคือการคิดค้นและใช้ระบบการทำงานทางเลือกที่ COVID-19 แพร่กระจาย ไม่เว้นแม้แต่การประกอบธุรกิจการงาน แม้กระทั่งการ Social Distancing ที่ถูกนำมาใช้อย่างเข้มงวดมากขึ้น (ทนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, 2563: 376)

การระบาดใหญ่ของ COVID-19 เดือนธันวาคม 2019 ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ประเทศทั่วโลกเตือนประชาชนให้ดูแลตอบสนองกลยุทธ์ด้านการดูแลสาธารณะ ได้แก่ Hand Hygiene, Wearing a Mask, Spacing และการหลีกเลี่ยงการชุมนุมและการชุมนุม กลยุทธ์การล็อกดาวน์และการอยู่บ้านถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโรค (Bick, 2020: 1) สอดคล้องกับการศึกษาของ Galanti (2021: 427) ที่พบว่าการระบาดของ COVID-19 ทำให้ WFH เป็นวิธีการใหม่ในการทำงานให้กับพนักงานหลายล้านคนในสหภาพยุโรปและทั่วโลก เนื่องจากการระบาดใหญ่ คนงานและนายจ้างจำนวนมากจึงต้องเปลี่ยนไปทำงานทางไกลเป็นครั้งแรกแบบกะทันหันและไม่ต้องเตรียมการใด ๆ การประมาณการเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่าจากการระบาดใหญ่ดังกล่าว ทำให้ชาวยุโรปส่วนใหญ่ กว่าร้อยละ 50 เลือกวิธีการทำงานแบบ WFH ทั้งนี้ คาดว่าพนักงานและองค์กรจำนวนมากอาจเลือกใช้ WFH แม้หลังการระบาดใหญ่จบลง

นอกจากองค์กรยังต้องปรับตัวต่อสถานการณ์ดังกล่าวแล้ว การวิจัยล่าสุดในสาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (SHRM) ได้สำรวจเนื้อหาและผลกระทบของกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลในองค์กร งานวิจัยนี้ได้ตรวจสอบทั้งผลกระทบของแนวทางปฏิบัติ

ด้านทรัพยากรบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ของบริษัท เช่น ค่าตอบแทน การเลือกพนักงาน และผลกระทบของชุดแนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคลต่อผลการปฏิบัติงานของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรส่วนใหญ่ขององค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มพนักงาน Generation Yโดยที่ในช่วงอายุนี้เป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในองค์กรปัจจุบัน และเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสามารถ ทำงานได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยี แต่กลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะลาออกไปจากองค์กรเป็นจำนวนมากเช่นกัน (กฤติน กุลเพ็ง, 2560: 2) นอกจากนั้น มีรายงานว่าพนักงาน Generation Y ต้องการคำติชมทันทีเกี่ยวกับประสิทธิภาพและการรับรู้ถึงผลงานของพวกเขาในเวลาที่เหมาะสม ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย คือ ความจำเป็นในการเรียนรู้และพัฒนา พวกเขาให้ความสำคัญกับโอกาสการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่เสนอโดยองค์กรเพื่อประเมินข้อเสนอการจ้างงาน ดังนั้น พนักงาน Generation Y จึงต้องการยกระดับความรู้และความสามารถอย่างต่อเนื่องเพื่อให้อยู่ในตลาดได้ในตลาดที่มีความสามารถ ดังนั้น พวกเขาจึงกระโดดงานเพื่อค้นหาโอกาสก้าวหน้าที่ดีกว่า อีกทั้งยังพบว่าพนักงาน Generation Y เกือบหนึ่งในสามกำลังวางแผนที่จะออกจากนายจ้างและมองหาโอกาสทางอาชีพใหม่ (สุธินี ฤกษ์ขำ, 2563: 12-13) และยิ่งมาเกิด COVID-19 จะยิ่งทำให้ฝ่ายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรต่าง ๆ เริ่มมองว่าทรัพยากรบุคคลเป็นพันธมิตรที่มีศักยภาพ ซึ่งควรมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของบริษัท จึงจำเป็นต้องการจัดหาและจูงใจทรัพยากรบุคคลของบริษัทเป็นหลัก

อารีย์ (Ari) นับเป็นย่านที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งความเจริญเหล่านี้ได้ดึงดูดให้ผู้คนให้ความสนใจย่านนี้มากขึ้น โดยเฉพาะในโซนถนนพหลโยธิน เขตพญาไท เนื่องจากเป็นที่ตั้งของหน่วยงานราชการสำคัญ อาทิ สำนักงานสรรพากรเขต 4 (Revenue office 4) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ministry of Natural Resources and Environment) กรมประชาสัมพันธ์ (Public Relations Department) กระทรวงการคลัง (Ministry of Finance) สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (Office of the Auditor General) สำหรับสำนักงานเอกชนที่สำคัญ เช่น อาคารสำนักงานสำคัญ สหกรณ์พระนคร (Phra Nakhon Cooperative) อาคารปิยวรรณ (Piyawan Building) อาคารพหลโยธินเพลส อาคารชินวัตรทาวเวอร์1-2 Pearl Bangkok Ari Hills และ SC Tower เป็นต้น จึงทำให้ย่านนี้เป็นอีกย่านที่มีคนทำงานจำนวนไม่น้อย องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการพนักงาน Generation Y ในทางกลับกัน การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญไม่ได้ขึ้นอยู่กับมาตรฐานทางวิชาชีพและทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว ต้องมีการสร้างการประเมินประสิทธิภาพของนโยบายและแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคล ก่อให้เกิดความพึงพอใจ นำไปสู่การคงอยู่ในองค์กรและมีผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่ดีขึ้น เพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดของการพัฒนาความมุ่งมั่น และการรักษาพนักงานเจเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วง WFH

1.2 การตั้งคำถามวิจัย

1. ปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อ Engagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ช่วงที่ WFH

2. วิธีการโดยตรงหรือโดยอ้อมในการเพิ่ม Engagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ช่วงที่ WFH ควรเป็นแบบใด

1.3 จุดมุ่งหมายการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ Engagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ช่วงที่ WFH

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่ม Engagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ช่วงที่ WFH

1.4 ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า

ด้านประชากร

ประชากร (population) คือ พนักงาน Generation Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

ด้านตัวแปร

1. ตัวแปรต้น

   1.1 WFH_progress

   1.2 WFH_balance

   1.3 WFH_teamwork

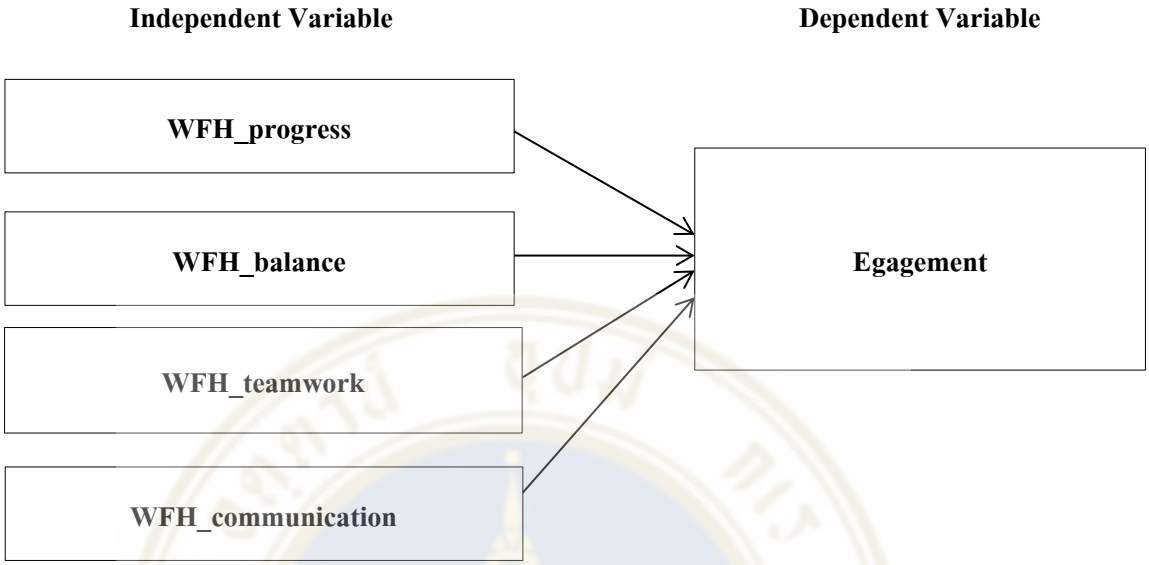
   1.4 WFH_communication

2. ตัวแปรตาม คือ Engagement

ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม 2565

1.5 กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้า



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้า

1.6 สมมติฐานการศึกษาค้นคว้า

H1: WFH_progress มี Positive Influence ต่อ Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

H2: WFH_balance มี Positive Influence ต่อ Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

H3: WFH_teamwork มี Positive Influence ต่อ Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

H4: WFH_communication มี Positive Influence ต่อ Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

1.7 ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

2. ทราบถึงแนวทางในการเพิ่ม Egagement ของพนง. GenY ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

1.8 คำจำกัดความ

WFH หมายถึง งานที่มีการใช้แพลตฟอร์มเพื่อให้แน่ใจว่าประสิทธิภาพของพนักงานยังคงไม่เปลี่ยนแปลง และพนักงานได้รับการคาดหวังให้ทำงานจากที่บ้านด้วยกฎเกณฑ์และข้อบังคับที่แตกต่างกันออกไปซึ่งเหมาะสมกับองค์กร

เจนวาย หมายถึง การรวมกันของเป้าหมาย 23-42 ปี มีความทะเยอทะยานและแสวงหาความสำเร็จในทันทีในทุกความพยายาม (จิดานันท์ เหลืองเพียรสมุท, 2562: 11)

WFH_progress หมายถึง วิธีที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานเพิ่มขึ้น

WFH_balance หมายถึง แนวทางพนักงานมีจุดมุ่งหมายที่พอดีและชีวิต

WFH_teamwork หมายถึง ทีมเวิร์คมีความเกี่ยวเนื่องกันในทางใดทางหนึ่ง สนับสนุนเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน แต่ละงานคือชิ้นส่วนที่เป็นจิ๊กซอว์เติมเต็มให้แก่งานชิ้นเดียวกัน

WFH_communication หมายถึง วิธีการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาในการสื่อสารกับสมาชิกในทีม

Egagement หมายถึง พนักงานมีจิตสำนึกที่ดีในองค์กรและแสดงพฤติกรรมที่เป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร หน้าที่ และส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 Engagement

2.2 WFH

2.3 Generation Y

2.4 Related Research

2.1 Engagement

ความมุ่งมั่นขององค์กรแสดงถึง Engagement ของพนักงานที่มีต่อองค์กรในแง่ของอารมณ์ ทัศนคติ และพฤติกรรม เป็นการเชื่อมโยงทางจิตวิทยาระหว่างพนักงานกับองค์กร ซึ่งช่วยลดโอกาสที่พนักงานจะเลิกจ้างได้ โดยแนวความคิดเกี่ยวกับ Engagement เกี่ยวข้องกับสามองค์ประกอบหลัก คือ ความเชื่ออันทรงพลังและการทำให้เป้าหมายขององค์กรอยู่ภายในความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามที่สำคัญสำหรับองค์กร และความปรารถนาที่ชัดเจนที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

