

การวิจัยเชิงปริมาณด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน  
กลุ่ม Millennials ของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณด้านบรรยากาศของพนักงานกลุ่มมิลเลนเนียลของบริษัท  
ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565



กฤตยา

นางสาวกฤตยา สุขสุคนธ์

ผู้วิจัย

Supt. Samsat

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

อภิภา อภานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ชนานุศักดิ์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Volunta. Rachman

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยและจัดทำสารนิพนธ์เล่มนี้ สามารถเสร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างยิ่ง อันดับแรก ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และท่านอื่น ๆ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องกระทั่งสารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ ขอขอบคุณบุคลากรวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำ เรื่องรูปแบบเล่มสารนิพนธ์ ในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่องานวิจัย และสุดท้ายขอขอบคุณ ครอบครัว และเพื่อนทุกคนที่สนับสนุนให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

กฤตยา สุขสุคนธ์

การวิจัยเชิงปริมาณด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Millennials ของบริษัท ประกันภัยแห่งหนึ่ง

THE ELEMENT FACTORS CLIMATE IN ORGANIZATION AFFECT TO RELATIONSHIP IN THE EMPLOYEE ORGANIZATION OF GEN Y: A CASE STUDY OF A INSURANCE BROKER COMPANY IN BANGKOK

กฤตยา สุขสุคนธ์ 6450801

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตฤณ รัตนาศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงานฝ่ายขายของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 145 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน คือ วิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

ส่วนปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

คำสำคัญ: บรรยากาศภายในองค์กร, ความผูกพันต่อองค์กร, พนักงานขาย

## สารบัญ

	หน้า
<b>กิตติกรรมประกาศ</b>	<b>ข</b>
<b>บทคัดย่อ</b>	<b>ค</b>
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษา	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมประกันภัย	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพนักงานกลุ่ม Generation Y	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กร	11
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	14
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย Conceptual Framework	32
2.7 สมมุติฐานของการวิจัย	32
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>35</b>
3.1 วิธีการศึกษางานวิจัย	35
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	37
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ	40
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>44</b>
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร	46
4.3 การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร	51
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร	54
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	56
4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	63
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>66</b>
5.1 สรุปผลจากการวิจัย	66
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	68
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	70
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป	71
5.6 ข้อจำกัดทางการวิจัย	71
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>72</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>78</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	45
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	45
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.6 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร	47
4.7 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน	47
4.8 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน	48
4.9 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม	449
4.10 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุน	50
4.11 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรู้สึกรักผูกพัน	50
4.12 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร	51
4.13 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร	52
4.14 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิกในองค์กรต่อไป	53
4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร	55
4.16 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	58
4.17 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร	60

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร	62
4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	63





## สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย	32



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่มีสภาพการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมจำนวนคนตกงานได้เพิ่มสูงขึ้นมีการถูกว่าจ้างให้พนักงานออกจากตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละบริษัท จึงทำให้คนในรุ่น GEN Y ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-38 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523–2543) หรือ ปี ค.ศ. 1980-2000 (ผลสำรวจพฤติกรรมเจเนวายของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) Generation Y หรือ Gen Y คนรุ่นนี้จะเติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาที่ก้าวกระโดด อาทิเช่น เทคโนโลยีที่มีความเป็นสากลและสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมากกว่าคนรุ่นอื่น ๆ การที่เทคโนโลยีอยู่ข้างกายนับว่าเป็นเรื่องปกติ ในยุคของ Gen Y จึงมักจะถูกตามใจและมีนิสัยที่เป็นตัวของตัวเองสูง อีกทั้งยังมีโอกาสทางการศึกษาที่ดี มีความคิดเป็นของตัวเองเป็นหลัก ทำในสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบและมีการปฏิเสธสิ่งที่ตัวเองไม่ชอบอย่างชัดเจน ลักษณะพฤติกรรมของคน Gen Y มีความต้องการในด้านการทำงานที่ชัดเจน มีความคาดหวังที่จะได้รับค่าตอบแทนตามที่ตนพึงพอใจ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้คนในรุ่น Gen Y มีการเปลี่ยนงานอยู่บ่อยครั้ง ด้วยการปรับตัวเข้ากับความจริงทางเทคโนโลยีของยุคปัจจุบันจึงทำให้คนในรุ่นนี้ลดการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือผู้คนรอบข้างน้อยลง ทำให้กลุ่ม Gen Y เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมแนวคิด เพื่อทำความเข้าใจในกลุ่มนี้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมในแต่ละยุคมีความแตกต่างกันออกไป (กรมสุขภาพจิต, สื่อออนไลน์ 2562) Gen Y จึงเป็นกลุ่มบุคคลที่เติบโตและเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญต่อองค์กรในยุคปัจจุบัน เนื่องจากคนในรุ่นนี้เป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านเทคโนโลยี มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ทำให้การที่จะเข้าถึงกลุ่มคนในวัยนี้ต้องมีแนวทางที่สามารถรับได้ทั้งตัวเององค์กร และระดับปัจเจกบุคคลให้เพียงพอต่อความต้องการของพวกเขาการที่จะทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรมีแนวทางในการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันกับตัวบุคลากร ซึ่งองค์ประกอบของสถานที่ทำงานก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์งานให้ออกมามีประสิทธิภาพตามที่แต่ละองค์กรกำหนดเป้าหมายซึ่งปฏิสัมพันธ์ของคนในบริษัทรวมทั้งสภาพแวดล้อมย่อมเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนบุคลากรให้เข้าไปในทิศทางเดียวกัน และ ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในองค์กร การที่เรามองสภาพของสังคมในการทำงานหรือบรรยากาศภายในองค์กรนั้นจึงมีความจำเป็นที่ทำให้แต่ละองค์กรนั้นก้าวเข้าสู่

เป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ทั้งภายนอกและภายใน โดยการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในปัจจุบันนั้น ไม่ได้มีข้อกำหนดเฉพาะเรื่องการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาปฏิบัติงานกับองค์กร มองในด้านความเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร อีกทั้งการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานเกิดความพอใจ ความผูกพัน ความจงรักภักดีต่อองค์กรที่จะร่วมมือและปฏิบัติงานให้กับองค์กรไปตลอดด้วยอุปนิสัยของรุ่น Gen Y ที่ยากจะเข้าถึง แต่ละองค์กรยังไม่สามารถจัดการกับปัญหานี้ให้หมดไปในองค์กรได้ด้วยความลึกซึ้งของทัศนคติที่แตกต่างกันของคนในแต่ละรุ่นที่อยู่ร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งหากองค์กรไม่ให้ความสำคัญ และเข้าถึง ความคิดความต้องการของพนักงานกลุ่ม Gen Y ในองค์กรก็จะสูญเสียพนักงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพไปได้

การดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย ซึ่งมีแนวทางและนโยบายพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมให้ความรู้ ในหน้าที่และด้านประกัยเพื่อส่งเสริมให้พนักงานใช้ความคิดในการพัฒนางานของตนเอง เพื่อนำไปสู่เส้นทางการเจริญเติบโตในองค์กรต่อไป อีกทั้งยังมีการคืนสิ่งที่ดีสู่สังคม โดยการทำ CSR หรือ Corporate social responsibility ทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีในระบบธุรกิจรูปแบบเดียวกัน และวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรของตนได้เป็นอย่างดี สนับสนุนความคิดคนรุ่นใหม่และไม่ปิดกั้นความคิดให้มีการเสนอพูดคุยออกความคิดเห็น จึงทำให้ลดอัตราการเปลี่ยนงานของบุคลากรและสร้างความมั่นคง เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อบุคลากรให้มีความผูกพันต่อองค์กร การที่องค์กรมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรนั้นย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสียในการควบคุมการแสดงความคิดเห็นที่มีมุมมองของช่วงวัยที่แตกต่างกันออกไป จนบางครั้งอาจทำให้นำมาถึงความขัดแย้งภายในองค์กรเกิดขึ้นการที่มีความหลากหลายของวัยและไม่ปิดกั้นความคิดนับว่าเป็นเรื่องดีแต่ถ้าหากองค์กรไม่สามารถเข้าถึงความต้องการของแต่ละวัยอย่างแท้จริงอาจนำพาปัญหาเกิดขึ้นได้ในที่สุด

จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ว่า ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษานักบุคลากรกลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์ถึงความพึงพอใจในการทำงานร่วมกัน รวมทั้งบรรยากาศภายในองค์กรที่จะส่งผลต่อบุคลากรในกลุ่ม Gen Y เพื่อมีแรงจูงใจให้มีความสุขกับการปฏิบัติงานและอยู่ร่วมกันภายในองค์กรรวมทั้งเป็นแนวทางในการลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในระหว่าง Generation ได้

## 1.2 คำถามของงานวิจัย

ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครได้กำหนดคำถามวิจัยไว้

คือ ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษา บริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

### 1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

#### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มพนักงาน Gen Y นี้ จะมีอายุระหว่าง 18-38 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523–2543) หรือ ปี ค.ศ. 1980-2000 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานกลุ่ม Gen Y ที่ปฏิบัติงานอยู่ในแผนกขายประกันภัยรถยนต์ ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ถึง เดือนกรกฎาคม 2563

#### 1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร (Stringer, 2002) มีองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ

1. ด้านโครงสร้างองค์กร
2. ด้านมาตรฐานการทำงาน
3. ด้านความรับผิดชอบ
4. ด้านกำลังใจชื่นชม
5. ด้านการสนับสนุน
6. ด้านความผูกพัน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1. ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร
2. ความเต็มใจที่จะให้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ
3. ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานกลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ทำให้ทราบถึงระดับการรับรู้ด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นแนวทางให้ผู้บริหารองค์กรเพื่อนำไปปรับปรุงเกี่ยวกับพนักงานและทำให้มีประสิทธิภาพในองค์กร

1.5.3 สามารถนำผลการที่ได้มาเป็นแนวทางให้ผู้บริหารองค์กรเพื่อนำไปปรับปรุงเกี่ยวกับพนักงานและลดการลาออกของพนักงานทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษา

1.6.1 บรรยากาศองค์กร หมายถึง บุคลิกขององค์กร ที่รับรู้ได้ด้วยความรู้สึกของพนักงานที่สะสมมาเรื่อย ๆ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในสถานที่ที่ทำงาน (Evan, 1996) โดยในการศึกษานี้จะศึกษา บรรยากาศองค์กรใน 6 มิติ (Stringer, 2002) ดังนี้

- 1) มิติด้านโครงสร้างองค์กร หมายถึง ความชัดเจนในการดำเนินงานและบทบาทการทำงานของพนักงาน
- 2) มิติด้านมาตรฐานการทำงาน หมายถึง มาตรฐานในการประเมินผลการทำงานเพื่อการพัฒนา และให้รางวัลโดยที่พนักงานมีความเข้าใจในกระบวนการประเมินผลเป็นอย่างดี
- 3) มิติความรับผิดชอบในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานที่ได้เป็นเจ้าของงาน และมีความรับผิดชอบที่จะต้องสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
- 4) มิติการชื่นชม หมายถึง หัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานมีการรับรู้การทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้พนักงาน

5) มิติการสนับสนุน หมายถึง ความช่วยเหลือของหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีบรรยากาศการทำงานเป็นทีม ที่คอยช่วยเหลือกันและกันคอยส่งเสริมให้ทีมงานมีผลงานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

6) มิติความรู้สึกผูกพัน และรับผิดชอบต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

1.6.2 คนรุ่น Gen Y (เจนเนอเรชั่นวาย) หมายถึง มีความแตกต่างกันกับ generation อื่น ๆ ซึ่งทัศนคติหรือพฤติกรรมนิยมใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีเพื่อเปิดรับสื่อต่าง ๆ อย่างมากและง่ายดาย (เดชา เดชะวัฒนะไพศาล, 2552) และแนวทางการดำเนินชีวิตนั้นแตกต่างจากคนรุ่นอื่นอย่างชัดเจน คือ มีความทะเยอทะยาน ชอบตั้งคำถาม ความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ และความก้าวหน้าในอาชีพ ต้องการรูปแบบชีวิตที่มีความยืดหยุ่นตามความต้องการ อีกทั้งการดำเนินชีวิตที่ท้าทายในยุคสมัยปัจจุบันที่คอยปรับเปลี่ยนพวกเขาให้เข้าไปในระบบสังคมเพื่อแสวงหาโอกาสในการทำงาน

1.6.3 ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับพนักงานในแต่ละบุคคล พนักงานแต่ละคนอาจมีทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป หรือมีความรู้สึกที่ไม่เหมือนกัน ความผูกพันต่อองค์กรนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าเป็น อันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กรมากน้อยเพียงใด โดยพนักงานที่มีความจงรักภักดีต่อองค์กรจะมีความรักและพ้องค์กรไปสู่ทิศทางที่ดี จึงมีการแนะนำองค์กรให้คนรอบข้างรู้จักเพื่อที่จะทำให้องค์กรของตนนั้นมีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมนั้น ๆ และประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจ

1.6.4 วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มภายในแต่ละองค์กร อันได้แก่ ค่านิยมและแนวทางปฏิบัติที่เกิดขึ้นภายในแต่ละองค์กรเท่านั้น ทำให้แต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง อีกทั้งยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กรนั้น ๆ เช่นกัน เป็นวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมภายในองค์กรเท่านั้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ จะมีการรวบรวมแนวความคิด ข้อมูล ทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมประกันภัย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพนักงานกลุ่ม Generation Y
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กร
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิด
- 2.7 สมมุติฐานงานวิจัย

#### 2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมประกันภัย

การประกันภัยตามที่ได้ระบุในกฎหมาย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การประกันชีวิต และการประกันวินาศภัย โดยธุรกิจการประกันภัยทั้ง 2 ประเภท มีการกำกับดูแลภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกัน การประกอบธุรกิจประกันชีวิตอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ พ.ร.บ. ประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ส่วนการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ พ.ร.บ. ประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, ออนไลน์)

การประกันภัย ได้แบ่งประเภทของการประกันภัยออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ การประกันภัยบุคคล (Insurance of the person) เป็นการประกันภัยเกี่ยวกับภัยที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลได้แก่ การประกันชีวิต , การประกันอุบัติเหตุ , การประกันสุขภาพ และการประกันภัยทรัพย์สิน

โดยที่กล่าวมานั้นจะเป็นการประกันที่บริษัทผู้รับประกันภัยทำสัญญายินยอมที่จะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้กับผู้เอาประกันภัย ในกรณีที่เกิดความเสียหายเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เอาประกัน ได้แก่ เป็นการประกันที่บริษัทผู้รับประกันภัยทำสัญญายินยอมที่จะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือชดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้กับผู้เอาประกันภัย ในกรณีที่เกิดความเสียหายเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เอาประกัน ได้แก่ การประกันอัคคีภัย , การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง , การประกันภัยรถยนต์ , การประกันภัยเบ็ดเตล็ด

#### บริษัทประกันภัย

เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในการรับประกันภัย รับทำสัญญา (ออกกรมธรรม์) ให้ความคุ้มครองชีวิตและการออมเงิน และคุ้มครองภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น ประกันอัคคีภัย ประกันภัยรถยนต์ ประกันสุขภาพ ฯลฯ เป็นการดำเนินธุรกิจให้บริการทางการเงินอีกรูปแบบหนึ่ง บริษัทประกันภัยจะเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงภัยต่าง ๆ เพื่อกำหนดค่าเบี้ยประกันภัย ที่จะเรียกเก็บจากผู้เอาประกันภัยทุกคนให้ได้เงินหรือกองทุนเพียงพอที่จะจ่ายค่าสินไหมทดแทนภัย ตามสัญญากรมธรรม์ประกันภัย

#### บริษัทประกันชีวิต

หมายถึง บริษัทที่ให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิต และได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจประกันชีวิต และมีหน้าที่รับประกันต่อความเสียหายและสูญเสียต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมีการทำสัญญาว่าจะทำการจ่ายชดเชยให้แก่ผู้เอาประกันภัย หรือผู้รับผลประโยชน์ในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีการเสียชีวิต และมีความคุ้มครองอื่น ๆ เช่นการประกันภัยสุขภาพ หรือการประกันอุบัติเหตุและสูญเสียอวัยวะ เป็นต้น

#### บริษัทประกันวินาศภัย

หมายถึงการที่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย เพื่อการรับประกันต่อความเสียหายต่าง ๆ เช่น ภัยรถยนต์ อัคคีภัย ภัยทางทะเลและการขนส่ง



## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพนักงานกลุ่ม Generation Y

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรกลุ่ม Gen Y ซึ่งมีแนวคิดดังต่อไปนี้

เจนเนอเรชั่น	คุณลักษณะ	ลักษณะการทำงาน	งานที่พึงพอใจ
Y	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสรีนิยม</li> <li>- มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง</li> <li>- มีความคิดนอกกรอบ</li> <li>- มีความสามารถในการใช้นวัตกรรมใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข่างสงสัย</li> <li>- มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี</li> <li>- มีความมุ่งมั่นในบางครั้งแต่ความอดทนต่ำ</li> <li>- ไม่มีความสนใจในเรื่องอาวุโส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อนำมาปรับใช้นวัตกรรมใหม่ๆ</li> <li>- มีการบริหารจัดการในชีวิตตนเองได้</li> <li>- สามารถมีเวลาพักผ่อน</li> <li>- งานที่ลงมือทำมีความสนุกสนาน</li> </ul>

ที่มา: การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน, (รัชฎา อติสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548)

กลุ่มคน Gen Y เป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับกลุ่มประชากรนี้ โดยมีการศึกษาพฤติกรรมและแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจและสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ มีนักวิชาการบางท่านให้คำจำกัดความที่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มประชากรที่เกิดก่อนปี ค.ศ. 2000 จัดเป็นกลุ่ม Gen Y โดยกลุ่ม Gen Y เริ่มมีคำจำกัดความในเดือนสิงหาคมปี ค.ศ.1993 โดยในช่วงแรกไม่ได้กำหนดเงื่อนไขตามเกณฑ์อายุแต่ให้ความหมายว่าเป็นช่วงยุค Millennials ขณะที่นักคิดบางท่านก็ให้คำจำกัดความกับกลุ่มดังกล่าวว่าเป็นช่วงระหว่าง Gen Y กับ Gen Z คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1986-1995 เนื่องจากข้อจำกัดทางเศรษฐกิจในช่วงยุคนั้น (เมทินี ลีริสาร, 2554) พบว่า กลุ่ม Gen Y มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ด้านการทำงาน จะไม่ชอบอยู่ในองค์กรที่มีกฎเกณฑ์ หรือมีระเบียบที่เคร่งครัดจนเกินไป ชอบความแปลกใหม่ มักจะมีการเปลี่ยนแปลงงานอยู่บ่อยครั้ง โดยเป้าหมายสูงสุดของชีวิตของกลุ่ม Gen Y คือการมีธุรกิจส่วนตัว ด้วยสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคตาม

สมัยทำให้ทัศนคติของกลุ่มดังกล่าวเปลี่ยนไป ซึ่งต่างจากกลุ่มอื่น ๆ จากประเด็นข้างต้น ถ้าหากองค์กรไม่เข้าใจ ไม่ให้ความสำคัญและเข้าถึง ความคิด ความต้องการของพนักงานกลุ่ม Gen Y องค์กรก็จะอาจจะสูญเสียพนักงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพไปได้ โดยจากการศึกษา พบว่า การให้รางวัล หรือการสร้างแรงจูงใจทางวัตถุเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้พนักงาน เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้ โดยเฉพาะพนักงานกลุ่ม Gen Y ที่ไม่เน้นวัดความสำเร็จจากการได้รับแรงจูงใจทางวัตถุ แต่แนวโน้มที่จะทำให้พนักงานกลุ่ม Gen Y เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้นั้นคือ การที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการทำงาน ตลอดจนสร้างความรู้สึกให้แก่พนักงานว่า เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อองค์กร (Scheef & Thielholdt, 2004) ได้กล่าวถึงกลุ่ม Gen Y โดยมีการอธิบายตามสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งในองค์กรมีหลายช่วงกลุ่มอายุ จึงทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันมีกระบวนการและวิธีการคิดให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งการที่จะหางานในสังคมในยุคปัจจุบันจึงมีความกังวลอยู่ไม่น้อยสำหรับเด็กจบใหม่ เพราะเกิดการแข่งขันในด้านการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น มีความแตกต่างกันกับ generation อื่น ๆ ซึ่ง ทัศนคติ ปัจจัยและเงื่อนไข รวมทั้งการสร้างครอบครัว และแนวทางการดำเนินชีวิตนั้นแตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างชัดเจน คือ มีความทะเยอทะยานมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ และต้องการความก้าวหน้าในอาชีพ ต้องการการดำเนินชีวิตที่มีความยืดหยุ่นตามความต้องการ อีกทั้งความท้าทายในยุคสมัยปัจจุบันที่คอยปรับเปลี่ยนพวกเขาให้เข้าไปในระบบสังคมเพื่อแสวงหาโอกาสในการทำงาน หรือเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ รวมถึงมีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง

Gen Y เป็นกลุ่มคนที่มองโลกในแง่ดี มีความคิดที่แตกต่างจากคนรุ่นอื่น ๆ ฉลาดยอมรับความเปลี่ยนแปลง โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับกลุ่มนี้จนกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตพวกเขา (Howe & Strauss, 2000) ด้วยทัศนคติที่แตกต่างของกลุ่ม Gen Y จะมุ่งเน้นกับผลสำเร็จเป็นหลัก แต่มักไม่วางแผน ระยะเวลา ไม่มีความอดทน แต่มีความคาดหวังสูง มีโลกส่วนตัวสูง (Gursoy, 2008) อีกทั้งการที่คนกลุ่มนี้มีเทคโนโลยีเข้ามาามีบทบาทกันชีวิตทำให้ปรับเปลี่ยนไปตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจึงไม่อายุที่จะแสดงความเป็นส่วนตัว ลงในสื่อทางสังคม (Social Media) ด้วยการใช้ชีวิตในยุคที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว มีการสื่อสารโทรคมนาคมที่สะดวกสบายรวดเร็วในยุคของ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน จึงสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารได้ง่าย การเข้าถึงข้อมูลของคนกลุ่มนี้มาจากสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการบริโภคสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ (Reisenwitz & Lyster, 2009) แต่ถ้าหากมองในทางกลับกันประชากรที่ไม่ได้อยู่ในยุคเฟื่องฟูทางเทคโนโลยีแบบ Gen Y ที่ได้กล่าวไป พวกเขาจะมีความอดทนกับงานและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรในแต่ละองค์กรมากกว่าคน

ที่เติบโตมาในยุค Gen Y การพัฒนาทางเทคโนโลยีมักจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับว่าเราจะสามารถนำเทคโนโลยีนั้นมาปรับใช้กับชีวิตการทำงานได้อย่างสมดุลมากน้อยเพียงใด ด้านการทำงาน ประชากรกลุ่มนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการคิดมากกว่าการท่องจำ หรือการปฏิบัติตาม กฎที่กำหนดอย่างจริงจัง จึงไม่สนใจว่าจะมีคำแนะนำจากผู้ที่อยู่ร่วมกันภายในองค์กรว่าจะไรควรทำหรือไม่ควรทำ จะมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ของงานและเป้าหมายที่ตนได้ตั้งไว้ มากกว่าวิธีการทำงาน (Glass, 2007; Hurst & Good, 2009) อีกทั้งเงินเนอเรชั่นนี้ยังมีความสามารถในการทำงานได้อย่างหลากหลายด้านภายในเวลาเดียวกัน (Bell & Narz, 2007) ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในการทำงานก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งทางด้านคำพูดและการเขียนหรือการขาดปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งอาจมีการใช้ภาษาในกลุ่มของตนเองด้วยช่วงของวัยที่มีความแตกต่างกันภายในของแต่ละองค์กร เช่น คำพูดที่เข้าใจกันภายในกลุ่มที่มีช่วงวัยที่ใกล้เคียงกันจึงทำให้การที่จะสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นไปได้ยากขึ้นด้วยปัจจัยทางด้านอายุ (Allen & Syfert, 2009) ในอีกด้านหนึ่งของเงินเนอเรชั่นนี้ ที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์แต่ปัจจัยดังกล่าวก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลที่จะแสดงอาการหรืออารมณ์ที่ต่างกันตามวุฒิภาวะ ยกตัวอย่างเช่น มักมีความอดทนต่ำ เก็บอารมณ์ได้ยาก หากมีอะไรที่ทำให้ไม่พอใจก็เป็นปัจจัยที่สามารถกระตุ้นช่วงวัยนี้ให้มีการลาออกจางาน ในเรื่องของวัฒนธรรมภายในองค์กรอาจมีการละเลยที่จะเคารพผู้อาวุโสกว่า อีกทั้งยังมีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำทำให้มีการเปลี่ยนงานอยู่บ่อยครั้งและทำให้องค์กรต้องหานักงานใหม่เข้ามาแทนซึ่งทำให้เสียทั้งงบประมาณในการจัดการฝึกอบรมอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้องค์กรพัฒนาไม่เท่าทันกับองค์กรอื่น ๆ (กาญจนา ฤกษ์สงเคราะห์, 2552)