2.1.1 ความหมายของ Engagement

Khan (2018: 29) นิยามว่า Engagement เป็นทัศนคติที่แสดงออกผ่านความภักดีของพนักงานต่อองค์กร เป็นตัวกำหนดความพยายามและประสิทธิภาพของพนักงาน

Ramdhani (2017: 827) กล่าวว่า Engagement หมายถึง รูปแบบพฤติกรรมที่เป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติของพนักงานเกี่ยวกับสถานการณ์หรือดุลยพินิจและพฤติกรรมของบุคคลในทางกลับกัน Engagement เกิดขึ้นจากทัศนคติทั่วไปที่ใช้เพื่ออธิบายลักษณะความสัมพันธ์ของพนักงานกับองค์กร

Levillain (2019: 2) กล่าวว่า Engagement เป็นความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กร ด้วยความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องของพนักงานและความปรารถนาที่จะรักษาสมาชิกภาพขององค์กรไว้

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2560: 5) กล่าวว่า Engagement เป็นความมุ่งมั่นต่อหัวหน้างานที่ถูกกำหนดให้เป็นความผูกพันทางจิตวิทยาของพนักงานที่มีต่อหัวหน้างาน และเกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมและทัศนคติของหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน

เลิศชัย สุธรรมานนท์ (2560: 4) กล่าวว่า Engagement เป็นความสัมพันธ์ที่จะแสดงออกถึงความทุ่มเทให้กับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานของตนอย่างมาก ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่จริงใจและมิตรภาพที่แน่นแฟ้น พวกเขาชอบทำงานในสภาพแวดล้อมที่รายล้อมไปด้วยผู้คนที่สามารถแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันและให้ความร่วมมือ

ปาณิสรา จรัสวิญญู (2560: 7) กล่าวว่า Engagement คือ การที่บุคคลมีความรู้สึกความภักดีระหว่างองค์กร และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (เช่น ผู้บัญชาการและเพื่อนร่วมงาน)

สกล บุญสิน (2560: 13) กล่าวว่า Engagement หมายถึง ระดับความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากในนามขององค์กร และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสมาชิกภาพในองค์กร และความเชื่อที่แข็งแกร่งในค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร

วิฑูรย์ ภูริปัญญวานิช (2561: 6-7) ให้นิยาม Engagement ว่าเป็นการมีส่วนร่วม คือ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและประสิทธิภาพของบทบาทของตนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ซึ่งความสัมพันธ์กับองค์กรประกอบด้วยความเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร การระบุตัวตนคือการแสดงออกถึงเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร แรงงาน ผูกพันกับองค์กรโดยปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่และภักดีต่อความรู้สึกรักและผูกพันต่อองค์กร

รัตติกาญจน์ ภูษิต (2564: 10) ได้ให้ความหมายของ Engagement เป็นสิ่งที่แสดงออกซึ่งสัมพันธภาพระหว่างบุคคลกับองค์กร ยิ่งบุคคลมี Engagement สูงขึ้นมากเท่าไร แนวโน้มที่จะลาออกหรือทิ้งองค์กรไปก็ลดน้อยลงไปเท่านั้น โดยมีแนวความคิดว่า Engagement นั้น ประกอบด้วยมิติแรก คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กรนั้น และความผูกพันหรือรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรต่อไป

สรุปได้ว่า Engagement หมายถึง ลักษณะทางการพูด ทางความคิด ทางการแสดงออกทางพฤติกรรม ความจงรักภักดีที่จะคงอยู่ ความภาคภูมิใจ และเป็นส่วนหนึ่งในองค์การ

2.1.2 The importance of Corporate Engagement

Engagement เป็นระดับที่พนักงานระบุกับองค์กรและต้องการมีส่วนร่วมอย่าง แข็งขัน เป็นหัวข้อที่น่าสนใจในสาขาบริหารทรัพยากรบุคคลและพฤติกรรมองค์กร (Khan, 2018: 31) ความสนใจในหัวข้อนี้เกิดจากการที่ความมุ่งมั่นของพนักงาน โดยไม่สนใจว่ามันจะทำให้มีภาระ

ความรับผิดชอบ เหนื่อยมากขึ้น (Ramdhani, 2017: 828) โอกาสน้อยที่บุคคลนั้นจะถูกเลิกจ้าง กล่าวคือยังอยากอยู่ต่อ (กฤติน กุลเพ็ง, 2560: 8)

ผลจากความสำคัญของความมุ่งมั่นในองค์กร ทำให้การศึกษาหลายชิ้นได้พยายามค้นหาสาเหตุก่อน อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมองค์กรได้รับการสอบสวนเชิงประจักษ์ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ (Khan, 2018: 30) ในบรรดาปัจจัยก่อนหน้าที่เป็นไปได้ของ Engagement และถูกมองว่าเป็นจุดแข็งทางจิตวิทยาของ Engagement และการมีส่วนร่วมกับองค์กร (Ramdhani, 2017: 828) ความมุ่งมั่นมีความสัมพันธ์กับความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งช่วยให้พนักงานเข้าใจเป้าหมายขององค์กร (Levillain, 2019: 1) และในขณะที่พวกเขาทำงานไปสู่เป้าหมายขององค์กร ระดับของความมุ่งมั่นจึงเพิ่มขึ้น (เจษฎา นกน้อย, 2560: 21)

ความมุ่งมั่นด้านพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่พนักงานกลายเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเฉพาะ (Khan, 2018: 29) และพฤติกรรมที่เหมาะสมโดยพนักงาน (Levillain, 2019: 2) ขอบเขตที่พนักงานและองค์กรมีเป้าหมายและค่านิยมเดียวกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2561: 19) การที่พนักงานที่มีส่วนร่วมในงานและมุ่งมั่นในองค์กรทำให้บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ (เจษฎา นกน้อย, 2560: 23) รวมถึงผลผลิตที่สูงขึ้นและลดลงการหมุนเวียนของพนักงาน ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่องค์กรทุกขนาดและทุกประเภทได้ลงทุนอย่างมากในนโยบายและแนวปฏิบัติที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและ Engagement ในทีมงานของตน (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562: 35)

แนวคิดในการเสริมสร้าง Engagement แม้ว่าองค์กรต่าง ๆ จะกำหนดการมีส่วนร่วมต่างกัน แต่ก็มีประเด็นทั่วไปบางประการเกิดขึ้น (วรรณวนัช ดวงภมร, 2562: 2) ประเด็นเหล่านี้รวมถึงความพึงพอใจของพนักงานต่องานและความภาคภูมิใจในนายจ้าง (Khan, 2018: 29) ขอบเขตที่ผู้คนเพลิดเพลินและเชื่อในสิ่งที่พวกเขาทำเพื่อการทำงาน (Ramdhani, 2017: 828) และการรับรู้ว่านายจ้างของพวกเขาให้ความสำคัญกับองค์กร (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562: 36) โดยยิ่งพนักงานมีส่วนร่วมมากเท่าไหร่ ก็ยิ่งมีโอกาสมากขึ้นที่เขาก้าวไปอีกขั้น (สุธินี ฤกษ์ขำ, 2563: 4) และส่งมอบผลงานที่ยอดเยี่ยมในหน้าที่การงาน (Levillain, 2019: 4) นอกจากนี้ พนักงานที่มีส่วนร่วมอาจมีแนวโน้มที่จะให้คำมั่นว่าจะอยู่กับองค์กรปัจจุบันมากกว่า (Khan, 2018: 31)

เห็นได้ชัดว่า Engagement ช่วยให้แนวทางในการทำความเข้าใจและวัดผล Engagement และสำหรับการออกแบบและดำเนินการตามความคิดริเริ่มด้านการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิผล (สุธินี ฤกษ์ขำ, 2563: 4)

จะเห็นได้ว่า โลกของการทำงาน ลูกจ้าง และนายจ้างมักจะทำข้อตกลงโดยปริยาย (Su, 2019: 474) เพื่อแลกกับความผูกพันของคนงาน (Omar, 2020: 1204) องค์กรควรจัดให้มีรูปแบบ

ที่มีคุณค่าสำหรับพนักงาน เช่น งานที่มั่นคงและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ส่งผลต่อความเข้มข้นของความมุ่งมั่น เมื่อนิติบุคคลหรือบุคคลที่มีคนให้คำมั่นสัญญาล้มเหลวในการแลกเปลี่ยนที่คาดหวัง คำมั่นสัญญาจะลดน้อยลง

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อ Engagement

การศึกษาพบความสัมพันธ์ที่สำคัญและเป็นบวกระหว่างการมีส่วนร่วมและ Engagement (กฤติน กุลเพ็ง, 2560: 8) หมายความว่าพนักงานมีความมุ่งมั่นต่อองค์กรเมื่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Ramdhani, 2017: 827) ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับองค์กรในปัจจุบัน ได้แก่ การเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานการทำงานเป็นทีม (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562: 35) และการพัฒนาพนักงาน (Omar, 2020: 1204) สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้จัดการและพนักงานมี Engagement ในการทำงานมากขึ้น (กฤติน กุลเพ็ง, 2560: 8) และรู้สึกว่าพวกเขาเป็นเจ้าของส่วนหนึ่งขององค์กร (Su, 2019: 473)

พนักงานทุกระดับรู้สึกว่าอย่างน้อยพวกเขามีข้อมูลบางอย่าง ในการตัดสินใจที่จะส่งผลต่องานเชื่อมต่อโดยตรงกับเป้าหมายขององค์กร (Simon, 2020: 1) ไม่มีความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างความสม่ำเสมอและความมุ่งมั่น (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562: 36) เท่าที่องค์กรพยายามรักษาวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง (Ramdhani, 2017: 827) โดยมีความสม่ำเสมอสูง ประสานงานดีและบูรณาการอย่างดี สิ่งนี้ไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ (Omar, 2020: 1204) ในระดับของ Engagement พนักงานชอบที่จะได้รับอิสระในการทำงานแทนที่จะถูกบังคับให้ทำอย่างเข้มงวด ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญขององค์กรในปัจจุบันคือความยืดหยุ่นมากกว่าความสม่ำเสมอ (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562: 35) ในขณะที่องค์กรจำเป็นต้องรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง พวกเขาจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่น (วรรณวนัช ดวงภมร, 2562: 2)

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถในการปรับตัวและEngagement ได้รับการจัดตั้งขึ้นอย่างดี (Mahmoud, 2018: 18) ความสามารถในการปรับตัวคาดการณ์ความมุ่งมั่นของพนักงานมากกว่าตัวแปรทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ขององค์กร (สกล บุญสิน, 2560: 8) พนักงานมีความมุ่งมั่นมากขึ้นในองค์กรที่ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (Ramdhani, 2017: 827) อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างพันธกิจและความมุ่งมั่น (วรรณวนัช ดวงภมร, 2562: 2) หมายความว่าการระบุตัวพนักงานโดยมีวัตถุประสงค์ ภารกิจและเป้าหมายขององค์กรไม่ก่อให้เกิด Engagement (Omar, 2020: 1204)

องค์กรส่วนใหญ่ไม่ได้กำหนดภารกิจขององค์กรให้ชัดเจน (Mahmoud, 2018: 18) ซึ่งทำให้พนักงานไม่รู้ทิศทางในอนาคตขององค์กร (Omar, 2020: 1204) จำเป็นต้องมีการอภิปราย

ถึงอิทธิพลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่อตัวแปรการศึกษา (สกล บุญสิน, 2560: 7) ในขณะที่อิทธิพลไม่มาก (Ramdhani, 2017: 827) ประเด็นที่โดดเด่น คือ ความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างสถานภาพสมรสและEngagement ที่แต่งงานแล้ว มีความผูกพันในองค์กรมากขึ้น (Khan, 2018: 29) เนื่องจากความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัว (สกล บุญสิน, 2560: 9) เป็นผลให้พวกเขามีความมุ่งมั่นที่ทำเพื่อองค์กรมากขึ้น ไม่จำเป็นต้องเพราะรักองค์กร แต่เพราะต้องการหารายได้เลี้ยงครอบครัว (นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์, 2564: 45)

Engagement ในการตัดสินใจตลอดจนความสามารถขององค์กรในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ ส่งผลในเชิงบวกต่อ Engagement (ปาณิสรา จรัสวิญญู, 2560: 28) จึงสรุปได้ว่าในขณะที่วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญในการปรับปรุงระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน (Khan, 2018: 29) แต่อาจไม่ใช่ทุกมาตรการทางวัฒนธรรมขององค์กรที่มีผลกระทบต่อ Engagement (Simon, 2020: 2)

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ Engagement ข้างต้นจะช่วยให้พนักงานปรับตัวในสภาพแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้ระดับ Engagement ของพวกเขาดีขึ้น นอกจากนี้ผู้บริหารองค์กรควรส่งเสริมความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานในองค์กร สิ่งนี้จะทำให้งานมีความท้าทายมากขึ้นสำหรับพนักงาน เนื่องจากจะช่วยเพิ่ม Engagement ของพนักงานในองค์กร

2.1.4 องค์ประกอบของ Engagement

Engagement ต่อองค์กร อาจเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากบุคคล (นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์, 2564: 45) และการมีส่วนร่วมในองค์กร (Omar, 2020: 1204) และมีลักษณะการกระทำที่สามารถแบ่งได้ 3 องค์ประกอบ คือ 1) Confidence, Acceptance of The Goals and Values of The Organization 2) Willingness to Make Efforts For The Benefit of The Organization และ 3) Desire to Maintain Corporate Membership

Engagement แบ่งเป็น 5 แนวการปฏิบัติ คือ 1) Lavish 2) Dignity 3) Reluctance to Quit 4) Loyalty และ 5) Forfeit (Mahmoud, 2018: 18; สุธินี ฤกษ์ขำ, 2563: 9)

สรุปแล้ว Engagement นั้นกินความหมายลึกซึ้งมาก มันไม่ใช่แค่เพียงอยากอยู่กับองค์กรเท่านั้น มันยังหมายความรวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านผลงานให้เกิดขึ้นกับองค์กรด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Work from home

ในเดือนธันวาคม 2019 ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เรียกว่า coronavirus 2 (SARS-CoV-2) กลุ่มอาการทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง มีรายงานว่ามีภาวะแทรกซ้อนรุนแรงเกิดขึ้นใน 33% ของผู้ป่วยที่ติดเชื้อ COVID-19 และรวมถึงกลุ่มอาการหายใจลำบากเฉียบพลัน ภาวะไตวายเฉียบพลัน การบาดเจ็บทางเดินหายใจเฉียบพลัน ภาวะติดเชื้อในกระแสเลือด และโรคปอดบวมรุนแรง ปัจจุบันยังไม่มีการรักษาที่เฉพาะเจาะจงหรือวัคซีนป้องกัน COVID-19 ที่ได้รับการอนุมัติ และการทดลองทางคลินิกจำนวนมากกำลังศึกษายาที่มีศักยภาพในการรักษาภาวะภูมิคุ้มกันบกพร่องของผู้ป่วยมะเร็งบางราย (ไม่ว่าจะเกิดจากตัวโรคเองหรือจากการรักษา) จะเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อเมื่อเทียบกับประชากรทั่วไป การทบทวนสั้น ๆ มุ่งเน้นไปที่ผลกระทบของ COVID-19 ต่อผู้ป่วยและหารือเกี่ยวกับทางเลือกในการจัดการและข้อเสนอแนะ นอกเหนือจากการเน้นย้ำถึงแนวทางและทรัพยากรทางคลินิกที่มีอยู่ในปัจจุบัน รัฐและท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศได้ใช้มาตรการ “social distancing” การปิดธุรกิจ และการออกคำสั่งให้อยู่แต่ในบ้าน คนงานจำนวนมากกำลังทำงานจากระยะไกล แม้ว่าการทำงานทางไกลจะเพิ่มสูงขึ้นก่อนเกิดการระบาดใหญ่ แต่ตอนนี้เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีคนทำงานที่บ้านมากขึ้นทุกครั้งที่ทำได้ ถึงแม้ว่าคำสั่งให้อยู่แต่บ้านจะผ่อนคลายลง คนงานจำนวนมากก็อาจทำงานที่บ้านต่อไปจนกว่าโรคระบาดจะสงบลงอย่างสมบูรณ์ (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 1-2)

ในสภาพแวดล้อมระดับโลก หลายองค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ ในการบรรลุความยั่งยืนและความสำเร็จ โดยเฉพาะจากเหตุไม่คาดฝันการแพร่กระจายของ COVID-19 ทั่วโลกในช่วงต้นปี 2020 เกือบทุกบริษัทขอให้พนักงานอยู่บ้านและทำงานจากระยะไกลในลักษณะที่แยกจากกัน ทำให้หยุดชะงัก ในช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ พนักงานต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานโดยสิ้นเชิง และนั่นอาจเป็นสาเหตุของความกังวลเมื่อรับรู้ถึงความรุนแรง แบบแผน Work from Home ของคนทั่วโลกถูกพูดถึงใน Twitter เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มโซเชียลที่สำคัญที่สุด เป็นสื่อกลางให้คนหลายล้านแสดงความคิดเห็นในประเด็นหรือหัวข้อใด ๆ ในช่วงที่เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติครั้งก่อน ผู้คนต่างใช้เวทีนี้เพื่อระบายความรู้สึก (นำชัย ชีววิวรรธน์, 2563: 17)

ในปัจจุบัน ยังไม่มีการรักษาที่เฉพาะเจาะจงหรือวัคซีนที่ผ่านการรับรองสำหรับต้าน COVID-19 และการจัดการทางคลินิกนั้นรวมถึงการป้องกันและควบคุมเชื้อที่แนะนำ และการจัดการสนับสนุนสำหรับภาวะแทรกซ้อนจนถึงปัจจุบัน การรักษาเป็นไปตามเงื่อนไขทางคลินิกของผู้ป่วย การรักษาแบบประคับประคอง เช่น การบำบัดด้วยออกซิเจน การให้น้ำ การจัดการไข้/ปวด และแนะนำให้ใช้ยาปฏิชีวนะ หากมีการติดเชื้อร่วมด้วย จึงมีความกังวลเกี่ยวกับ

สุขภาพของพนักงาน หรือการไม่มีลูกค้า พนักงานบางคนสามารถเปลี่ยนไปทำงานทางไกลได้ค่อนข้างง่าย โดยมีข้อดีดังนี้ (ศิริกร โพธิจักร, 2563: 4-6)

1. WFH ช่วยลดการโต้ตอบแบบเห็นหน้ากัน ดังนั้น การเพิ่มจำนวนคนงาน ที่ทำงานที่บ้านสามารถช่วยลดจำนวนการติดเชื้อด้วย

2. ทำงานทางไกลลดความเสี่ยงได้ทั้งโรคและความสามารถทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลในการดำเนินการต่อต้านการแพร่ระบาด

3. การทำงานจากที่บ้านได้กลายเป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ

อภิชล ทองมั่ง (2563: 120) ได้ระบุว่า เนื่องจากเกือบหนึ่งในสามของโลกถูกล็อกดาวน์ บริษัทและสำนักงานต่าง ๆ ได้เปลี่ยนมา WFH เนื่องจากยังไม่มีการแนะนำการรักษาที่เฉพาะเจาะจงจนถึงขณะนี้ WHO ได้แนะนำว่าทางออกเดียวที่เป็นไปได้ที่ปลอดภัย คือ การกักตัวและอยู่บ้าน ด้วยเหตุนี้ โลกจึงหยุดนิ่งและธุรกิจต้องเปลี่ยนไปทำงานทางไกล Work from Home เป็นประสบการณ์ใหม่สำหรับพนักงานส่วนใหญ่ เนื่องจากการล็อกดาวน์ทำให้ผู้คนต้องอยู่บ้าน ธุรกิจส่วนใหญ่จึงพยายามเข้าสู่แนวคิด WFH เพื่อนำแนวคิดดังกล่าวไปปรับใช้ด้วยเทคนิคหลายอย่าง โดยมีการใช้แพลตฟอร์มเพื่อให้แน่ใจว่าประสิทธิภาพของพนักงานยังคงไม่เปลี่ยนแปลง หลายบริษัทไอที สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมอื่น ๆ เข้าสู่โลกออนไลน์อย่างสมบูรณ์ และพนักงานถูกคาดหวังให้ทำงานจากที่บ้านด้วยกฎเกณฑ์และระเบียบข้อบังคับที่แตกต่างกันซึ่งจะเหมาะกับองค์กรในช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ พนักงานต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานไปโดยสิ้นเชิง

สรุปได้ว่า WFH สามารถใช้ในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อแก้ปัญหาระดับชาติในภาวะวิกฤต COVID-19 ได้อย่างยอดเยี่ยม เพราะมีเปอร์เซ็นต์ที่ชัดเจนและสามารถบรรลุได้เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับหน่วยงานด้วยการเลือก Tools ที่เหมาะสมกับแต่ละหน่วยงานและบุคลากร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Y

กลุ่ม Gen Y เป็นคน พ.ศ. 2523-2540 ที่เชื่อว่าชีวิตมีอะไรมากกว่าการทำงาน แต่ก็มองเห็น ได้ชัดเจนกว่าและเป็นความจริง พวกเขาเรียกอีกอย่างว่าคนรุ่นมิลเลนเนียล ยุคอินเทอร์เน็ต รุ่นสุทธิหรือรุ่นถ้วยรางวัล ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และมีโอกาสน้อยที่จะเห็นความมั่นคงของงาน ในทำนองเดียวกันคุณค่าการพัฒนาทักษะ สนุกกับความท้าทายของใหม่โอกาสเรียกร้องมากขึ้นจากสภาพแวดล้อมการทำงานและมองโลกในแง่ดี พนักงาน Gen Y รู้สึกได้ถึงความมั่นใจในระดับสูง สนุกสนานร่วมกัน การกระทำและการเข้าสังคมอย่างสูง (จิดานันท์ เหลืองเพียรสมุท, 2562: 11)