สรุปที่กล่าวมาข้างต้นนั้น

กลุ่ม Gen Y ถือเป็นกลุ่มที่เกิดในยุคที่มีความรุ่งเรืองของเทคโนโลยี และเศรษฐกิจที่ดี เมื่อเทียบกับ Gen อื่น ๆ ทำให้กลุ่ม Gen Y นี้ มาจากครอบครัวที่มีความมั่นคง มีการศึกษาที่สูง มีแนวทางในการใช้ชีวิตที่แตกต่างจากคนรุ่นอื่นอย่างมาก การที่จะรับมือกับกลุ่มเงินเนอเรชั่นนี้เราต้องสามารถเข้าถึงจิตใจของพวกเขาก่อนและปรับตามให้สามารถเข้ากันได้บางครั้งเราอาจจะต้องมองที่ผลงานมากกว่าวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรถ้าหากจะให้ช่วงวัยนี้ลดการเปลี่ยนงาน ด้วยศักยภาพของคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดที่น่าสนใจและชัดเจนบางครั้งเราจึงต้องควรลดทิฐิเพื่อให้องค์กรก้าวไปสู่ข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันกลุ่มเงินเนอเรชั่นนี้ถือว่าเป็นกลุ่มประชากรระดับต้น ๆ ของโลก จึงทำให้แต่ละหน่วยงานหันมาสนใจและทำความเข้าใจในพฤติกรรมความคิดเห็นของพวกเขาเพื่อทำให้เราสามารถรับรู้ทัศนคติหรือแนวคิดที่พวกเขากำลังนึกคิดอีกทั้งเข้าใจในเรื่องของจิตใจเพื่อนำมาปรับใช้กับสังคมในยุคปัจจุบันไม่ใช่แค่เรื่องภายในองค์กรอาจเกี่ยวเนื่องในการดำรงชีวิตภายในสังคม ที่มีการใช้เทคโนโลยีจนนับว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของคนในสังคมปัจจุบัน

ด้วยอุปนิสัยของคนเจนเนอเรชันนี้ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเจริญทางเทคโนโลยีของโลกได้อย่างดี หากเราลองมองในมุมของชีวิตการทำงานพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและการมีความคิดที่แปลกและแตกต่างซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นของแต่ละองค์กรในการแสวงหาพนักงานที่จะสามารถคงอยู่กับองค์กรได้อย่างจงรักภักดี หากองค์กร และผู้บริหารมีความตระหนักและความเข้าใจพฤติกรรมของ คนกลุ่มนี้โดยสร้างบรรยากาศขององค์กรที่ดีและเหมาะสมกับพวกเขา ก็จะเป็นเรื่องที่ดี ก่อนอื่นเราต้องเข้าใจว่าบุคคลกลุ่มนี้เติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของเศรษฐกิจรวมทั้งการเข้ามาของเทคโนโลยี ทำให้ไม่มีอะไรที่จะสามารถปิดกั้นความคิดได้จึงทำให้พวกเขามีความคิดที่แตกต่างออกไปและสามารถเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของเจนเนอเรชันนี้ได้ยากเพราะมีความซับซ้อนของจิตใจที่ทำให้เป็นปัญหาทั้งภายนอกและภายในองค์กรจนดำเนินมาถึงปัจจุบัน โดยการที่จะรับมือกับกลุ่มเจนเนอเรชันนี้เราต้องสามารถเข้าถึงจิตใจของพวกเขาก่อนและปรับตามให้สามารถเข้ากันได้บางครั้งเราอาจจะต้องมองที่ผลงานมากกว่าวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรถ้าหากจะให้ช่วงวัยนี้ลดการเปลี่ยนงาน ด้วยศักยภาพของคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดที่น่าสนใจและชัดเจนบางครั้งเราจึงต้องควรลดทิวเพื่อให้องค์กรก้าวไปสู่ข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กร

บรรยากาศขององค์กร (Organizational climate) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรภายในองค์กรต่อบ้างต่าง ๆ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการทำงาน หรืออีกนัยหนึ่งคือการรับรู้ของบุคลากรภายในองค์กรต่อสภาวะแวดล้อมในการทำงาน ถ้าบรรยากาศในการทำงานมีความเหมาะสมและผ่อนคลายจะส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคลากรภายในองค์กร หมายความว่าถ้าผู้บริหารสามารถที่จะบริหารและดูแลบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมย่อมจะส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคลากรภายในองค์กร ที่ต้องการจะปฏิบัติงานให้ได้ผลดีที่สุด แต่ถ้าภายในองค์กรที่บรรยากาศไม่ดีแล้ว ย่อมทำให้บุคลากรภายในองค์กรไม่รู้สึกจูงใจที่จะปฏิบัติงาน ปัจจัยในด้านของบรรยากาศองค์กรก็ยังคงเป็นที่สนใจสำหรับผู้บริหารอยู่มาก เพราะเป็นส่วนสำคัญของการกระตุ้นให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน ยกตัวอย่างจนถึงยุคปัจจุบันยังคงให้ความสำคัญกับร้านอาหารหรือร้านทำงานที่มีบรรยากาศดี ๆ เป็นต้น

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กร

Stringer (2002) ได้แบ่งองค์ประกอบบรรยากาศองค์กร ได้เป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านโครงสร้าง (Structure) ไม่ได้หมายถึงโครงสร้างองค์กรเพียงอย่างเดียว แต่จะพิจารณาว่าบุคลากรรู้สึกถึงความชัดเจนในบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบหรือไม่ ปัจจัยด้าน Structure จะดีถ้าพนักงานมีความรู้สึกว่างานของทุกคนมีความชัดเจน แต่ถ้าบุคลากรภายในองค์กรมีความไม่มั่นใจในงานที่ทำหรือเกิดการตัดสินใจผิดพลาดทำให้ด้านโครงสร้างของงานเกิดความผิดพลาดตามไปด้วย

2. ด้านมาตรฐาน (Standards) กล่าวโดยรวมถึงพนักงานที่ได้ปฏิบัติงานมีความภูมิใจในงานที่ทำอยู่ รวมถึงความต้องการที่จะยกมาตรฐานการทำงานให้สูงขึ้น ถ้าระดับของมาตรฐานสูงขึ้น แสดงว่าพนักงานมีการหาแนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

3. ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) สะท้อนถึงความรู้สึกของพนักงานว่าสามารถปฏิบัติงานและรับผิดชอบงานได้ด้วยตนเองหรือไม่ หรือแม้กระทั่งการเป็นเจ้านายของตนเอง การทำงานที่มีความรอบคอบไม่มีความผิดพลาดทำงานที่ได้รับมอบหมายจนเสร็จ แสดงให้เห็นถึงระดับResponsibility สูง เปรียบเสมือนได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้สามารถแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้ แต่ถ้าอยู่เกณฑ์ที่ต่ำแสดงว่าการตัดสินใจด้วยตนเองหรือความรับผิดชอบอยู่ในระดับความเสี่ยงที่ต่ำ

4. ด้านการชื่นชม (Recognition) แสดงให้เห็นถึงพนักงานว่าความรู้สึกที่ได้รับรางวัลหรือผลตอบแทนที่ได้รับ มีความเหมาะสมกับงานที่ได้ทำหรือไม่ ถ้าระดับของ Recognition อยู่ในเกณฑ์สูง ส่งผลว่าพนักงานในองค์กรมีความสมดุลระหว่างงานที่ทำไปกับผลตอบแทนที่ได้รับ เมื่อใดก็ตามที่พนักงานรู้สึกว่าการตอบแทนที่ได้รับนั้นไม่คุ้มค่างานที่ได้ทำลงไป ก็จะส่งผลต่อการจูงใจในการทำงานต่อไปในอนาคต ซึ่งผลตอบแทนไม่ได้หมายถึงเฉพาะปัจจัยด้านเงินเพียงอย่างเดียว

5. ด้านการสนับสนุน (Support) แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชื่อมั่นและได้รับการสนับสนุนในกลุ่มการปฏิบัติงาน ระดับของ Support อยู่ในเกณฑ์สูง ทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน และได้รับความช่วยเหลือเมื่อต้องการ ปัจจัยในด้านนี้จะส่งผลโดยตรงต่อขวัญและกำลังใจในการทำงานของบุคลากร เนื่องจากถ้าบุคลากรทราบว่ามีส่วนร่วมงานหรือผู้บริหารคอยให้การสนับสนุนอยู่ตลอดเวลา ย่อมส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

6. ด้านความผูกพันและความมุ่งมั่น (Commitment) สะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันและความมุ่งมั่นภายในองค์กรของคนที่ปฏิบัติงานอยู่ อีกทั้งความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความตั้งใจที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดย Commitment ที่สูงแสดงให้เห็นได้ว่าบุคลากรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ในความรับผิดชอบต่อตัวพนักงานเองและความ

รับผิดชอบต่อผู้อื่นภายในองค์กร หรืองานที่เกี่ยวข้องกัน ประสิทธิภาพขององค์กรจะไม่มีอยู่เลย ถ้าหากตัวพนักงานไม่สามารถสร้างจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเป็นทีมภายในองค์กร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรยากาศในองค์กรที่สามารถควบคุมและบริหารได้

1. พฤติกรรมของผู้นำ (Leadership Practices) ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่สามารถส่งผลต่อบรรยากาศขององค์กร บุคลากรสามารถรับรู้ได้จากการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริหาร

2. การจัดการภายในองค์กร (Organizational Arrangements) ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อจากปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้นำ โดยปัจจัยด้านนี้จะครอบคลุมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร การจัดการภายในองค์กร รวมถึงการออกแบบงาน ระบบการจัดการให้รางวัลและผลตอบแทน นโยบายและวิธีการในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่องค์กรเป็นผู้จัดวางไว้อย่างเป็นระบบ

3. กลยุทธ์ (Strategy) ของบรรยากาศในการทำงาน หมายถึงการได้รับผลกระทบจากกลยุทธ์ขององค์กร โดยถ้ากลยุทธ์นั้นไม่มีความชัดเจนจากการสื่อสาร ทำให้บุคลากรไม่สามารถสื่อสารและทราบถึงกลยุทธ์ภายในองค์กร ก็จะส่งผลถึงบรรยากาศในการปฏิบัติงานในองค์กร

(Likert, 1976, p.148) แบ่งองค์ประกอบของบรรยากาศองค์กรไว้ 6 ด้านดังนี้

1) การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร (Communication Flow) หมายถึงการที่ผู้ปฏิบัติงานรู้ความเป็นไปภายในองค์กรผู้บริหารแสดงการติดต่อสื่อสารอย่างเปิดเผย เพื่อให้การปฏิบัติงานได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและได้รับการปฏิบัติงานที่ได้ผลดี

2) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision-Making Practices) หมายถึงผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายเช่นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลหรือบุคคลที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจต่าง ๆ นั้น โดยผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น

3) การเอาใจใส่ต่อพนักงาน (Concern for Persons) หมายถึงการที่องค์กรดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคลเช่นพยายามปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีมีความคล่องตัวในการทำงาน

4) การใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์กร (Influence on Department)

หมายถึง ถ้าผู้บริหารสามารถจัดการบรรยากาศองค์กรเพื่อที่จะทำให้ตัวผู้บริหารเองและต่อตัวพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ตัวพนักงานจะสามารถรับฟังและคล้อยตามได้ง่ายและไม่ต่อต้านการบริหารภายในองค์กร

5) เทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กร (Technological Adequacy) หมายถึงวิธีการทำงานภายในองค์กรต้องมีการปรับปรุงระบบในด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยและเป็นไปอย่างรวดเร็วเพื่อตามให้

ทันยุคสมัยปัจจุบัน เครื่องมือและทรัพยากรที่ใช้ในองค์กรต้องได้รับการจัดสรรอย่างเป็นระบบ ระเบียบเพื่อที่จะง่ายต่อการเข้าถึงและพร้อมใช้ปฏิบัติงานภายในองค์กร

6) การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานมีความสำคัญในระบบของแต่ละองค์กร เนื่องจากแรงจูงใจนั้นก็ปัจจัยหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมของพนักงาน ซึ่งจะสามารถช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีความสนใจและมีความสุขกับสังคมในการทำงาน อีกทั้งยังสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้บริหารสามารถนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดวิธีสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่บุคลากรภายในองค์กรของตน

สรุปได้ว่า บรรยากาศภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมากกับตัวบุคลากรซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันในด้านการปฏิบัติงาน การที่ตัวบุคลากรจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั้นขึ้นอยู่กับแรงผลักดันของผู้บริหารที่คอยกำหนดเป้าหมายในการพาองค์กรไปสู่สิ่งที่ตั้งไว้ โดยบรรยากาศภายในองค์กรนั้น ผู้บริหารเองจำเป็นต้องมีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงบุคลากรได้ แต่ในทางกลับกันเมื่อบุคลากรต้องพบเจอกับปัญหาในการทำงานต่าง ๆ ผู้บริหารก็ต้องยอมรับกับผลที่เกิดขึ้นถ้าหากไม่มีการปรับเปลี่ยนบรรยากาศหรือกฎข้อบังคับภายในองค์กรก็จะทำให้ยากที่จะควบคุมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับองค์กร โดยการปรับเปลี่ยนบรรยากาศภายในองค์กรถ้าหากมีการร่วมมือกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานเนื่องจากพนักงานเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งถ้าหากมีการร่วมมือกันก็จะทำให้เพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความรู้ระหว่างกันมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ ๆ (Edmondson, 1999)

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรที่แสดงให้เห็นในงานวิจัยพบได้ คือ Engagement และ Commitment ความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กรนั้น สามารถแบ่งได้หลายปัจจัยขึ้นอยู่กับบริบทขององค์กรและผู้บริหารว่ามีการบริหารจัดการไปในทิศทางใดและปฏิบัติต่อบุคลากรในองค์กรอย่างไร โดยองค์กรจะต้องดูแลความก้าวหน้าในด้านอาชีพให้แก่พนักงานอย่างมั่นคง และกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นอย่างเต็มความสามารถ เพื่อคอยผลักดันพนักงานให้มีศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร (วิลาวรรณ ธิพิพิศาล, 2549) ซึ่งความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้น เป็นความรู้สึกที่พนักงานมีให้ต่อองค์กรในด้านที่ดีไม่มีอคติต่อองค์กร เพื่อจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กรหรือเป็นการปลูกจิตสำนึก

เพื่อให้บุคลากรซึมซับวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรที่ตนอยู่และก้าวหน้าไปพร้อมกับองค์กรอย่างมีความสุข แต่ถ้าหากในทางกลับกันความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อความผูกพันในองค์กรลดน้อยลง อาจทำให้เกิดอัตราการลาออก (Turnover Rate) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งหากพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูง อัตราการลาออกก็จะน้อยลง (เทพวรรณ, 2554)

ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational commitment) หมายถึง ความรู้สึกที่บุคลากรมีต่อองค์กร (Allen & Meyer, 1990) สามารถแบ่งออกเป็นรูปแบบของความรู้สึก 3 ด้าน คือ

1. ความผูกพันด้านอารมณ์ (Affective Commitment) หมายถึง การที่พนักงานมีความรู้สึกในด้านบวกที่ติดกับองค์กร มีความรู้สึกที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป มีความตั้งใจในการทำงาน โดยใช้ความรู้ความสามารถตนเองในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

2. ความผูกพันด้านคงอยู่ (Continuance Commitment) หมายถึง ความรู้สึกระดับปัจเจกบุคคลที่บุคลากรรู้สึกกว่าตนเองได้ร่วมมือกับองค์กรอย่างเต็มกำลังหรือการที่บุคลากรรู้สึกกว่าขาดทางเลือกในการเปลี่ยนย้ายองค์กรจึงทำให้รู้สึกว่าจะจำเป็นต้องอยู่กับองค์กรต่อไป

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง การที่บุคลากรรู้สึกว่าควรตอบแทนแก่องค์กรเนื่องจากองค์กรได้ให้ผลประโยชน์ตามที่บุคลากรต้องการ หรือด้วยบรรทัดฐานทางสังคมที่ทำให้บุคลากรยังคงอยู่กับองค์กรนั้น ๆ

(Burke, 2003 อ้างถึงในประดิษฐ์พงษ์ สร้อยเพชร, 2557) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง ความผูกพันของบุคลากรในองค์กร กล่าวถึงส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความผูกพันของบุคลากร ในแนวคิด Employee Engagement Model สามารถแบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่

1. องค์กร (Company) มีการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เพียงพอต่อความต้องการของบุคลากร

2. ผู้บริหาร (Manager) มีความเที่ยงตรงในการประเมินผลงานของบุคลากรและสามารถให้การสนับสนุนได้อย่างดี

3. เพื่อนร่วมงาน (Work Group) ให้ความร่วมมือและความช่วยเหลือในการทำงานร่วมกัน

4. ลักษณะงาน (The Job) งานต้องมีความท้าทายความสามารถของบุคลากรและมีระบบภายในองค์กรในการประเมินผลงานที่ดี

5. ความก้าวหน้าในสายงานหรือสาขาอาชีพ (Career/Profession) บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรและสาขาอาชีพของตนเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการทำงาน

6. ลูกค้า (Customer) บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์กรต้องเข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง



นอกจากนี้ที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ความผูกพันของบุคลากร เป็นมุมมองในความคิดของบุคลากร ที่แสดงออกให้เห็นถึงความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งส่วนเดียวกับองค์กร มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทกับสิ่งที่ตนได้รับผิดชอบ การรับรู้ ในวัฒนธรรมและสังคมของแต่ละองค์กรซึ่งมีความแตกต่างกันจึงทำให้บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีแนวคิดและการแสดงออกผ่านทางพฤติกรรมที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจต่อหน้าที่ ที่ตนได้รับมอบหมาย อาทิเช่น การมาทำงานอย่างตรงต่อเวลา มีความมุ่งมั่นและทุ่มเทตั้งใจในการทำงาน มีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมขององค์กร และพร้อมที่จะแนะนำให้ผู้อื่นเข้ามาเป็นส่วนร่วมภายในองค์กร การมีส่วนร่วมกันทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กรจะสามารถทำให้เกิดความร่วมมือของบุคลากรเพื่อสร้างงานที่มีคุณภาพและตรงตามเป้าประสงค์ขององค์กร อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร

## 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
1. บุษกร ตรีมิฤทธิ์ (2559)	ภาวะผู้ตาม บรรยากาศในการทำงาน ความสุขในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน	พนักงานของบริษัทไนท์แฟรงค์ชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 253 คน	พบว่าภาวะผู้ตามของบุคลากรในองค์กรมีประสิทธิภาพ และบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ระดับปานกลาง ส่วนบรรยากาศในการทำงานและความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมาก

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
2. เบญจวรรณ ศฤงคาร กฤษดา เขียร วัฒนสุข จุฑามาศ เจริญสุข (2561)	บรรยากาศองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน	พนักงานบริษัท โตชิบา คอนซูมเมอร์โปรดัก (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 379 คน	พบว่าบรรยากาศองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ด้านความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงาน
3. กรปวีณ์ ดาต้า (2558)	บรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนการเกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทย	บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทย จำนวน 422 คน	พบว่า บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทยมีความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ความผูกพัน การสนับสนุน และมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยสูงทั้ง 3 ด้าน ส่วนด้านโครงสร้าง ความรับผิดชอบและการยอมรับมีความคิดเห็นในระดับปานกลางซึ่งบุคลากรมีความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ทำให้มีความเห็นที่แตกต่างกันออกไป
4. รัตติกาล โพธิ์ทอง (2557)	การศึกษาคุณสมบัติส่วนบุคคล ภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรระดับ	พนักงานในองค์กรระดับปฏิบัติการย่านสมุทรปราการ 400 คน	พบว่าภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงาน มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศการทำงาน โดยผู้บริหารสนับสนุนให้มีส่วนร่วมใน

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
	ปฏิบัติการย่านสมุทรปราการ		บรรยากาศที่เน้นความเป็นกันเองและความสำคัญต่อพนักงาน มีความผูกพันต่อองค์กร ภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร ระดับปฏิบัติการ พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้บริหารมุ่งเน้นบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน
5. ฉิชาธิย์ แก้วไชยษา (2559)	ความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าแห่งหนึ่ง	พนักงานในบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าแห่งหนึ่ง จำนวน 239 คน	พบว่า มีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร
6. ลัดดา พัชรวิภาส (2550)	บรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน กรณีศึกษา: พนักงานชั่วคราว บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	พนักงานชั่วคราวบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุงานตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป จำนวน 116 คน	พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในการทำงาน 2 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กันกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับปานกลางและพนักงานที่มีอายุมากอาจมีประสิทธิภาพ

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
			มากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย บรรยากาศองค์กรในการรับรู้ และชื่นชมผลงานมี ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใน การปฏิบัติงาน และใน ส่วน ของพนักงานที่มีความผูกพัน ในองค์กรสูงอาจต้องการการ ยอมรับในองค์กรสูงตามไป ด้วย การยอมรับและความ ต้องการประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับสูง
7. มรกต เจีย ประเสริฐ (2559)	ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานตำแหน่งวิศวกร ของบริษัทแห่งหนึ่งในนิคม อุตสาหกรรมอมตะนคร	พนักงานตำแหน่ง วิศวกรของบริษัท แห่งหนึ่งในนิคม อุตสาหกรรมอมตะ นคร 148 คน	พบว่าพนักงานตำแหน่ง วิศวกรของบริษัทแห่งหนึ่งมี ความผูกพันต่อองค์กรใน ระดับที่ค่อนข้างมาก
8. อัจฉรา เฉลย สุข (2556)	อิทธิพลของบรรยากาศ องค์กรที่ส่งผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กรคุณภาพ การให้บริการและความพึง พอใจของลูกค้าต่อพนักงาน	ลูกค้าและกลุ่ม พนักงาน อุตสาหกรรมธุรกิจ การเงิน หมวดธุรกิจ ธนาคาร บริษัทที่จัด ทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย จำนวน 398 คน	พบว่าระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร คุณภาพการให้บริการ และ ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ ในระดับมาก นอกจากนี้ยัง พบว่าปัจจัยความพึงพอใจ ของลูกค้าได้รับอิทธิพลจาก คุณภาพการให้บริการมาก ที่สุด รองลงมาคือปัจจัย ความผูกพันที่มีต่อองค์กร

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
9. อัคริช แสนสิงห์ (2560)	บรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานประจำ สำนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขา นครราชสีมา	พนักงานประจำ สำนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขา นครราชสีมา จำนวน 242 คน	พบว่าปัจจัยบรรยากาศองค์กรสามารถพยากรณ์แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน ของพนักงานประจำ สำนักงาน โดยด้านที่ส่งผลมากที่สุดคือส่วนของโครงสร้างองค์กร ส่วนที่ส่งผลน้อยที่สุดคือ ความรับผิดชอบในการทำงาน
10. ดันหยง ชุนศิริทรัพย์ (2556)	ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้บรรยากาศองค์กรกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท นิตพอยน์ จำกัด	พนักงานบริษัท นิตพอยน์ จำกัด จำนวน 115 คน	พบว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุการทำงาน 6 - 9 ปี และการเรียนรู้บรรยากาศองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือส่วนรางวัลและผลตอบแทน คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความก้าวหน้า และ มั่นคงในการทำงานของพนักงาน
11. ปารีชาติ บัวเป็ง (2554)	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ใดกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย(จำกัด)	พนักงานบริษัท ใดกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย(จำกัด) จำนวน 336 คน	พบว่า พนักงานในบริษัทเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากที่สุดรองลงมาเป็นด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
12. สรียา บุญธรรม (2558)	บรรยากาศองค์กร พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ ความพึงพอใจในงาน : กรณีศึกษาโรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม	พนักงาน โรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จำนวน 195 คน	พบว่าพนักงานมีระดับการรับรู้บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง
13. ศุภลักษณ์ พรหมศรี (2558)	ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำของพนักงาน ความผูกพันในงานกับความพึงพอใจในงาน	พนักงานในโรงงานผลิตรองเท้าแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 143 คน	พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานนั้นมีความเหมาะสมทั้งด้านกายภาพ สังคม และจิตใจ มีความสัมพันธ์ไปมาเชิงบวก และการรับรู้ด้านภาวะผู้นำของพนักงานและความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและด้านความขยันในงาน ความทุ่มเทในงาน และด้านความรู้สึกรับผิดชอบอันเดียวกันกับงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นกัน
14. กนกพร ทวีวัฒน์ (2551)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษา องค์กรสื่อสารโทรคมนาคม	พนักงานของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาคภาคเหนือ และสำนักงานบริการ	พบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง ในด้านลักษณะงานที่รับผิดชอบ และปัจจัยด้านทัศนคติต่อการดำเนินงานขององค์กรในส่วนต่าง ๆ