ไม่กี่ปีที่มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ในกลุ่มประชากรแรงงานโดยมีการไหลเข้าอย่างต่อเนื่องของพนักงาน genY พร้อมกับการเกษียณอายุของเบบี้บูมเมอร์ ตามทฤษฎีตามรุ่นรุ่น คนรุ่นหนึ่งรวมถึงสมาชิกที่เกิดในเวลาเดียวกันและประสบเหตุการณ์ที่ก่อตัวร่วมกันในช่วงเวลาการพัฒนาของพวกเขา ซึ่งนำไปสู่ระบบค่านิยม การรับรู้ และทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน สมาชิกเจเนอเรชั่นวายมีประสบการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น การเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ ความนิยมของโซเชียลมีเดีย การเติบโตของจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม พนักงาน Generation Y ส่วนใหญ่เกิดจากพ่อแม่ที่วางแผนการเงิน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อุดมไปด้วยเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมตามบริบทมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งในการหล่อหลอมบุคลิกภาพของพวกเขาให้เป็นบุคคลที่ไร้กังวล รักสนุก และกล้าเสี่ยง (จิดานันท์ เหลืองเพียรสมุท, 2562: 12)

ศุทธกานต์ มิตรกูล (2560: 57) ระบุว่า แม้ว่าคนรุ่นหลังไม่ค่อยเต็มใจที่จะอยู่ในที่เดียวกันองค์กรและมีความมุ่งมั่นขององค์กรที่ต่ำกว่า ความแตกต่างระหว่างสามกลุ่มรุ่นในแรงงาน (Baby Boomers, Generation X and Generation Y) เห็นชัดว่าค่านิยม เช่น สถานภาพและเสรีภาพการทำงานสำคัญกับคนรุ่นใหม่กว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลุ่มเจเนอเรชั่น สามารถสรุปได้ว่า เจเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523-2540 เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเป็นอิสระ เก่งเทคโนโลยี ปรับตัวได้เร็ว อยากรู้อยากเห็น ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ แต่จะมีความอดทนต่ำ ทำในสิ่งที่ตัวเองชอบ มองโลกในหลายแง่มุม และงานไม่ใช่ทุกสิ่งในชีวิต (Work life balance)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อสรุปซึ่งสัมพันธ์โดยตรงกับการศึกษานี้รวบรวมได้มาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตำรา วารสาร (ดังตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 Review of Related Literatures

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
1	คณากร สุขคันธรักษ์ (2560)	The influence of employee-organizational relationships on their willingness to stay with the organization through engagement (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
2	ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ (2560)	Engagement of staff at a 3-star hotel in Phuket (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
3	ธันยพัต บัวแย้ม (2560)	Factors Affecting Engagement for operational staff (Service Business Group) (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
4	รัชนี สุดตาชาติ (2560)	motivation to work that affect performance and engagement Private School, Muang District, Nakhon Ratchasima Province (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
5	วารี ทิพย์เนตร (2560)	Performance Motivation of Generation Y People Working in the Public and Private Sectors in Chonburi Province (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.01)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
6	ศุทธกานต์ มิตรกูล (2560)	organizational genY: a study of the relationship between value congruence and engagement (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
7	สมเกียรติ อินยม (2560)	Engagement of production staff of a company in the Eastern Seaboard Industrial Estate, Rayong Province (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
8	สุพชร ไตรวิจิตรศิลป์ (2560)	Factors Influencing Engagement to the case study organization genY employees in private organizations Sathorn and Asoke (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.01)
9	อุบลวรรณา ภวกานันท์ (2560)	Relationship between effective leadership traits and engagement Supervisor level, Generation Y in the local government organization Nonthaburi Province (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
10	กาญจนากร ปันวารี (2561)	Relationship between job motivation and flight attendant engagement Norwegian Airlines in Thailand (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
11	ทศพล ผลาผล (2561)	Relationship Between Motivational Factors and Engagement of operational level employees. Case study: A car radio manufacturing company (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.01)
12	นันทนพ เข็มเพชร (2561)	Work Motivation of Support Employees in Generation Y Group: A Case Study of Mahasarakham University (in Thai)	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
13	ปริญญา ศรีสุคนธ์ (2561)	Relationship between work motivation and engagement of the civil servants of the National Assembly Office of the Secretariat of the House of Representatives (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
14	พิชญา โรจนมงคล (2561)	Leadership and Engagement of employees in the group Generation Y Case Study Company A (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
15	ขวัญลภา กุลสรัลพร (2562)	Motivation for working with Engagement Anila Gem International Co., Ltd. (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
16	จิรายุส ชาญกลราวี (2562)	relationship between Performance stress, engagement, and resignation requirements for Gen Y employees. (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
17	จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกูล (2562)	Factors Affecting Engagement of Generation Y employees in various organizations in BKK (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
18	เทียนศรี บางม่วงงาม (2562)	Factors related to engagement of personnel who passed the new engineer training program: a case study: a private company in BKK (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
19	ณพัชญ์ปภา สว่างนุวัตรกุล (2562)	Engagement from the perspective of education personnel of Generation Y (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
20	ศุภชัย วิบูลย์อรรถกร (2562)	Performance and Engagement Motivation Factors of employees of Thai Summit Mitsuba Electric Manufacturing Co., Ltd. (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
21	วรรณวนัช ดวงภมร (2562)	Engagement of personnel in Unique Engineering and Construction Public Company Limited (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
22	วริสรา พันธุนิล (2562)	Factors Affecting Engagement of state enterprise employees of Generation Y who work in a BKK area (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
23	อทิตา เหรียญทอง (2562)	Factors Affecting Engagement of company employees in agricultural machinery hire purchase business BKK (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
24	กรณ์ธนัญ กิมศุก (2563)	Factors Influencing Engagement of employees who have a remote work system (Work from home) (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
25	ดวงพร บุญเม้ง (2563)	Factors related to and affecting work from home of government personnel (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
26	ตะวันฉาย โพธิ์รักษา (2563)	Influence of Engagement and work motivation as an intermediate variable between perceived organizational support and performance of gas station employees in Om Yai district, Sampran district, Nakhon Pathom province. (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
27	นาฏยา นวลคล้าย (2563)	Working Value towards Engagement of the genY group of auditors in BKK (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
28	พรหมมาตร จินดาโชติ (2563)	Factors affecting the mental bond with the organization and the willingness to stay in the job of hotel staff in the genY group (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
29	ณัฐพล ตรีบุสยะรัตน์ (2564)	Factors Influencing Engagement of Generation Y personnel in the luxury restaurant business in BKK (in Thai)	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
30	นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์ (2564)	Factors Influencing Engagement of employees of the genY group During the work from home (Work from Home) (in Thai)	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
31	Adhitama (2020)	Maintaining Employee Engagement and Employee Performance during Covid-19 Pandemic at PT Koexim Mandiri Finance (in Thai)	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
32	Mehta (2020)	Work from home-Work engagement amid COVID-19lockdown and employee happiness (in Thai)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
33	Nisha (2020)	Employee engagement practices during COVID-19 lockdown	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
34	Yadav (2020)	Employee Engagement Strategy for Employees Working in Virtual Environment in the IT Industry	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
35	Adisa (2021)	Remote working and employee engagement: A qualitative study of British workers during the pandemic	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
36	Durán (2021)	Employee Engagement and Wellbeing in Times of COVID-19: A Proposal of the 5Cs Model	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
37	Mahajan (2021)	Employee Engagement of Faculties In Management Institutes In Pune During Covid – 19 Pandemic	qualitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
38	Nguyen (2021)	The Effect of Perceived Organizational Support on Employee Engagement During the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study in Vietnam	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

Number	Name /Year Of Study	Research Title	Study Method	Study Results
39	Riyanto (2021)	Effect of work motivation and job satisfaction on employee performance: Mediating role of employee engagement	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)
40	Manjaree (2021)	Determinants of Employee Engagement during COVID 19 Pandemic (Case of Sri Lanka Technological Campus)	quantitative	accept the hypothesis (p-value=<0.05)

การวิจัยบางเรื่อง อาจมีข้อจำกัดหลายอย่างในทางปฏิบัติ ซึ่งจำเป็นต้องตั้งข้อสมมติบางอย่างเป็นข้อตกลง Engagement เบื้องต้น จึงพิจารณานำตัวแปร WFH_progress (กรณ์ธนัญ กิมศุก, 2563) WFH_balance (นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์, 2564) WFH_teamwork (วรรณวนัช ดวงภมร, 2562) และ WFH_communication (Durán, 2021) ว่ามีอิทธิพลที่มีต่อ Engagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH หรือไม่

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในย่านอารีย์ เขตพญาไทกรุงเทพมหานคร จำนวน 66,212 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2564) กำหนดขนาดของกลุ่ม n โดยพยายามควบคุม error ในสัดส่วน 0.05 (Yamane, 1973: 162)

จากสูตร $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N แทน จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
e แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

แทนค่า $n = \frac{66,212}{1+66,212\,(0.05)^2}$

$= 398 \approx 400$ คน

จากนั้นนำไป survey กลุ่มเป้าหมาย GenY โซนถนนพหลโยธิน เขตพญาไท

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ Online Questionnaire 4 ตอน

ก. คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง

ข. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็น Check List

ค. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ Engagement ลักษณะแบบสอบถามเป็น Rating Scale

ง. Engagement ลักษณะแบบสอบถามเป็น Rating Scale

โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 3-4 กำหนดสูตรการแปรผลค่าเฉลี่ยเลขคณิตใช้วิธีการแบ่งอันตรภาคชั้น (วุฒิ สุขเจริญ, 2561: 214) โดยคำนวณช่วงคะแนนได้ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนนในแต่ละอัตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอัตรภาคชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบก่อน (Pre-Test) ที่จะลงสนาม ด้วยการวัดค่าอัลฟ่าครอนบาช

ตารางที่ 3.1 Cronbach's Alpha (N = 30)

Factor	Cronbach's Alpha
WFH_progress	0.86
WFH_balance	0.84
WFH_teamwork	0.80
WFH_communication	0.86
Egagement_target	0.80
Egagement_dedication	0.81
Egagement_member	0.89

จากการตรวจสอบ Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.80 สะท้อนถึงความถูกต้องเชื่อถือได้ของข้อมูล

3.4 สำรวจและจัดเก็บ

1. ออกแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน google from

2. ทำเป็นไฟล์แบบสอบถามและส่งไปยัง email กระจายไปยังกลุ่มโซเชียลต่าง ๆ เช่น Facebook , Line , Instagram และแพลตฟอร์มอื่น ๆ

3. วิเคราะห์ผลลัพธ์การทำแบบประเมินออนไลน์ เพื่อ save และ export ไปยัง Microsoft excel และ word

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

-Descriptive: Frequency, Percentage, Mean และ Standard Deviation

-Inferential Statistic: R^2, MRA

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น Quantitative research ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามลำดับดังนี้

4.1 Personal Factors

4.2 Factors Influencing Organization Engagement

4.3 Engagement

4.4 Hypothesis Testing

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของ Personal Factors

Personal Factors	n	%
เพศ		
ชาย	56	14.0
หญิง	344	86.0
อายุ		
23-25 ปี	69	17.3
26-30 ปี	126	31.5
31-35 ปี	60	15.0
36-42 ปี	145	36.3
ระดับการศึกษา		
Under bachelor's degree	63	15.8
Bachelor's degree	322	80.5
Ph.D.	15	3.8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

Personal Factors	n	%
ตำแหน่งงาน		
Administrative Staff	193	48.3
Finance/Accounting	88	22.0
Marketing/Sales	57	14.3
Branch Manager/General Manager	11	2.8
Hr	17	4.3
Technical/IT	34	8.5
ประสบการณ์ในการทำงาน		
<2 ปี	140	35.0
2-4 ปี	232	58.0
5-8 ปี	22	5.5
>8 ปี	6	1.5

Personal Factors ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง 36-42 ปี มีการศึกษาในระดับ Bachelor's degree ตำแหน่ง Administrative Staff และมีประสบการณ์ในการทำงาน 2-4 ปี

4.2 Factors Influencing Organization Engagement

ตารางที่ 4.2 พารามิเตอร์ของ Factors Influencing Organization Engagement

Factors Influencing Organization Engagement	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
WFH_progress	4.31	0.368	มากที่สุด
WFH_balance	4.31	0.347	มากที่สุด
WFH_teamwork	4.33	0.356	มากที่สุด
WFH_communication	4.33	0.341	มากที่สุด
รวม	**4.32**	**0.283**	**มากที่สุด**

Factors Influencing Organization Engagement อันดับแรก WFH_teamwork ($\overline{X}$ = 4.33 / S.D.=0.356) ลำดับสุดท้าย WFH_balance ($\overline{X}$ = 4.31 / S.D.=0.347)

ตารางที่ 4.3 พารามิเตอร์ของ WFH_progress

WFH_progress	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
WFH_progress1	4.56	0.736	มากที่สุด
WFH_progress2	4.14	0.776	มาก
WFH_progress3	4.26	0.766	มากที่สุด
WFH_progress4	4.35	0.699	มากที่สุด
WFH_progress5	4.26	0.764	มากที่สุด
รวม	**4.31**	**0.368**	**มากที่สุด**

WFH_progress อันดับแรก WFH_progress1 ($\overline{X}$ = 4.56 / S.D.=0.736) ลำดับสุดท้าย WFH_progress2 ($\overline{X}$ = 4.14 / S.D.=0.776)

ตารางที่ 4.4 พารามิเตอร์ของ WFH_balance

WFH_balance	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
WFH_balance1	4.29	0.712	มากที่สุด
WFH_balance2	4.35	0.681	มากที่สุด
WFH_balance3	4.24	0.699	มากที่สุด
WFH_balance4	4.38	0.702	มากที่สุด
WFH_balance5	4.30	0.733	มากที่สุด
รวม	**4.31**	**0.347**	**มากที่สุด**

WFH_balance อันดับแรก WFH_balance4 ($\overline{X}$ = 4.38 / S.D.=0.702) ลำดับสุดท้าย WFH_balance3 ($\overline{X}$ = 4.24 / S.D.=0.699)

ตารางที่ 4.5 พารามิเตอร์ของ WFH_teamwork

WFH_teamwork	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
WFH_teamwork1	4.37	0.688	มากที่สุด
WFH_teamwork2	4.38	0.733	มากที่สุด
WFH_teamwork3	4.32	0.721	มากที่สุด
WFH_teamwork4	4.30	0.728	มากที่สุด
WFH_teamwork5	4.30	0.741	มากที่สุด
รวม	**4.33**	**0.356**	**มากที่สุด**

WFH_teamwork อันดับแรก WFH_teamwork2 ($\overline{X}$ = 4.38 / S.D.=0.733) ลำดับสุดท้าย WFH_teamwork4 ($\overline{X}$ = 4.30 / S.D.=0.728)

ตารางที่ 4.6 พารามิเตอร์ของ WFH_communication

WFH_cmomunication	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
WFH_communication1	4.35	0.688	**มากที่สุด**
WFH_communication2	4.33	0.689	**มากที่สุด**
WFH_communication3	4.30	0.700	**มากที่สุด**
WFH_communication4	4.35	0.707	**มากที่สุด**
WFH_communication5	4.31	0.708	**มากที่สุด**
รวม	**4.32**	**0.283**	**มากที่สุด**

WFH_communication อันดับแรก WFH_communication1 ($\overline{X}$ = 4.35 / S.D.=0.707) ลำดับสุดท้าย WFH_communication3 ($\overline{X}$ = 4.30 / S.D.=0.700)

4.3 Engagement

ตารางที่ 4.7 พารามิเตอร์ของ Egagement

Egagement	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
Egagement_target	4.32	0.335	**มากที่สุด**
Egagement_dedication	4.34	0.352	**มากที่สุด**
Egagement_member	4.34	0.368	**มากที่สุด**
รวม	**4.33**	**0.282**	**มากที่สุด**

Egagement อันดับแรก Egagement_member ($\overline{X}$ = 4.34 / S.D.=0.368) ลำดับสุดท้าย Egagement_target ($\overline{X}$ = 4.32 / S.D.=0.335)

ตารางที่ 4.8 พารามิเตอร์ของ Egagement_target

Egagement_target	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
Egagement_target1	4.40	0.641	**มากที่สุด**
Egagement_target2	4.26	0.707	**มากที่สุด**
Egagement_target3	4.39	0.663	**มากที่สุด**
Egagement_target4	4.27	0.704	**มากที่สุด**
Egagement_target5	4.31	0.696	**มากที่สุด**
รวม	**4.32**	**0.335**	**มากที่สุด**

Egagement_target อันดับแรก Egagement_target1 ($\overline{X}$ = 4.40 / S.D.=0.641) ลำดับสุดท้าย Egagement_target2 ($\overline{X}$ = 4.26 / S.D.=0.707)

ตารางที่ 4.9 พารามิเตอร์ของ Egagement_dedication

Egagement_dedication	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
Egagement_dedication1	4.39	0.648	**มากที่สุด**
Egagement_dedication2	4.29	0.734	**มากที่สุด**
Egagement_dedication3	4.32	0.707	**มากที่สุด**
Egagement_dedication4	4.36	0.705	**มากที่สุด**
รวม	**4.34**	**0.352**	**มากที่สุด**

Egagement_dedication อันดับแรก Egagement_dedication1 ($\overline{X}$ = 4.39 / S.D.=0.648) ลำดับสุดท้าย Egagement_dedication2 ($\overline{X}$ = 4.29 / S.D.=0.734)

ตารางที่ 4.10 พารามิเตอร์ของ Egagement_member

Egagement_member	Level		
	$\overline{X}$	S.D.	Translation Meaning
Egagement_member1	4.39	0.718	**มากที่สุด**
Egagement_member2	4.28	0.700	**มากที่สุด**
Egagement_member3	4.36	0.662	**มากที่สุด**
Egagement_member4	4.32	0.767	**มากที่สุด**
รวม	**4.34**	**0.368**	**มากที่สุด**

Egagement_member อันดับแรก Egagement_member1 ($\overline{X}$ = 4.39 / S.D.=0.718) ลำดับสุดท้าย Egagement_member3 ($\overline{X}$ = 4.36 / S.D.=0.662)

4.4 Hypothesis Testing

ตารางที่ 4.11 Cronbach's Alpha (N= 400)

Factor	Cronbach's Alpha
Progress	0.913
Balance	0.909
Teamwork	0.905
Comunication	0.907
Target	0.909
Dedication	0.913
Member	0.911

จากการวิเคราะห์ค่า Alpha มากกว่า 0.80 ผู้วิจัยได้ Hypothesis Testing ของตัวแปรดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 Relationship Between Variables

Linear Relationship	WFH_ progress	WFH_ balance	WFH_ teamwork	WFH_ commu nication	Total_ Egagement
WFH_progress	1				
WFH_balance	0.545**	1			
WFH_teamwork	0.551**	0.560**	1		
WFH_communication	0.408**	0.533**	0.547**	1	
Total_Egagement	0.502*	0.534**	0.612**	0.638**	1

** = < 0.01

ตารางที่ 4.13 การพยากรณ์ Egagement

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0.730	0.532	0.528	0.19420

WFH_progress WFH_balance WFH_teamwork WFH_communication ทำนาย Engagement ร้อยละ 53.2 (R^2 = 0.532) ที่เหลือเป็นผลจากตัวแปรประเภทอื่น

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ Multiple regression of Factors Influencing Organizational Engagement

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.224	0.149		8.192	0.00*
WFH_progress	0.109	0.034	0.143	3.245	0.00*
WFH_balance	0.086	0.038	0.106	2.296	0.02*
WFH_teamwork	0.212	0.037	0.268	5.710	0.00*
WFH_communication	0.312	0.036	0.377	8.664	0.00*

* Significant at p < 0.05, one-tailed

WFH_progress มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement (β = 0.143, $p < 0.05$)

WFH_balance มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement (β = 0.106, $p < 0.05$)

WFH_teamwork มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement (β = 0.268, $p < 0.05$)

WFH_communication มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement (β = 0.377, $p < 0.05$)

ผลการวิจัยสามารถอธิบาย Egagement ได้ร้อยละ 53.2 โดยสามารถเขียน Standard Forecasting Equation ได้ดังนี้

$$Z_{Egagement} = 0.143(Z_{WFH_progress})+0.106(Z_{WFH_balance})+ 0.268\ (Z_{WFH_\ teamwork})+0.377\ (Z_{WFH_\ communication})$$

และ Raw Score Forecasting Equation ได้ดังนี้

$$Egagement = 0.143(WFH_progress)+0.106(WFH_balance)+ 0.268\ (WFH_teamwork)+0.377(WFH_\ communication)$$

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

Personal Factors

Personal Factors ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-42 ปี มีการศึกษาในระดับ Bachelor's degree มีตำแหน่ง Administrative Staff และมีประสบการณ์ 2-4 ปี

Factors Influencing Organization Engagement

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ Engagement ของพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรก คือ ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น อยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 WFH_progress ลำดับแรก คือ คิดว่ามีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 WFH_balance ลำดับแรก คือ บริษัทมีการจัดกิจกรรมที่ให้ครอบครัวสามารถมีส่วนร่วมได้ (รวมถึงกิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ) อยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 WFH_teamwork ลำดับแรก คือ เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ทุกคนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 WFH_communication ลำดับแรก คือ มีการสื่อสารกับหัวหน้างานของตนเองผ่าน Messenger อยู่ในระดับมากที่สุด

Engagement

1. Engagement ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลำดับแรกคือ ด้านความปรารถนาในการคงไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 Egagement_target ลำดับแรก คือ มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าท่านเป็นพนักงานในบริษัทนี้ อยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 Egagement_dedication ลำดับแรก คือ เต็มใจทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 Egagement_member ลำดับแรก คือ พอใจที่จะทำงานล่วงเวลาให้กับบริษัท อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

WFH_progress WFH_balance WFH_teamwork WFH_communication มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement ของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. WFH_progress มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement ทั้งนี้เป็นเพราะว่า พนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร มีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยองค์กรเห็นความสำคัญและต้องการที่จะรักษาพนักงาน Gen Y ไว้ ส่งผลให้พนักงานเห็นว่าองค์กรเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงมีความก้าวหน้า และเติบโตได้ในอนาคต ดังนั้น ปัจจัยด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงานจึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Engagement คล้ายกับธันยพัต บัวแย้ม (2560) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อEngagement สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ (กลุ่มธุรกิจบริการ) คือ ด้านความก้าวหน้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนากร ปันวารี (2561) พบว่า ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Engagement ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกทั้งยังคล้ายกับนัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์ (2564) ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน มีอิทธิพลต่อEngagement ของพนักงานกลุ่มgenYในช่วงที่ WFH (P-value <0.05)