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
		ลูกค้า สาขาเชียงใหม่ จำนวน 149 คน	ปัจจัยด้านการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้าน ภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านระบบการ ทำงานในองค์กรมีผลต่อ ระดับความผูกพันของ พนักงานในองค์กร
15. รพีพัฒน์ ศรี ศิวรักษ์ (2559)	การรับรู้บรรยากาศองค์กร และพฤติกรรมความเป็น สมาชิกที่ดีขององค์กรของ พนักงานประจำสังกัดสาย ทรัพยากรบุคคลและกำกับ กิจกรรมองค์กร บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	พนักงานประจำ สังกัดสายทรัพยากร บุคคลและกำกับ กิจกรรมองค์กร บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 257 คน	พบว่าพนักงานประจำสังกัด สายทรัพยากรบุคคลและ กำกับกิจกรรมองค์กร มี ระดับการรับรู้บรรยากาศ องค์กรโดยรวมอยู่ในระดับ มาก และมีพฤติกรรมการ เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ใน ส่วนของระดับการรับรู้ บรรยากาศองค์กรในด้าน ความเป็นอิสระในการ ทำงานอยู่ในระดับมาก
16. สุทธกานต์ มิตรกุล (2559)	เจเนอเรชันวายในองค์กร: การศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความ สอดคล้อง ของค่านิยมกับความผูกพัน ต่อองค์กร	พนักงานเจเนอเรชัน วาย จำนวน 621 คน	พบว่าพนักงานเจเนอเรชัน วายให้ความสำคัญต่อค่านิยม ด้านมนุษยธรรม มากที่สุด รองลงมาคือความก้าวหน้า และอนุรักษ์นิยม ความก้าวหน้าขึ้นอยู่กับเพศ ชายมากกว่าหญิง และองค์กร เอกชนมากกว่าราชการ ความสอดคล้องของค่านิยมมี

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
			ความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความผูกพันต่อองค์กร
17. อัจจิมา บำเพ็ญบุญ (2559)	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึง พอใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย FACTORS AFFECTING JOB SATISFACTION OF GEN Y	พนักงานเอกชนและ รัฐบาลในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน	พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบ แบบสอบถามเป็นเพศหญิง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจในด้านปัจจัย วัฒนธรรมและบรรยากาศใน การทำงานอยู่ในระดับมาก และปัจจัยความสำเร็จใน อาชีพมีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง
18. ญาดา สามารถ (2558)	ภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรด้าน จิตใจของพนักงานเจนเนอ เรชั่นเอกซ์และเจนเนอเรชั่น วาย	พนักงาน กลุ่ม Gen X และ Y เป็น จำนวน 400 คน	พบว่าทั้งภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำ แบบแลกเปลี่ยนมี ความสัมพันธ์กับความ ผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ และเมื่อทำการเปรียบเทียบ ระหว่างเจนเนอเรชันเอกซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า ภาวะผู้นำทั้งสองรูปแบบมี อิทธิพลต่อความผูกพันต่อ องค์กร ด้านจิตใจในเจน เนอเรชันเอกซ์มากกว่าเจน เนอเรชั่นวาย
19. สรวาลิ แซงแสวง (2559)	คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความสมดุลของชีวิตใน การทำงาน of พนักงาน	พนักงานระดับ ปฏิบัติการเจนเนอ	พบว่าระดับคุณภาพชีวิตใน การทำงาน of พนักงานอยู่ ในระดับปานกลาง



ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
	ระดับปฏิบัติการเจนเนอเรชัน X และเจนเนอเรชัน Y	เรชั่น X และ เจนเนอเรชัน Y ทั้งหมด 80 คน	ระดับความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานมีความสมดุลด้านเวลามากที่สุด ความแตกต่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตระหว่าง Gen X และ Gen Y ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือเมื่อพนักงานมีคุณภาพชีวิตในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นจะส่งผลให้พนักงานเกิดความสมดุลของชีวิตในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
20. ธัญกิตติ จันทรศรี (2557)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม เจเนอเรชันวาย กรณีศึกษาพนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรคดิ่ง จำกัด	พนักงานกลุ่ม เจเนอเรชันวาย ภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรคดิ่ง จำกัด 260คน	พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมีค่ามากที่สุด รองลงมาคือ การป้องกันรักษาชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กร และความทุ่มเท ความพยายามในการปฏิบัติงาน ให้แก่องค์กรด้วยความเต็มใจ
21. Lim Xtn Yi (2014)	Factors that Affect Generation Y Workers'	ขนาดผู้ตอบแบบสอบถาม 180	พบว่าความพึงพอใจในงานและความสมดุลในการทำงานมีผลกระทบต่อความ

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
	Organizational Commitment	คนที่ทำงานในบริษัท FMCG	มุ่งมั่นภายในองค์กรของบุคลากร Generation Y มีอัตราการหมุนเวียนพนักงานที่สูงเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อนๆ โดยเฉพาะการศึกษาประเมินขั้นตอนความพึงพอใจในงานและความสมดุลของชีวิตการทำงานและความมุ่งมั่นขององค์กร
22. Komalaa Naaidu (2019)	The Influence of Work Motivation on Turnover Intention among Gen Y Employees	พนักงานในบริษัท จำนวน 108 คน	พบว่าระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน Gen Y อยู่ในระดับปานกลางขณะที่ระดับความตั้งใจในการหมุนเวียนสินค้าอยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานไม่มีความแตกต่างในการทำงานตามเพศของพนักงาน Gen Y ผลการถดถอยเชิงพหุแสดงให้เห็นว่าปัจจัยสามประการของแรงจูงใจในการทำงานเช่นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ค่าตอบแทนและลักษณะของงาน ไม่มีผลต่อความตั้งใจของพนักงาน Gen y

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
23. Richard M. Steers (1977)	Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment	พนักงานโรงพยาบาล จำนวน 382 คน นักวิทยาศาสตร์และวิศวกร จำนวน 119 คน	พบว่าทั้งลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะงานและประสบการณ์การทำงานมีผลต่อความมุ่งมั่น ยิ่งไปกว่านั้นความมุ่งมั่นนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมากกับความตั้งใจและความปรารถนาที่จะยังคงอยู่สำหรับทั้งสองตัวอย่างและมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการเข้าร่วมและการหมุนเวียนสำหรับตัวอย่างหนึ่งตัวอย่าง ประสิทธิภาพโดยทั่วไปไม่เกี่ยวข้องกับความมุ่งมั่น มีการเปรียบเทียบผลลัพธ์กับการค้นพบก่อนหน้านี้และความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในอนาคต
24. Somers (1995)	Organizational commitment, Turnover and Absenteeism: An Examination of Direct and Interaction Effects	กลุ่มตัวอย่างจากโรงพยาบาลในเมืองใหญ่ที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา และประกอบด้วยพยาบาลประจำการ จำนวน 422 คน	พบว่ารูปแบบของคัมภ์ประกอบสามประการของความมุ่งมั่นขององค์กรถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาความตั้งใจในการถอนงานการลาออกและการขาดงาน ความมุ่งมั่นทางด้านอารมณ์เป็นตัวทำนายที่สอดคล้องกันมากที่สุดของตัวแปรผลลัพธ์เหล่านี้และ

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
			<p>เป็นมุมมองเดียวของความมุ่งมั่นที่เกี่ยวข้องกับการหมุนเวียนและการขาดงาน ในทางตรงกันข้ามความมุ่งมั่นเชิงบรรทัดฐานมีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการถอนตัวนั้นในขณะที่ไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อความมุ่งมั่นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามความมุ่งมั่นต่อเนื่องมีปฏิสัมพันธ์กับความรู้สึกผูกพันในการทำนายความตั้งใจในการถอนงานและการขาดงาน</p>
25. Patricia A. Lapointe & Liprie Spence, A. (2017)	Employee Engagement: Generational Differences in the Workforce	พนักงานตามบริษัทต่าง ๆ 120 แห่ง และพนักงานมีส่วนร่วมในการทำแบบสอบถามจำนวน 464 คน	สรุปว่าปัจจัยภายในและภายนอกมีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน อีกทั้งองค์ประกอบส่วนอื่น การปรับโครงสร้างทางประชากรขององค์กร การเปลี่ยนแปลงการบริหาร เศรษฐกิจและพนักงานมีส่วนร่วมในระดับปานกลางสรุปได้ว่าอายุมีบทบาทในแง่ของการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งพนักงานมีส่วนร่วมปานกลางและคำถามที่

ชื่อผู้วิจัย	เรื่อง	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ผลสรุปงานวิจัย
			ตอบมานั้นขึ้นอยู่กับอายุของพนักงานเป็นส่วนใหญ่
26. Wanda Kopertynska, M. & Kmiolek, K. (2015)	Engagement of employees of Generation Y – Theoretical Issues	ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่จบการศึกษา ระดับมหาวิทยาลัย และกำลังศึกษา ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 382 คน	พบว่าระดับการมีส่วนร่วมของพนักงาน Generation Y ไม่ได้แตกต่างจากการมีส่วนร่วมของคนรุ่นอื่น ๆ พนักงานรุ่นใหม่ยินดีที่จะช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเข้าใจความต้องการในบริษัท ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองการพัฒนาตนเองอย่างกระตือรือร้นของพนักงานใน Generation Y มีการแก้ไขปัญหาเพื่อนำผลประโยชน์ที่ได้นำไปเพิ่มความผูกพันของพนักงานและความพึงพอใจในงานภายในองค์กร

### สรุปการทบทวนวรรณกรรม

จากการรวบรวมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้เหตุผลข้างต้นที่กล่าวมาในด้านบรรยากาศขององค์กรสามารถรับรู้ได้จากความรู้สึกของบุคลากรภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการทำงาน หรืออีกนัยหนึ่งคือ การรับรู้ของบุคลากรภายในองค์กรต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน ถ้าบรรยากาศในการทำงานมีความเหมาะสม และผ่อนคลายจะส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคลากรภายในองค์กร

รพีพัฒน์ ศรีศิริรักษ์ (2559) พบว่า มีระดับการรับรู้ด้านบรรยากาศองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของระดับการรับรู้บรรยากาศองค์กรในด้านความเป็นอิสระในการทำงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้อง

กับ รัตติกาล โพธิ์ทอง (2557) พบว่าภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงานมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศการทำงาน โดยผู้บริหารสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในบรรยากาศที่เน้นความเป็นกันเองและให้ความสำคัญต่อพนักงาน เพื่อให้ตัวพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร เกี่ยวเนื่องให้ผู้บริหารมุ่งเน้นจัดการบรรยากาศภายในองค์กรที่จะสามารถกระตุ้นให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน บุษกร ทรมิฤทธิ์ (2559) พบว่าภาวะผู้ตามของบุคลากรในองค์กรมีประสิทธิภาพเกิดจากบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ระดับปานกลาง ส่วนบรรยากาศในการทำงานและความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมาก ซึ่งในด้านของปัจจัยบุคคลก็ยังส่งผลทางด้านบรรยากาศภายในองค์กร ลัดดา พัชรวิภาส (2550) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในการทำงาน 2 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กันกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับปานกลางและพนักงานที่มีอายุมากอาจมีประสิทธิภาพมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย จึงทำให้บรรยากาศองค์กรมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานและในส่วนของพนักงานที่มีความผูกพันในองค์กรสูงอาจต้องการการยอมรับในองค์กรสูงตามไปด้วยการยอมรับและความต้องการประสบความสำเร็จอยู่ในระดับสูง โดย อัคริช แสนสิงห์ (2560) พบว่าปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยด้านที่ส่งผลมากคือส่วนของโครงสร้างองค์กรและส่วนที่ส่งผลน้อย คือ ความรับผิดชอบในการทำงาน หมายความว่าถ้าผู้บริหารสามารถที่จะบริหารและดูแลบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมย่อมจะส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคลากรภายในองค์กร ที่ต้องการจะปฏิบัติงานให้ได้ผลดีที่สุด แต่ถ้าภายในองค์กรที่บรรยากาศไม่ดีแล้ว ย่อมทำให้บุคลากรภายในองค์กรไม่รู้สึกจูงใจที่จะปฏิบัติงาน ปัจจัยในด้านของบรรยากาศองค์กรก็ยังคงเป็นที่สนใจสำหรับผู้บริหารอยู่มาก เพราะเป็นส่วนสำคัญของการกระตุ้นให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน

ความผูกพันของบุคลากร : และความหมายความผูกพันโดยรวมที่บุคลากรมีต่อองค์กรนั้นมีหลากหลายนิยาม แต่สรุปโดยรวมแล้ว ธัญกิตติ์ จันทรศมี (2557) พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมากที่สุด รองลงมาคือการรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร และความทุ่มเทพยายามในการปฏิบัติงานให้แก่องค์กรด้วยความเต็มใจอัจฉรา เฉลยสุข (2556) ซึ่งระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มรกต เจียประเสริฐ (2559) โดยพบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่ค่อนข้างมาก กนกพร ทวีพัฒน์ (2551) ซึ่งหมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมี ความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง ลักษณะงานที่รับผิดชอบและปัจจัยด้านทัศนคติต่อการดำเนินงานขององค์กรในส่วน ต่าง ๆ มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

และปัจจัยด้านระบบการทำงานในองค์กร ดังนั้นความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรมีการปฏิบัติงานให้อยู่ระดับดีและเป็นตัวชี้วัดในด้านของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กร เมื่อตัวบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร บุคลากรจะมีแรงผลักดันในการทำงานมากกว่าพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร อันเกี่ยวเนื่องจากรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ทำให้การขาดงานและการลาออกจากงานต่ำ

**บุคลากรกลุ่ม Gen Y :** จากความหมายในการทบทวนวรรณกรรมของเจนเนอร์ซันดังกล่าว การที่บุคคลมีช่วงอายุที่ใกล้เคียงและการเกิดในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันนั้น จึงทำให้เกิดการจัดกลุ่มเจนเนอร์ซันต่าง ๆ ตามเกณฑ์อายุหรือปี พ.ศ.เกิด ซึ่งนักวิจัยชาวตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มแรกเริ่มที่นำแนวคิดการจัดกลุ่มเจนเนอร์ซันตามช่วงอายุมาใช้ (เดชาเดชะวัฒน์ไพศาล, 2552 อ้างถึงใน ฉูดา สามารถ, 2558) ในส่วนของ Gen Y นั้นมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต และต้องการการเป็นที่ยอมรับในสังคม สุทธกานต์ มิตรกุล (2559) พบว่าพนักงานเจนเนอร์ซันวายให้ความสำคัญต่อค่านิยมด้านมนุษยธรรมมากที่สุด รองลงมาคือความก้าวหน้าและอนุรักษ์นิยม ความก้าวหน้าขึ้นอยู่กับเพศชายมากกว่าหญิงและในองค์กรเอกชนมากกว่าราชการ ความสอดคล้องของค่านิยมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร จึงมีค่านิยมการทำงานในด้านผลตอบแทนที่สูง มีความเชื่อมั่นในตนเอง และสามารถปรับตัวได้ดี ต้องการอิสระในการทำงาน โดยสราวลี แสงแสวง (2559) พบว่าระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ระดับความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานมีความสมดุลด้านเวลามากที่สุดความแตกต่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตระหว่าง Gen X และ Gen Y ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีคุณภาพชีวิตในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นจะส่งผลให้พนักงานเกิดความสมดุลของชีวิตในการทำงานเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มพนักงาน Gen Y เนื่องจากปัจจุบันการทำงานร่วมกันในองค์กรประกอบไปด้วยพนักงานหลายเจนเนอร์ซัน และพบเจอกับเจนเนอร์ซันวายเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่เจนเนอร์ซันกลุ่มอื่น ๆ ได้ทยอยเกษียณอายุตามกันไป

### สรุปงานวิจัยต่างประเทศ

Lim Xtn Yi (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงบวกและความมุ่งมั่นในองค์กร พบว่าความพึงพอใจในงานและความสมดุลในการทำงานมีผลกระทบต่อความมุ่งมั่นภายในองค์กรของบุคลากร Generation Y มีอัตราการหมุนเวียนพนักงานที่สูงเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน ๆ โดยเฉพาะ

การศึกษาประเมินขั้นตอนความพึงพอใจในงานและความสมดุลของชีวิตการทำงานและความมุ่งมั่นขององค์กร

Komalaa Naaidu (2019) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจของพนักงาน Gen Y พบว่าระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน Gen Y อยู่ในระดับปานกลางขณะที่ระดับความตั้งใจในการหมุนเวียนสินค้าอยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานไม่มีความแตกต่างในการทำงานของด้านปัจเจกบุคคลของพนักงาน Gen Y แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสามประการของแรงจูงใจในการทำงานเช่นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลค่าตอบแทนและลักษณะของงาน ไม่มีผลต่อความตั้งใจของพนักงาน Gen Y

(Somers, 1995 อ้างถึงใน ประดิษฐ์พงษ์ สร้อยเพชร ,2557) ได้ศึกษาพบว่ารูปแบบองค์ประกอบสามประการของความมุ่งมั่นขององค์กรถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาความตั้งใจในการถอนงานการลาออกและการขาดงาน ความมุ่งมั่นทางด้านอารมณ์เป็นสิ่งที่สอดคล้องกันมากที่สุดของตัวแปรผลลัพธ์เหล่านี้และเป็นมุมมองเดียวของความมุ่งมั่นที่เกี่ยวข้องกับการหมุนเวียนและการขาดงาน ในทางตรงกันข้ามความมุ่งมั่นเชิงบรรทัดฐานมีความเกี่ยวข้องกัน ขณะที่ไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อความมุ่งมั่นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามความมุ่งมั่นต่อเนื่องมีปฏิสัมพันธ์กับความรู้สึกผูกพันในการทำนายความตั้งใจในการขาดงาน

(Wanda Kopertynska M. & Kmiotek K, 2015) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน Gen Y พบว่าระดับการมีส่วนร่วมของพนักงาน Gen Y ไม่ได้แตกต่างจากการมีส่วนร่วมของคนรุ่นอื่น ๆ พนักงานในแต่ละเจนเนอเรชันมีความยินดีที่จะช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานและเข้าใจความต้องการภายในบริษัท คุณสมบัติที่ทำให้พนักงาน Gen Y แตกต่างจากเพื่อนร่วมงานรุ่นอื่น คือการเปิดกว้างสู่ความท้าทาย ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองการพัฒนาตนเองอย่างกระตือรือร้นของพนักงานใน Gen Y มีการแก้ไขปัญหาเพื่อนำผลประโยชน์ที่ได้นำไปเพิ่มความผูกพันของพนักงานและความพึงพอใจในงานภายในองค์กร



## 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย Conceptual Framework

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

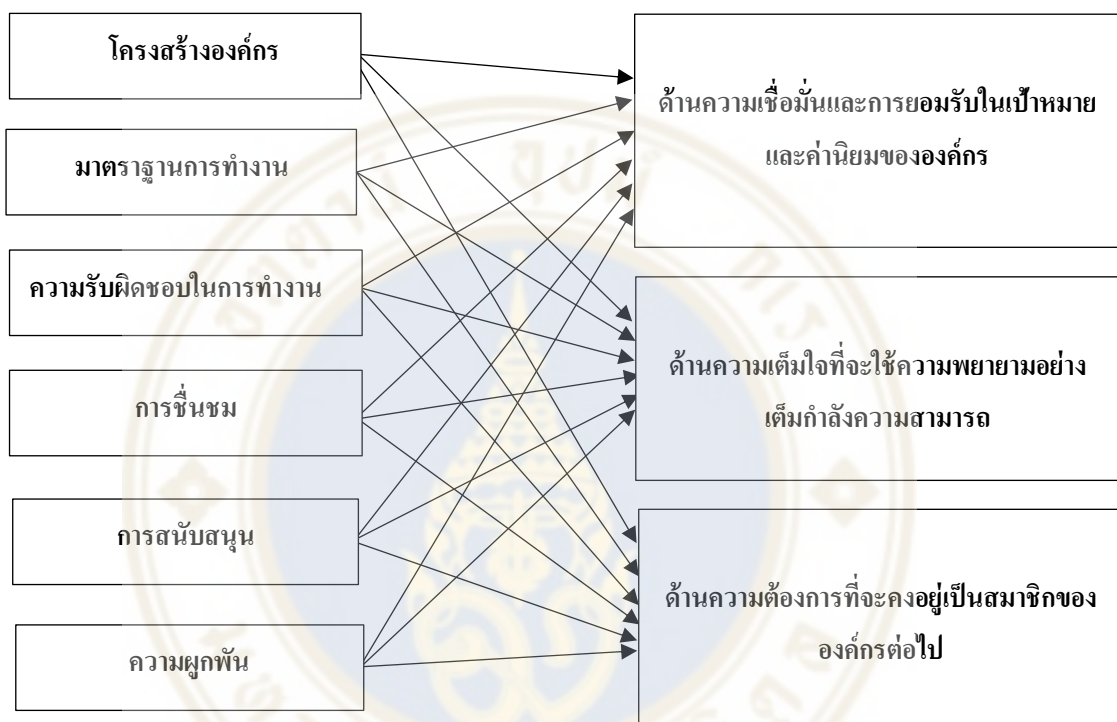
ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร

(แหล่งที่มาเป็นทฤษฎีของ: Stringer,2002)

### ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ความผูกพันต่อองค์กร

(แหล่งที่มาเป็นทฤษฎีของ:steers,1977)



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

## 2.7 สมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัย จำนวน 18 ข้อ ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร



**สมมติฐานที่ 13** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

**สมมติฐานที่ 14** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

**สมมติฐานที่ 15** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

**สมมติฐานที่ 16** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

**สมมติฐานที่ 17** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

**สมมติฐานที่ 18** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความผูกพันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม GEN Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษางานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 วิธีการศึกษางานวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีเก็บข้อมูลจากคนจำนวนมาก (Hair et al., 2010) เพื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบ เป็นวิธีค้นหาความรู้และความจริง โดยเน้นข้อมูลเชิงตัวเลข ต้องจัดเตรียมเครื่องมือรวบรวมข้อมูลให้มีคุณภาพ จัดกระทำสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องให้เป็นมาตรฐาน และใช้วิธีการทางสถิติช่วยวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด (เกียรติคุณบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549) โดยทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากรายงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ เอกสารทางวิชาการ รวมทั้งบทความที่เกี่ยวข้องตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์จากอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลสถิติจำแนกตามแหล่งที่มาได้ 2 ทาง ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** คือข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล หรือแหล่งที่มาของข้อมูลโดยตรง ซึ่งอาจทำได้โดยการสัมภาษณ์ วัด นับ หรือการสังเกตจาก แหล่งข้อมูลโดยตรงเนื่องจากข้อมูลเหล่านี้ไม่เคยมีผู้ใดเก็บรวบรวมมาก่อน

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** คือ ข้อมูลที่ผู้ใช้ไม่ต้องเก็บรวบรวมจากผู้ให้ข้อมูล หรือแหล่งที่มาของข้อมูลโดยตรง แต่ได้จากข้อมูลที่มีผู้อื่นเก็บรวบรวมไว้แล้ว ข้อมูลประเภทนี้ ผู้วิจัยไม่ต้องเสียเวลาและเก็บรวบรวมข้อมูลเอง สามารถนำข้อมูลมาใช้ได้เลย แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัย ต้องระมัดระวังในการนำข้อมูลประเภทนี้มาใช้ให้มาก เนื่องจากมีโอกาสผิดพลาดได้ (สำนักงาน สถิติแห่งชาติ, 2547)

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาแผนกทีมงานขาย ประกันภัยรถยนต์ ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-38 ปี (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2543) หรือ ปี ค.ศ. 1980-2000 จำนวน 224 คน (ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564) จึงใช้วิธีคำนวณจาก สูตรที่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยใช้สูตรของทาโรยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.727-728) โดยการเก็บข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ที่สามารถยอมรับได้ หาขนาดตัวอย่างสำหรับการประมาณค่าสัดส่วนประชากร ดังนี้ การเลือกสุ่ม ตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) และ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าทุก ๆ หน่วย หรือทุก ๆ สมาชิกในประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่า ๆ กัน และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2542)

$$\text{สูตรคำนวณ} \quad n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

กำหนดให้  $n$  = คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = คือ ขนาดของประชากรที่ใช้ศึกษา

$e$  = คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (ขนาดของ

ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5 % โดยใช้ค่า 0.05)