2. WFH_balance มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement ทั้งนี้เป็นเพราะว่า บริษัทที่พนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ทำงานอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่ให้ครอบครัวสามารถมีส่วนร่วมได้ รวมถึงกิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ อีกทั้งปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับช่วงเวลาทำงานในแต่ละวัน จึงทำให้พนักงานมีเวลา ได้พักผ่อนและดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม ดังนั้น ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานจึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Engagement คล้ายกับกรณ์ธนัญ กิมศุก (2563) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อEngagement ของพนักงานในช่วงที่ WFH มีทั้งปัจจัย ในกลุ่มแรงจูงใจและปัจจัยสนับสนุน โดยปัจจัยในกลุ่มแรงจูงใจที่มีอิทธิพล คือ ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน อีกทั้งยังคล้ายกับนัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์ (2564) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน มีอิทธิพลต่อEngagement ของพนักงานกลุ่มgenY ในช่วงที่ WFH (P-value <0.05)

3. WFH_teamwork มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement ทั้งนี้เป็นเพราะว่า เมื่อพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ทุกคนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างดี โดยการทำงานภายในหน่วยงานเป็นการทำงานเป็นทีม และพนักงาน

จำเป็นต้องติดต่อประสานงานกับฝ่ายอื่น จึงส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างท่านกับเพื่อนร่วมงาน มีมิตรไมตรีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน ดังนั้น ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น จึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Engagement คล้ายกับวริสรา พันธุนิล (2562) เพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Engagement ของพนักงานรัฐวิสาหกิจกลุ่ม Gen Y ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่กรุงเทพมหานครแห่งหนึ่ง อีกทั้งยังคล้ายกับนัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์ (2564) ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อEngagement ของพนักงานกลุ่มgenYในช่วงที่ WFH (P-value <0.05)

4. WFH_communication มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement ทั้งนี้เป็นเพราะว่าในหน่วยงานของพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารกับหัวหน้างานอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการส่ง Messenger การสื่อสารกับหัวหน้างานผ่านทางโทรศัพท์ทาง Video Conference นอกเหนือจากการประชุมของทีม ทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงาน ดังนั้น ปัจจัยด้านการสื่อสารของหัวหน้างานจึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Engagement คล้ายกับเทียนศรี บางม่วงงาม (2562) ปัจจัยที่มีผลต่อ Engagement ของบุคลากร ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารของหัวหน้างาน และคล้ายกับขวัญลภา กุลสรัลพร (2562) ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับ Engagement ของพนักงานระดับความสัมพันธ์มากทิศทางเดียวกัน ปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์กับ Engagement ของพนักงานระดับความสัมพันธ์สูงมากทิศทางเดียวกัน แรงจูงใจในเรื่องการให้คำปรึกษาของหัวหน้าความภาคภูมิใจในอาชีพงานที่ทำ มีความมั่นคง มีอิทธิพลต่อ Engagement ของพนักงานบริษัทอนิลา เยมอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (P-value <0.05) อีกทั้งยังคล้ายกับนัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์ (2564) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารของหัวหน้างานมีอิทธิพลต่อEngagement ของพนักงานกลุ่ม genY ในช่วงที่ WFH (P-value <0.05)

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ Egagement ในลำดับสุดท้าย คือ WFH_balance ซึ่งตำแหน่งงานส่วนใหญ่ คือ พนักงานธุรการ ดังนั้น ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรให้ความสำคัญกับภาระงานของพนักงานแต่ละคนตามความสามารถอย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยลดภาวะความเครียด รวมทั้งจัดสรรตารางงานให้พนักงานได้พัก และหมุนเวียนการปฏิบัติงานแต่ละรอบวัน เพื่อให้พนักงานมีเวลาให้กับครอบครัวอย่างเต็มที่

2. Hypothesis Testing พบว่า WFH_communication มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Egagement มากกว่าตัวแปรอื่น โดยสามารถอธิบบาย Engagement ได้ร้อยละ 53.2 ดังนั้น ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรให้ความสำคัญกับเทคนิคการมอบหมายงาน ด้วยเครื่องมือการสื่อสารและประชุมงานประจำวันให้มากขึ้น ตลอดจนตรวจสอบปัญหาของการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการในการทำงาน เนื่องจาก Gen Y มีความเป็นตัวเองสูง ชอบทางลัด สะดวก รวดเร็ว และมีความรู้ด้านเทคโนโลยี หัวหน้างานจึงควรออกแบบ communication ในลักษณะที่สอดคล้องกับช่องทางการเปิดรับสารของ Gen Y ให้สามารถสื่อสารได้อย่างตรงความต้องการจึงสามารถจูงใจให้สนใจทำงานและเกิดความผูกพันที่จะอยู่กับองค์กรได้ยาวนานขึ้น

3. แนวทางการเพิ่ม Egagement_target ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรสร้างความมุ่งมั่นและ Passion จากการทำงานภายใต้กรอบของความรักและความชอบอย่างแรงกล้าในสิ่งที่ทำ เนื่องจากการที่ได้ทำสิ่งที่รักและมีความสุขกับสิ่งที่ทำย่อมก่อให้เกิดความสุขต่อตัวบุคคลและยังสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างเต็มความสามารถ รวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมาได้

4. แนวทางการเพิ่ม Egagement_dedication ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรมีวิธีปฏิบัติงานในบริษัทสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

5. แนวทางการเพิ่ม Egagement_member ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรเพิ่มรายได้เงินเดือน สถานภาพ ตำแหน่ง ความมีอิสระทางวิชาชีพ ตลอดจนความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่ดีขึ้นเป็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะคงความเป็นสมาชิกต่อไป เพื่อให้พนักงานทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งไม่คิดจะลาออกไม่ว่าองค์กรจะอยู่ในสภาวะใดก็ตาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้าง Engagement เนื่องจากพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารของหัวหน้างานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ Engagement ของพนักงาน Gen Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ WFH มากกว่าตัวแปรอื่น จึงเป็นตัวแปรต่อยอดที่น่าสนใจ

2. อาจมีกลุ่มพนักงานกลุ่มอื่น เช่น Gen Y และ Gen X และ Gen Z ซึ่งควรนำมาเปรียบเทียบแนวทางให้เข้าใจลักษณะนิสัย และพฤติกรรมที่แตกต่าง ทำงานอย่างมีความสุข

3. ควรทำศึกษา Qualitative ด้วย Interview Form เกี่ยวกับปัญหาและกลยุทธ์ในการจัดการ Engagement ของพนักงาน Gen Y เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

บรรณานุกรม

กรณ์ธนัญ กิมศุก. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีระบบการทำงานทางไกลแบบทำที่บ้าน (Work from home)*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

กฤติน กุลเพ็ง. (2560). *การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุค 4.0*. นนทบุรี: ไอโอดี คอนเซาท์ติ้งแอนเทรนนิ่ง.

กระทรวงสาธารณสุข. (2563). คำแนะนำการป้องกันตนเองและการปฏิบัติด้านสุขอนามัยในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). กรุงเทพฯ: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

กาญจนากร ปันวารี. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบินนอร์วีเจียน ประจำประเทศไทย. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต, 13*(2561), 103-116.

กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล. (2562). *พฤติกรรมองค์การและการพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ขวัญลภา กุลสรัลพร. (2562). แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทอนิลา เยม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 13*(2), 102-110.

คณากร สุขคันธรักษ์. (2560). *อิทธิพลของความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่กับองค์กรผ่านความผูกพันของพนักงาน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดานันท์ เหลืองเพียรสมุท. (2562). *ยุคสมัยแห่งความสิ้นหวัง*. กรุงเทพฯ: แพรวสำนักพิมพ์.

จิตต์ชนก เอื้อชลิตนุกูล. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มพนักงาน Generation Yในองค์กรต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

จิรายุส ชาญกลราวี. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่าง ความเครียดในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและความต้องการลาออกของพนักงาน Gen Y*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เจษฎา นกน้อย. (2560). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ณัฐพล ตรีบุสยะรัตน์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ในธุรกิจร้านอาหารระดับหรู ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15*(2), 191-207.

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ. (2560). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมระดับ 3 5 ดาว ในเขตจังหวัดภูเก็ต. *วารสารบัณฑิตศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 1*, 13-30.

ณพัชญ์ปภา สว่างนุวัตรกุล. (2562). ความผูกพันต่อองค์การจากมุมมองบุคลากรทางการศึกษาเจเนอเรชั่นวาย. *วารสารช่อพะยอม, 30*(2), 109-118.

ดวงพร บุญแม้ง. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการ Work from home ของบุคลากรในภาครัฐ*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ตะวันฉาย โพธิ์รักษา. (2563). อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่อยู่ในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรสู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในเขตอ้อมใหญ่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 14*(1), 263-277.

ทนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 : การงาน การเรียน และธุรกิจ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น,4*(3), 371-386.

ทศพล ผลาผล. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา: บริษัท ผลิตวิทยุติดรถยนต์แห่งหนึ่ง. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 5*,(1), 32-40.

เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ กรณีศึกษา: บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.

ธันยพัต บัวแย้ม. (2560). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความผูกพันองค์กรสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ (กลุ่มธุรกิจบริการ)*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

นันทนพ เข็มเพชร. (2561). แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการเมืองการปกครอง, 8*(1), 37-58.

นาฏยา นวลคล้าย. (2563). *ค่านิยมการทำงานต่อความผูกพันองค์การของพนักงานตรวจสอบบัญชีกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นำชัย ชีววิวรรธน์. (2563). *Covid-19 โรคระบาดแห่งศตวรรษ*. กรุงเทพฯ: มติชน.

ปริญญา ศรีสุคนธ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการรัฐสภาสามัญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 14*(3), 43-62.

ปาณิสรา จรัสวิญญู. (2560). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กำแพงเพชร: คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

พรหมมาตร จินดาโชติ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์การและความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานโรงแรมในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย*. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยลัยศิลปากร.

พิชญา โรจนมงคล. (2561). ภาวะผู้นำกับความผูกพันองค์กรของพนักงานในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษา บริษัท A . วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2561). *การจัดการองค์การสารสนเทศ หน่วยที่ 8-15 เอกสารการสอนชุดวิชา / สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัชนี สุดตาชาติ. (2560). แรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความผูกพันต่อองค์กรโรงเรียนเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3 วิทยาลัยนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา*, 628-636.

บรรณานุกรม (ต่อ)

รัตติกาญจน์ ภูษิต. (2564). *การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

วรรณวนัช ดวงภมร. (2562). *ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชัน จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วารี ทิพย์เนตร. (2560). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของคนเจเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

วริสรา พันธุนิล. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานรัฐวิสาหกิจกลุ่ม Generation Y ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่กรุงเทพมหานครแห่งหนึ่ง*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิฑูรย์ ภูริปัญญวานิช. (2561). *องค์กรที่ทุกคนสร้างกำไร*. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

ศิริกร โพธิจักร. (2563). Update! งานวิจัยสู้โควิด-19. *ชีวจิต, 22*(517), 52-55.

ศุทธกานต์ มิตรกูล. (2560). เจเนอเรชันวายในองค์กร: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องของค่านิยมกับความผูกพันต่อองค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ, 33*(1), 51-75.

ศุภชัย วิบูลย์อรรถกร. (2562). *ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไทยซัมมิท มิทซูบะ อีเล็คทริค แมนูแฟ็คเจอริ่ง จำกัด*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สกล บุญสิน. (2560). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. เชียงใหม่: ศูนย์บริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมเกียรติ อินยม. (2560). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ดจังหวัดระยอง*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุธินี ฤกษ์ขำ. (2563). *การจัดหาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ในยุคพลิกผัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สุพชร ไตรวิจิตรศิลป์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรกรณีศึกษาพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในองค์กรเอกชน เขตสาทรและอโศก. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 6*(2), 260-266.

อทิตา เหรียญทอง. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในธุรกิจเช่าซื้อเครื่องจักรกลทางการเกษตร กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อภิชล ทองมั่ง. (2563). การทำงานที่บ้าน: แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 19*(3), 119-130.

อุบลวรรณา ภวกานันท์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพกับความผูกพันของพนักงานระดับหัวหน้างานรุ่นเจเนอเรชั่นวายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี. *สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 11*(2), 23-43.

Adisa, T.A. (2021). Remote working and employee engagement: A qualitative study of British workers during the pandemic. Information Technology & People, 12(2020), 1-31.

Adhitama, J. (2020). Maintaining Employee Engagement and Employee Performance during Covid-19 Pandemic at PT Koexim Mandiri Finance. *Journal of Research in Business and Management, 8*(3), 6-10.

Bick, A. (2020). *Work from Home Before and After the COVID-19 Outbreak*. Arizona State University.

Durán, M.C. (2021). Employee Engagement and Wellbeing in Times of COVID-19: A Proposal of the 5Cs Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(2021), 1-15.

Galanti, T. (2021). Work from Home During the COVID-19 Outbreak. *J Occup Environ Med. 63*(7): e426–e432.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Khan, M. (2018). Impact of Corporate Social Responsibility on Job Attitudes: Job Satisfaction and Organizational Commitment of Banking Sector Employees of Pakistan. *SEISENSE Journal of Management, 1*(3), 28–47.

Levillain, K. (2019). *From primacy to purpose commitment: How emerging profit-with-purpose corporations open new corporate governance avenues*. Center for Management Science, i3 UMR CNRS 9217. MINES ParisTech, PSL Research University.

Mahmoud, Al-dalahmeh. (2018). The Effect of Employee Engagement on Organizational Performance Via the Mediating Role of Job Satisfaction: The Case of IT Employees in Jordanian Banking Sector. *Modern Applied Science, 12*(6), 17-43.

Manjaree, H.M.S. (2021). Determinants of Employee Engagement during COVID 19 Pandemic (Case of Sri Lanka Technological Campus). *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), V*(VII), 773-778.

Mehta, P. (2020). *Work from home-Work engagement amid COVID-19 lockdown and employee happiness*. Symbiosis Centre for Management Studies, Symbiosis International (Deemed University), Pune, India.

Nguyen, H.N. (2021). The Effect of Perceived Organizational Support on Employee Engagement During the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8*(6), 0415–0426.

Omar, M.A.A. (2020). How do green HRM practices affect employees' green behaviors? The role of employee engagement and personality attributes. *Journal of Environmental Planning and Management, 64*(7), 1204-1226.

Ramdhani, A. (2017). Model Conceptual Framework of Corporate Culture Influenced On Employees Commitment to Organization. *International Business Management 11*(3): 826-830.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Riyanto, S. (2021). Effect of work motivation and job satisfaction on employee performance: Mediating role of employee engagement. Problems and Perspectives in Management, 19(3), 162-174.

Simon, L. (2020). Personality, self-efficacy and job resources and their associations with employee engagement, affective commitment and turnover intentions. *The International Journal of Human Resource Management, 1*(2020), 1-26.

Su, L. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management , 72*(2019), 437–450.

Yadav, S. (2020). *Employee Engagement Strategy for Employees Working in Virtual Environment in the IT Industry*. Jawaharlal Nehru University

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) การตอบแบบสอบถามนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบคำถามเพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง และโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามจะเก็บเป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

1. ท่านเกิดเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2542 หรือไม่

❍ ใช่ (ทำต่อข้อ 2) ❍ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านมีการทำงานที่บ้าน (Work from home) ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาหรือไม่

❍ ใช่ (ทำต่อ) ❍ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง: กรุณาเลือกคำตอบในแต่ละข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมาก**ที่สุด**

1. เพศ ❍ 1. ชาย ❍ 2. หญิง

2. อายุ ❍ 1. 23-25 ปี ❍ 2. 26-30 ปี
❍ 3. 31-35 ปี ❍ 4. 36-42 ปี

3. ระดับการศึกษา ❍ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
❍ 2. ปริญญาตรี
❍ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งงาน ……..

5. ประสบการณ์ในการทำงานในองค์กรแห่งนี้

❍ 1. น้อยกว่า 2 ปี ❍ 2. 2-4 ปี
❍ 3. 5-8 ปี ❍ 4. มากกว่า 8 ปี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องทางขวามือเพื่อแสดงระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) ตามความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน					
1. ท่านคิดว่าท่านมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น					
2. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านได้มีโอกาสก้าวหน้าในสายงานที่ปฏิบัติ หรือสายงานอื่น ๆ					
3. ท่านมีโอกาสที่จะก้าวหน้าในองค์กรแห่งนี้					
4. ท่านคิดว่าองค์กรเห็นความสำคัญของท่านและต้องการที่จะรักษาท่านไว้					
5. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีความก้าวหน้า และเติบโตได้ในอนาคต					
ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน					
1. ภาระงานที่ท่านรับผิดชอบ ไม่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ ร่างกายและจิตใจ เช่น เครียด นอนไม่หลับ ป่วยง่าย					
2. ปริมาณงานที่ท่านได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับช่วงเวลาทำงานในแต่ละวัน					
3. ท่านมีเวลาในวันหยุดให้กับครอบครัวอย่างเต็มที่					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. บริษัทมีการจัดกิจกรรมที่ให้ครอบครัวสามารถมีส่วนร่วมได้ (รวมถึงกิจกรรมออนไลน์ต่างๆ)					
5. ท่านมีเวลาได้พักผ่อนและดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม					
การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น					
1. การทำงานภายในหน่วยงานของท่านเป็นการทำงานเป็นทีม					
2. เมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงานทุกคนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของท่านช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างดี					
3. งานของท่านจำเป็นต้องติดต่อประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ อยู่เสมอ					
4. งานที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบันเปิดโอกาสให้ท่านได้ทำความสนิทสนมกับบุคคลอื่น ๆ ทั้งที่เป็นเพื่อนร่วมงานหรือผู้มาติดต่องาน					
5. ความสัมพันธ์ระหว่างท่านกับเพื่อนร่วมงานมีมิตรไมตรีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
การสื่อสารของหัวหน้างาน					
1. ท่านมีการสื่อสารกับหัวหน้างานอยู่เสมอ ๆ					
2. นอกเหนือจากเวลาในการประชุมของทีม ท่านมีการสื่อสารกับหัวหน้างานของท่านผ่านทางโทรศัพท์					
3. ท่านมีการสื่อสารกับหัวหน้างานของท่านผ่านทางอีเมล์ (Email) นอกเหนือจากการส่งอีเมล์ของทีม					
4. ท่านมีการสื่อสารกับหัวหน้างานของท่านผ่านการส่งข้อความ (Messenger)					
5. ท่านมีการสื่อสารกับหัวหน้างานของท่านผ่านทางระบบการประชุมทางไกลผ่านทางจอ (Video Conference) นอกเหนือจากการประชุมของทีม					

ส่วนที่ 4 ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์ กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องทางขวามือเพื่อแสดงระดับความผูกพันองค์กร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) ตามความคิดเห็นของท่าน

อิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร					
1. ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าท่านเป็นพนักงานในบริษัทนี้					
2. ท่านมีความเชื่อมั่นและศรัทธาในบริษัทนี้เสมอ					
3. ท่านคิดว่าปัญหาของบริษัท เป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข					
4. ท่านคิดว่าการทำงานที่บริษัทนี้ให้ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่เหมาะสม					
5. ถ้าท่านมีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า ท่านยังเลือกที่จะทำงานกับบริษัทต่อไป					
ความเต็มใจทุ่มเท ความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร					
1. ท่านเต็มใจทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ					
2. ท่านเต็มใจที่จะทำงานหนัก หากการทำงานของท่านทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย					
3. วิธีปฏิบัติงานในบริษัทสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่ท่าน					
4. ท่านพร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าของบริษัท					

อิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความปรารถนาในการคงไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร					
1. ท่านพอใจที่จะทำงานล่วงเวลาให้กับบริษัท					
2. ท่านพอใจที่ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม					
3. ท่านรักษาผลประโยชน์ของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ					
4. ท่านมีความยินดีที่จะปกป้องชื่อเสียงของบริษัท					

ขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
หนังสือขอจริยธรรม

สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง
อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
โทร. ๐-๒๘๔๙-๖๒๒๔-๕ โทรสาร ๐๒-๘๔๙๖๒๒๔

ที่ อว ๗๘.๐๑๓๐/๐๑๓๑๔
วันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕
เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาโครงการวิจัย

เรียน นางสาววีรยา แตงอ่อน
สิ่งที่ส่งมาด้วย

๑. มาตรการป้องกันการติดต่อโรคติดเชื้อ COVID19 ในระหว่างการวิจัย
๒. คำแนะนำและแนวทางการดำเนินการวิจัยยาทางคลินิกในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กรพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในย่านอารีย์กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home) (Factors Affecting Employee Engagement in Generation Y in Ari District, Bangkok during Working from Home Practice)" รหัสโครงการ MU-CIRB 2022/116.2604 มาเพื่อขอรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล นั้น

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ ได้ให้การพิจารณาแบบ Exemption Review ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งต้องมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ ข้อมูลที่เก็บไม่สามารถระบุตัวตนของเจ้าของข้อมูลได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การเปิดข้อมูลการวิจัยสู่ภายนอกจะไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อเจ้าของข้อมูลในแง่อาชญากรรม การถูกฟ้องร้อง การเงิน การจ้างงาน โอกาสในการเข้าศึกษาต่อ และชื่อเสียงของเจ้าของข้อมูล

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ ได้ออกเอกสารรับรองว่าเป็นโครงการประเภท Certificate of Exemption ซึ่งท่านสามารถดำเนินการวิจัยได้ตั้งแต่วันที่ระบุในเอกสารรับรอง โดยใช้เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ประทับตรารับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โดยไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้าของโครงการวิจัยมายังคณะกรรมการฯ อีก แต่หากมีการปรับเปลี่ยนโครงร่างวิจัยที่จะทำให้มีความเสี่ยงต่อผู้เข้าร่วมวิจัยเพิ่มขึ้นจากที่ได้รับการรับรอง ขอให้ท่านดำเนินการแจ้งต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนเพื่อการพิจารณาอีกครั้ง

เนื่องด้วยขณะนี้ สถานการณ์โรคติดเชื้อโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID 19) มีความรุนแรงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ จะส่งเอกสารรับรองฉบับลงนามจริงให้ท่านภายหลังจากสถานการณ์คลี่คลาย ทั้งนี้ท่านสามารถเริ่มดำเนินการวิจัยได้หลังได้รับหนังสือฉบับนี้ โดยขอให้ปฏิบัติตามมาตรการดำเนินการวิจัยในสถานการณ์โรคติดเชื้อโคโรนา ๒๐๑๙ (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย) อย่างเคร่งครัด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.วริยา ชินวรรโณ)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง
มหาวิทยาลัยมหิดล

สำเนาเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว

COE No. MU-CIRB 2022/087.3105

Mahidol University Central Institutional Review Board

Certificate of Exemption

Title of Project: Factors Affecting Employee Engagement in Generation Y in Ari District, Bangkok during Working from Home Practice

Protocol Number: MU-CIRB 2022/116.2604

Principal Investigator: Miss Weeraya Taeng-on

Co- Investigators: Assistant Professor Dr. Suparak Suriyankietkaew

Affiliation: Faculty College of Management, Mahidol University

The criteria of Exemption: Research involving the use of survey procedures:

- Recorded information CANNOT readily identify the subject (directly or indirectly/linked) OR
- Any disclosure of responses outside of the research would NOT place subject at risk (criminal, civil liability, financial, employability, educational advancement, reputation)

MU-CIRB is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Date of Determination: 31 May 2022

Signature of Chairperson: .....

(Emeritus Professor Dr. Wariya Chinwanno)

MU-CIRB Chair

MU-CIRB Address: Office of the President, Mahidol University, 4th Floor, Room Number 411

999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhonpathom 73170, Thailand

Tel: 66 (0) 2849 6224, 6225 Fax: 66 (0) 2849 6224

E-mail: mucirb@gmail.com Website: http://www.sp.mahidol.ac.th

ภาคผนวก ค
ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WFH_progress1	4.4000	.85501	30
WFH_progress2	4.0667	.86834	30
WFH_progress3	4.3000	.79438	30
WFH_progress4	4.2000	.84690	30
WFH_progress5	4.1000	1.02889	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WFH_progress1	16.6667	8.023	.769	.808
WFH_progress2	17.0000	7.793	.811	.796
WFH_progress3	16.7667	9.013	.594	.851
WFH_progress4	16.8667	7.982	.790	.803
WFH_progress5	16.9667	8.516	.483	.890

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=WFH_balance1 WFH_balance2 WFH_balance3 WFH_balance4
WFH_balance5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WFH_balance1	3.9333	.94443	30
WFH_balance2	3.8000	.80516	30
WFH_balance3	4.0667	.94443	30
WFH_balance4	4.1333	.86037	30
WFH_balance5	3.9667	.96431	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WFH_balance1	15.9667	7.964	.724	.796
WFH_balance2	16.1000	8.438	.776	.788
WFH_balance3	15.8333	8.420	.621	.825
WFH_balance4	15.7667	8.668	.653	.816
WFH_balance5	15.9333	8.754	.531	.850

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=WFH_teamwork1 WFH_teamwork2 WFH_teamwork3 WFH_teamwork4
WFH_teamwork5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WFH_teamwork1	4.2000	.84690	30
WFH_teamwork2	3.9000	.80301	30
WFH_teamwork3	4.0333	1.06620	30
WFH_teamwork4	3.9333	.98027	30
WFH_teamwork5	3.8333	1.17688	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WFH_teamwork1	15.7000	9.734	.585	.768
WFH_teamwork2	16.0000	11.241	.307	.835
WFH_teamwork3	15.8667	7.706	.794	.692
WFH_teamwork4	15.9667	8.309	.756	.710
WFH_teamwork5	16.0667	8.478	.537	.789

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=WFH_communication1 WFH_communication2 WFH_communication3
WFH_communication4 WFH_communication5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WFH_communication1	4.1000	1.02889	30
WFH_communication2	3.9333	.94443	30
WFH_communication3	3.8000	.80516	30
WFH_communication4	4.0667	.94443	30
WFH_communication5	4.1333	.86037	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WFH_communication1	15.9333	8.754	.625	.850
WFH_communication2	16.1000	8.507	.766	.810
WFH_communication3	16.2333	9.013	.819	.803
WFH_communication4	15.9667	8.999	.658	.839
WFH_communication5	15.9000	9.817	.568	.859

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Egagement_target1 Egagement_target2 Egagement_target3
Egagement_target4 Egagement_target5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Egagement_target1	4.5667	.67891	30
Egagement_target2	4.1667	.74664	30
Egagement_target3	4.3667	.71840	30
Egagement_target4	4.1000	1.02889	30
Egagement_target5	3.9333	.94443	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Egagement_target1	16.5667	7.151	.577	.769
Egagement_target2	16.9667	6.447	.712	.728
Egagement_target3	16.7667	6.875	.614	.758
Egagement_target4	17.0333	6.171	.484	.809
Egagement_target5	17.2000	5.959	.619	.753

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Egagement_dedication1 Egagement_dedication2
Egagement_dedication3 Egagement_dedication4
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
```

```
/STATISTICS=DESCRIPTIVE
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Egagement_dedication1	4.4333	.67891	30
Egagement_dedication2	4.4333	.77385	30
Egagement_dedication3	4.4000	.72397	30
Egagement_dedication4	4.3000	.79438	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Egagement_dedication1	13.1333	3.844	.525	.815
Egagement_dedication2	13.1333	3.085	.742	.714
Egagement_dedication3	13.1667	3.661	.548	.807
Egagement_dedication4	13.2667	3.030	.738	.716

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Egagement_member1 Egagement_member2 Egagement_member3
Egagement_member4
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Egagement_member1	4.4000	.85501	30
Egagement_member2	4.0667	.86834	30
Egagement_member3	4.3000	.79438	30
Egagement_member4	4.2000	.84690	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Egagement_member1	12.5667	4.806	.795	.844
Egagement_member2	12.9000	4.645	.833	.829
Egagement_member3	12.6667	5.609	.605	.911
Egagement_member4	12.7667	4.806	.806	.840

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=WFH_progress1 WFH_progress2 WFH_progress3 WFH_progress4
WFH_progress5 WFH_balance1 WFH_balance2 WFH_balance3 WFH_balance4
WFH_balance5 WFH_teamwork1 WFH_teamwork2 WFH_teamwork3 WFH_teamwork4
WFH_teamwork5 WFH_communication1 WFH_communication2
WFH_communication3 WFH_communication4 WFH_communication5
Egagement_target1 Egagement_target2 Egagement_target3
Egagement_target4 Egagement_target5 Egagement_dedication1
Egagement_dedication2 Egagement_dedication3 Egagement_dedication4
Egagement_member1
Egagement_member2 Egagement_member3 Egagement_member4
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	33

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WFH_progress1	4.4000	.85501	30
WFH_progress2	4.0667	.86834	30
WFH_progress3	4.3000	.79438	30
WFH_progress4	4.2000	.84690	30
WFH_progress5	4.1000	1.02889	30
WFH_balance1	3.9333	.94443	30
WFH_balance2	3.8000	.80516	30
WFH_balance3	4.0667	.94443	30
WFH_balance4	4.1333	.86037	30
WFH_balance5	3.9667	.96431	30
WFH_teamwork1	4.2000	.84690	30
WFH_teamwork2	3.9000	.80301	30
WFH_teamwork3	4.0333	1.06620	30
WFH_teamwork4	3.9333	.98027	30
WFH_teamwork5	3.8333	1.17688	30
WFH_communication1	4.1000	1.02889	30
WFH_communication2	3.9333	.94443	30
WFH_communication3	3.8000	.80516	30
WFH_communication4	4.0667	.94443	30
WFH_communication5	4.1333	.86037	30
Egagement_target1	4.5667	.67891	30
Egagement_target2	4.1667	.74664	30
Egagement_target3	4.3667	.71840	30
Egagement_target4	4.1000	1.02889	30
Egagement_target5	3.9333	.94443	30
Egagement_dedication1	4.4333	.67891	30
Egagement_dedication2	4.4333	.77385	30
Egagement_dedication3	4.4000	.72397	30
Egagement_dedication4	4.3000	.79438	30
Egagement_member1	4.4000	.85501	30
Egagement_member2	4.0667	.86834	30
Egagement_member3	4.3000	.79438	30
Egagement_member4	4.2000	.84690	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WFH_progress1	132.1667	361.316	.721	.961
WFH_progress2	132.5000	359.707	.760	.961
WFH_progress3	132.2667	366.823	.593	.962
WFH_progress4	132.3667	361.620	.719	.961
WFH_progress5	132.4667	357.430	.694	.961
WFH_balance1	132.6333	357.826	.749	.961
WFH_balance2	132.7667	360.323	.802	.961
WFH_balance3	132.5000	359.500	.701	.961
WFH_balance4	132.4333	364.323	.622	.962
WFH_balance5	132.6000	364.938	.533	.962
WFH_teamwork1	132.3667	369.964	.455	.963
WFH_teamwork2	132.6667	378.299	.210	.964
WFH_teamwork3	132.5333	353.913	.759	.961
WFH_teamwork4	132.6333	360.723	.639	.962
WFH_teamwork5	132.7333	358.133	.583	.962
WFH_communication1	132.4667	357.430	.694	.961
WFH_communication2	132.6333	357.826	.749	.961
WFH_communication3	132.7667	360.323	.802	.961
WFH_communication4	132.5000	359.500	.701	.961
WFH_communication5	132.4333	364.323	.622	.962
Egagement_target1	132.0000	371.862	.503	.962
Egagement_target2	132.4000	366.179	.656	.962
Egagement_target3	132.2000	372.234	.460	.963
Egagement_target4	132.4667	357.430	.694	.961
Egagement_target5	132.6333	357.826	.749	.961
Egagement_dedication1	132.1333	369.292	.603	.962
Egagement_dedication2	132.1333	366.120	.634	.962
Egagement_dedication3	132.1667	364.971	.723	.961
Egagement_dedication4	132.2667	366.340	.609	.962
Egagement_member1	132.1667	361.316	.721	.961
Egagement_member2	132.5000	359.707	.760	.961
Egagement_member3	132.2667	366.823	.593	.962
Egagement_member4	132.3667	361.620	.719	.961

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	400	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Total_WFH1	4.3175	.36856	400
Total_WFH2	4.3140	.34772	400
Total_WFH3	4.3370	.35686	400
Total_WFH4	4.3325	.34152	400
Total_WFH	4.3253	.28357	400
Total_Egagement1	4.3285	.33506	400
Total_Egagement2	4.3444	.35267	400
Total_Egagement3	4.3431	.36863	400
Total_Egagement	4.3387	.28259	400

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Total_WFH1	34.6634	4.462	.623	.913
Total_WFH2	34.6669	4.460	.672	.909
Total_WFH3	34.6439	4.362	.724	.905
Total_WFH4	34.6484	4.447	.697	.907
Total_WFH	34.6557	4.388	.925	.895
Total_Egagement1	34.6524	4.504	.669	.909
Total_Egagement2	34.6365	4.514	.621	.913
Total_Egagement3	34.6378	4.433	.644	.911
Total_Egagement	34.6423	4.439	.881	.897