เมื่อนำไปแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{224}{1+224(0.05)^2}$$

$$n = 144.58$$

จากสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาคือ จำนวน 145 คน

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษาวิจัยไว้โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรต้น (Independent Variables) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) และตัวแปรควบคุม (Controlled Variables) ตัวแปรที่นำมาศึกษาได้หีบขบแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กร สตริงเจอร์ (Stringer, 2002) ได้แบ่งองค์ประกอบบรรยากาศองค์กร ได้เป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านโครงสร้างองค์กร
- 2) ด้านมาตรฐานการทำงาน
- 3) ด้านความรับผิดชอบ
- 4) ด้านกำลังใจชื่นชม
- 5) ด้านการสนับสนุน
- 6) ด้านความผูกพัน

ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันในองค์กร ได้อ้างจากทฤษฎีของ สเตียร์ (Steers, 1977) ประกอบไปด้วยตัวแปรดังนี้

- 1) ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร
- 2) ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ
- 3) ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วยข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม แบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จากกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

**ส่วนที่ 1:** คำถามเกี่ยวกับด้านลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2553) มีข้อคำถาม รวม 5 ข้อ

**ส่วนที่ 2:** แบบสอบถามวัดปัจจัยของบรรยากาศองค์กร โดยดัดแปลงแบบสอบถามจากงานวิจัยของ ลัดดา พัชรวิภาส (2550) ที่ได้ทำการวัดบรรยากาศองค์กร จากแนวคิดและทฤษฎีของ สตริงเจอร์ (Stringer, 2002) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับด้านบรรยากาศองค์กร มีข้อคำถาม รวม 26 ข้อ ซึ่งมีองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้

1. โครงสร้างขององค์กร (5 ข้อ)
2. มาตรฐานการทำงาน (5 ข้อ)
3. ความรับผิดชอบในการทำงาน (5 ข้อ)
4. การชื่นชม (3 ข้อ)
5. การสนับสนุน (5 ข้อ)
6. ความรู้สึกผูกพัน (3 ข้อ)

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบตามความรู้สึกของผู้ตอบ โดยใช้ค่าประเมินแบบ Rating scale 5 ระดับ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3:** แบบสอบถามด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยผู้วิจัยได้อ้างอิงมาจากแบบสอบถามสำเร็จรูปของ (ศรีสุนันท์ วัฒนา, 2559) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของสเตียร์

(Steers,1977) เป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ เพื่อใช้วัดความผูกพันของพนักงานในองค์กร มีข้อคำถาม รวม 16 ข้อ มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร (6 ข้อ)
2. ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ (5ข้อ)
3. ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป (5 ข้อ)

โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับ คะแนนในการอภิปรายผล ได้มาจากสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549 น. 129) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตรของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{ส่วนจำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยแบ่งระดับคะแนนสอบถามบรรยากาศภายในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้คะแนนเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เป็นเกณฑ์คะแนน ดังนี้

**การแปรผลส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม (ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร)**

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปรผล
4.21 – 5.00	บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	บรรยากาศภายในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด



### การแปรผลส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม (ความผูกพันต่อองค์กร)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปรผล
4.21 – 5.00	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ดังนั้น เมื่อต้องการทราบระดับบรรยากาศในองค์กร และ ความผูกพันต่อองค์กร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้พิจารณาจาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ว่าอยู่ในระดับใด หากผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นไปในเชิงบวกจะได้ระดับคะแนนรวมสูง หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะของตัวแปรนั้นหรือตรงกับลักษณะของตัวเองในเรื่องนั้นสูง แต่หากผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะในทางลบ จะได้ระดับคะแนนรวมค่าน้อยที่สุด ซึ่งหมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะของตัวแปรนั้นหรือตรงกับลักษณะของตัวเองในเรื่องนั้นต่ำ

### 3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity Test)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเรื่องปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เสร็จแล้วมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

#### 3.5.2 การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือจากการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าครอนบาร์ค แอลฟา ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ หากข้อมูลเพิ่มอธิบายค่าครอนลค์อัลฟ่าพร้อมแนบรูปในภาคผนวก

ในการหาความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานกลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งเดียวกันที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละด้านของแบบสอบถาม ได้รายละเอียดดังนี้

ปัจจัย	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
โครงสร้างองค์กร	5	0.797
มาตรฐานการทำงาน	5	0.858
ความรับผิดชอบในการทำงาน	5	0.797
การชื่นชม	3	0.709
การสนับสนุน	5	0.797
ความผูกพัน	3	0.961
ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร	6	0.899
ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็ม กำลังความสามารถ	5	0.900
ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกของ องค์กรต่อไป	5	0.758

ซึ่งทุกด้านพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงสามารถนำคำถามในแบบสอบถามไปใช้ได้

### 3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิจัยในเรื่อง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่ม GEN Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเพื่อไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังพนักงานกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุระหว่าง (18-38 ปี) ในบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามผ่านสื่อออนไลน์ (Google Form) เพื่อ

นำมาวิเคราะห์ประมวลผลจากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 145 ชุด จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลวิเคราะห์ทางสถิติ

### 3.6.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ แล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการหาคำตอบในการศึกษาและทดสอบ ด้วยโปรแกรม (Statistical Package for the Social Science: SPSS for window) ของคอมพิวเตอร์ตามลักษณะตัวแปรในด้านต่าง ๆ เพื่อที่ผู้วิจัยได้ใช้แปลผลวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถาม

## 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าความถี่ (Frequency) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

สถิติที่ใช้หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความผูกพันในองค์กร

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ บรรยากาศองค์กร ทั้ง 6 ด้าน คือ โครงสร้างขององค์กร, มาตรฐานการทำงาน, ความรับผิดชอบในการทำงาน, การชื่นชม, การสนับสนุน และความรู้สึกผูกพัน ว่าแต่ละด้านมีผลต่อตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร, ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่าง

เต็มกำลังความสามารถ และความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป และศึกษาว่าตัวแปรต้นใดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามมากที่สุด



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การนำเสนอผลการวิจัยประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร
- 4.3 การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร
- 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์
- 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ได้มาตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ จำนวน 145 คน โดยนำเสนอจำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	44	30.3
หญิง	101	69.7
รวม	145	100.0

ตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 101 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 69.7 และเพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20 – 25 ปี	16	11.0
26 – 30 ปี	51	35.2
31 – 35 ปี	47	32.4
36 – 40 ปี	31	21.4
<b>รวม</b>	<b>145</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ ช่วงอายุ 20-25 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อนุปริญญาหรือ ปวส.	87	60.0
ปริญญาตรี	58	40.0
<b>รวม</b>	<b>145</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษานอนปริญญา จำนวน 87 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

อายุงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	27	18.6
1-2 ปี	26	17.9
2-3 ปี	17	11.7

มากกว่า 3ปี	75	51.7
<b>รวม</b>	<b>145</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 3 ปี จำนวน 75 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ ระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ระยะเวลาปฏิบัติงานตั้งแต่ 1-2 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 2-3 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	12	8.3
10,001-20,000 บาท	18	12.4
20,001-30,000 บาท	55	37.9
มากกว่า 30,000 บาท	60	41.4
<b>รวม</b>	<b>145</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 60 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาคือรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

#### 4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรของพนักงานกลุ่ม GEN Y ของบริษัท ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน ด้านการชื่นชม ด้านการสนับสนุน และ ด้านความผูกพัน แสดงในรูปของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
หน่วยงานมีการกำหนดนโยบาย และ เป้าหมายที่ชัดเจน	4.38	0.80	มากที่สุด	1
หน่วยงานมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของ แต่ละคนอย่างชัดเจน	4.31	0.85	มากที่สุด	2
หน่วยงานมีการกำหนดขั้นตอนการทำงาน อย่างชัดเจน	4.28	0.90	มากที่สุด	3
ขั้นตอนการทำงานไม่เป็นอุปสรรคต่อการ ทำงาน	3.68	1.04	มาก	4
ขั้นตอนในการทำงานมีความยืดหยุ่นดี	3.61	1.07	มาก	5
รวม	4.05	0.74	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ หน่วยงานมีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) หน่วยงานมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85) หน่วยงานมีการกำหนดขั้นตอนการทำงานอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
หน่วยงานมีการกำหนดมาตรฐานการ ปฏิบัติงานที่พอดี	3.82	1.01	มาก	5
หน่วยงานมีการกำหนดมาตรฐานการ ปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน	3.96	0.92	มาก	4



บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
หัวหน้างานคอยดูแลการปฏิบัติงานให้ เป็นไปตามมาตรฐาน	4.00	1.02	มาก	3
คอยปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้ดีกว่า ที่กำหนดไว้	4.17	0.87	มาก	1
การให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการ ทำงานมีความชัดเจนดี	4.06	0.86	มาก	2
รวม	4.00	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ คอยปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้ดีกว่าที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87) การให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการทำงานมีความชัดเจนดี (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86) หัวหน้างานคอยดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
สามารถตัดสินใจดำเนินการเองได้ในเรื่อง ที่ได้รับมอบหมาย	3.99	0.83	มาก	2
งานที่รับผิดชอบอยู่มีปริมาณที่พอดี	3.81	0.99	มาก	4
มีความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับ มอบหมาย	4.11	0.89	มาก	1
หัวหน้างานมักจะตัดสินใจทุกเรื่องเอง และ ประกาศให้ผู้ปฏิบัติงานรับทราบ	3.88	1.05	มาก	3
หัวหน้างานมักจะขอความเห็นในเรื่องที่ รับผิดชอบอยู่	3.75	1.13	มาก	5

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
รวม	3.91	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) สามารถตัดสินใจดำเนินการเองได้ในเรื่องที่ได้รับมอบหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83) หัวหน้างานมักจะตัดสินใจทุกเรื่องเอง และประกาศให้ผู้ปฏิบัติงานรับทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
หัวหน้ามักจะชื่นชมอยู่เสมอเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้	3.84	1.09	มาก	3
หัวหน้างานมักจะให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการทำงานอยู่เสมอ	3.88	1.05	มาก	2
หัวหน้างานสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่เสมอ	4.19	0.94	มาก	1
รวม	3.97	0.92	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ หัวหน้างานสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94) หัวหน้างานมักจะให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการทำงานอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05) หัวหน้ามักจะชื่นชมอยู่เสมอเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุน

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
บรรยากาศในหน่วยงานมีความเป็นมิตร	3.91	1.11	มาก	4
ลักษณะการทำงานเป็นแบบพี่น้อง เหมือน เป็นคนในครอบครัว	3.94	0.96	มาก	3
ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับ ลูกน้องอยู่ในระดับดี	4.06	0.99	มาก	1
หัวหน้างานเอาใจใส่ในการทำงาน และ ความเป็นอยู่ของลูกน้อง	3.87	1.09	มาก	5
ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นอยู่ในระดับ ที่ดี	3.95	0.93	มาก	2
รวม	3.95	0.89	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้องอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99) ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นอยู่ในระดับที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93) ลักษณะการทำงานเป็นแบบพี่น้อง เหมือนเป็นคนในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรู้สึกผูกพัน

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
มีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ทำงานในหน่วยงาน นี้	4.33	0.82	มากที่สุด	2
มีความรู้สึกภูมิใจที่บอกใคร ๆ ว่าทำงานใน องค์กรนี้	4.32	0.82	มากที่สุด	3

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
ตั้งใจว่าจะทำงานให้ดีที่สุดเพื่อจะได้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร	4.43	0.80	มากที่สุด	1
รวม	4.36	0.76	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรู้สึกผูกพัน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ตั้งใจว่าจะทำงานให้ดีที่สุดเพื่อจะได้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) มีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ทำงานในหน่วยงานนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82) มีความรู้สึกภูมิใจที่บอกใคร ๆ ว่าทำงานในองค์กรนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82) ตามลำดับ

#### 4.3 การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม GEN Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป โดยแสดงในรูปของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น ดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานในบริษัทนี้	4.37	0.85	มากที่สุด	3
ยินดีและเต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานและบริษัท	4.31	0.78	มากที่สุด	4

มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในบริษัทนี้เสมอ	4.42	0.77	มากที่สุด	1
คิดว่าปัญหาของบริษัทเป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข	4.39	0.74	มากที่สุด	2
คิดว่าการทำงานที่บริษัทนี้ให้ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่เหมาะสม	4.16	0.94	มาก	5
ถ้ามีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่าก็จะยังเลือกทำงานกับบริษัทนี้ต่อไป	4.05	1.02	มาก	6
รวม	4.28	0.70	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในบริษัทนี้เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77) คิดว่าปัญหาของบริษัทเป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าเป็นพนักงานในบริษัทนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	อันดับ
เต็มใจทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ	4.37	0.74	มากที่สุด	1
เต็มใจที่จะทำงานหนักหากการทำงานจะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	4.27	0.80	มากที่สุด	4
จะทำงานที่ไหน ๆ ก็สามารทำงานได้ดีเช่นกัน	4.30	0.75	มากที่สุด	2

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
วิธีการปฏิบัติในบริษัทสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	4.16	0.80	มาก	5
พร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าของบริษัท	4.28	0.80	มากที่สุด	3
รวม	4.28	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เต็มใจทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74) จะทำงานที่ไหน ๆ ก็สามารทำงานได้ดีเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75) พร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิกในองค์กรต่อไป

บรรยากาศภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย	อันดับ
พอใจที่จะทำงานล่วงเวลาให้กับบริษัท	3.50	1.33	มาก	5
พอใจที่ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม	4.06	0.94	มาก	3
มีความตั้งใจที่จะทำงานในบริษัทนี้จนเกษียณอายุ	3.86	1.14	มาก	4
รักษาผลประโยชน์ของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ	4.30	0.79	มากที่สุด	2
มีความยินดีที่จะปกป้องชื่อเสียงของบริษัท	4.40	0.81	มากที่สุด	1
รวม	4.02	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิก ในองค์กรต่อไป โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความยินดีที่จะปกป้องชื่อเสียงของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81) รักษาผลประโยชน์ของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พอใจที่ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94) ตามลำดับ

#### 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม GEN Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ แปลความหมายได้ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 – 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 – 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัย	ความเชื่อมั่นยอมรับ	ความเต็มใจพยายาม	ความต้องการเป็นสมาชิก	โครงสร้างองค์กร	มาตรฐานการทำงาน	ความรับผิดชอบการทำงาน	การชื่นชม	การสนับสนุน	ความรู้สึกผูกพัน
ความเชื่อมั่นยอมรับ	1								
ความเต็มใจพยายาม	.813**	1							
ความต้องการเป็นสมาชิก	.796**	.771**	1						
โครงสร้างองค์กร	.598**	.514**	.615**	1					
มาตรฐานการทำงาน	.600**	.612**	.655**	.715**	1				
ความรับผิดชอบการทำงาน	.626**	.583**	.637**	.673**	.782**	1			
การชื่นชม	.555**	.523**	.512**	.588**	.690**	.657**	1		
การสนับสนุน	.574**	.556**	.566**	.609**	.719**	.692**	.926**	1	
ความรู้สึกผูกพัน	.882**	.799**	.752**	.519**	.574**	.563**	.564**	.578**	1

\*\* . มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ดังนี้

ด้านความรู้สึกผูกพัน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ( $r = 0.882$ ) ด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.598$ ) ด้านมาตรฐานการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.600$ ) ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.626$ ) ด้านการชื่นชม มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.555$ ) ด้านการสนับสนุน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.574$ ) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01



#### 4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ ดังนี้ ด้านความรู้สึกรักผูกพัน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ( $r = 0.799$ ) ด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.514$ ) ด้านมาตรฐานการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.612$ ) ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.583$ ) ด้านการชื่นชม มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.523$ ) ด้านการสนับสนุน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.556$ ) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร ดังนี้ ด้านความรู้สึกรักผูกพัน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ( $r = 0.752$ ) ด้านโครงสร้างองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.615$ ) ด้านมาตรฐานการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.655$ ) ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.637$ ) ด้านการชื่นชม มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.512$ ) ด้านการสนับสนุน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.566$ ) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ในการวิเคราะห์ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม GEN Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีผลการวิเคราะห์โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

Sig. หมายถึง ระดับนัยสำคัญ

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เป็นค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการกับตัวแปรตาม

$R^2$  หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (Coefficient of Multiple Determination) เป็นค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการที่มีผลต่อตัวแปรตาม หรือตัวแปรอิสระทั้งหมดที่อยู่ในสมการสามารถอธิบายการผันแปรตามได้มากน้อยเพียงใด

Adjusted  $R^2$  หมายถึง ค่า  $R^2$  ที่ปรับแก้แล้ว

Std. Error of Estimate หมายถึง ค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการในรูปคะแนนดิบ

Beta หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน

T หมายถึง ค่าสถิติในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่า

Sig of F หมายถึง ค่านัยสำคัญของสถิติทดสอบ F-test ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวน

**4.5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร**

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.267	0.177		1.511	0.133
	โครงสร้างองค์กร	0.142	0.053	0.149	2.681	0.008**
	มาตรฐานการทำงาน	-0.030	0.061	-0.034	-0.489	0.626
	ความรับผิดชอบการทำงาน	0.154	0.067	0.148	2.310	0.022*
	การชื่นชม	-0.022	0.076	-0.029	-0.295	0.768
	การสนับสนุน	-0.006	0.082	-0.008	-0.076	0.940
	ความรู้สึผูกพัน	0.704	0.044	0.762	15.882	0.000**
R = 0.901, R <sup>2</sup> = 0.813, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.804, Durbin-Watson = 2.051						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig of F = 0.000) และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กร ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร (p = 0.008) ด้านความรู้สึผูกพัน (p = 0.000) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านความรับผิดชอบการทำงาน (p = 0.022) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายขององค์กรพบว่า ด้านความรู้สึผูกพัน (Beta = 0.762) ส่งผลต่อความรู้สึผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายขององค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์กร (Beta = 0.149) ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน (Beta = 0.148) ตามลำดับ

นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพของการพยากรณ์ ( $R^2 = 0.813$ ) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายขององค์กร คิดเป็นร้อยละ 81.3 โดยมีความคาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.312$

ในการสร้างสมการพยากรณ์นั้น ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุดคือ ด้านความรู้สึกผูกพัน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.704 รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.154 และด้านโครงสร้างองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.142 โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายขององค์กร ได้ร้อยละ 81.3 ( $R^2 = 0.813$ ) ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y_{\text{(ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร)}} = 0.267 + 0.142(\text{โครงสร้างองค์กร}) + 0.154(\text{ความรับผิดชอบการทำงาน}) + 0.704(\text{ความรู้สึกผูกพัน})$$

โดย Y หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กร

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้า โครงสร้างองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายขององค์กรเพิ่มขึ้น 0.142 หน่วย หรือถ้าความรู้สึกผูกพันเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายขององค์กรเพิ่มขึ้น 0.704 หน่วย เป็นต้น

**4.5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ**

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.776	0.228		3.406	0.001
	โครงสร้างองค์กร	-0.005	0.068	-0.005	-0.071	0.944
	มาตรฐานการทำงาน	0.158	0.078	0.183	2.025	0.045*
	ความรับผิดชอบการทำงาน	0.081	0.086	0.079	0.946	0.346
	การชื่นชม	-0.090	0.097	-0.119	-.920	0.359
	การสนับสนุน	0.079	0.106	0.101	0.746	0.457
	ความรู้สึกรักผูกพัน	0.599	0.057	0.660	10.491	0.000**
R = 0.823, R <sup>2</sup> = 0.678, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.664, Durbin-Watson = 2.593						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig of F = 0.000) และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ได้แก่ ด้านมาตรฐานการทำงาน ( $p = 0.045$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านความรู้สึกรักผูกพัน ( $p = 0.000$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ พบว่า ด้านความรู้สึกรักผูกพัน (Beta = 0.660) ส่งผลต่อความรู้สึกรักผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่

จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านมาตรฐานการทำงาน (Beta = 0.183) ตามลำดับ

ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุดคือ ด้านความรู้สึกรู้สึกผูกพัน มีมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.599 รองลงมาคือ ด้านมาตรฐานการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.158 โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ได้ร้อยละ 67.8 ( $R^2 = 0.678$ ) โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.401$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y_{\text{(ความเต็มใจที่จะความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ)}} = 0.776 + 0.158(\text{มาตรฐานการทำงาน}) + 0.599(\text{ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน})$$

โดย Y หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กร

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้ามาตรฐานการทำงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.158 หน่วย หรือ ถ้าความรู้สึกรู้สึกผูกพันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย และด้านอื่นคงที่จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.599 หน่วย

4.5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะคงอยู่ความเป็นสมาชิกขององค์กร

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.213	0.266		-0.800	0.425
	โครงสร้างองค์กร	0.181	0.080	0.167	2.276	0.024*
	มาตรฐานการทำงาน	0.174	0.091	0.174	1.910	0.058
	ความรับผิดชอบการทำงาน	0.163	0.100	0.138	1.633	0.105
	การชื่นชม	-0.238	0.114	-0.272	-2.092	0.038*
	การสนับสนุน	0.169	0.123	0.188	1.373	0.172
	ความรู้สึกรักผูกพัน	0.560	0.067	0.533	8.404	0.000**
R = 0.820, R <sup>2</sup> = 0.673, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.658, Durbin-Watson = 2.304						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig of F = 0.000) และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร (p = 0.024) ด้านการชื่นชม (p = 0.038) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านความรู้สึกรักผูกพัน (p = 0.000) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปพบว่า ด้านความรู้สึกรักผูกพัน (Beta = 0.533) ส่งผลต่อความรู้สึกรักผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์กร (Beta = 0.167) และด้านการชื่นชม (-0.272)

ตัวแปรบรรยากาศภายในองค์กรที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุดคือ ด้านความรู้สึกผูกพัน มีมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.560 รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.181 และด้านการชื่นชม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ -0.238 โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ร้อยละ 67.3 ( $R^2 = 0.673$ ) โดยมีความคาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.468$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y_{\text{(ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กร)}} = -0.213 + 0.181(\text{โครงสร้างองค์กร}) - 0.238(\text{การชื่นชม}) + 0.560(\text{ความรู้สึกผูกพัน})$$

โดย Y หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กร

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้าโครงสร้างองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.181 หน่วย หรือถ้าความรู้สึกผูกพันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.560 หน่วย เป็นต้น

#### 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	ปฏิเสธสมมติฐาน



- สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความ  
รับผิดชอบในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ  
พนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและ  
ค่านิยมขององค์กร ยอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม  
ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความ  
เชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 5** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการ  
สนับสนุนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y  
ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 6** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความผูกพัน  
ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความ  
เชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ยอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 7** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้าง  
องค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y  
ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 8** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐาน  
การทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen  
Y ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลัง  
ความสามารถ ยอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 9** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความ  
รับผิดชอบในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ  
พนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่าง  
เต็มกำลังความสามารถ ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 10** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม  
ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความ  
เต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ปฏิเสธสมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 11** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 12** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความผูกพันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ ขอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 13** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ขอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 14** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 15** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 16** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ขอมรับสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 17** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการสนับสนุนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ปฏิเสธสมมติฐาน
- สมมติฐานที่ 18** ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความผูกพันส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ขอมรับสมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายขายประกันภัยรถยนต์ ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-38 ปี (Gen Y) จำนวน 145 คน ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
- 5.5 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหาร
- 5.6 ข้อจำกัดทางการวิจัย

#### 5.1 สรุปผลจากการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานฝ่ายขายของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 145 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.7 มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.4

##### 5.1.2 ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กร

บรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครในความคิดเห็นของพนักงานชายกลุ่ม Gen Y มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความรู้สึก

ผูกพัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านมาตรฐานการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านการชื่นชม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านการสนับสนุน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และด้านความรับผิดชอบการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

### 5.1.3 ความผูกพันต่อองค์กร

พนักงานชาย กลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.28) และด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.02)

### 5.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายชาย กลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูงในด้านความรู้สึกผูกพัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในด้านโครงสร้างองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน ด้านความรับผิดชอบการทำงาน ด้านการชื่นชม และด้านการสนับสนุน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายชาย กลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ มีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูงในด้านความรู้สึกผูกพัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในด้านโครงสร้างองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน ด้านความรับผิดชอบการทำงาน ด้านการชื่นชม และด้านการสนับสนุน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายชาย กลุ่ม Gen Y ของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร มีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูงในด้านความรู้สึกผูกพัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในด้านโครงสร้างองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน ด้านความรับผิดชอบการทำงาน ด้านการชื่นชม และด้านการสนับสนุน

### 5.1.5 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

บรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร คือ ด้านความรู้สึกผูกพัน ด้านความรับผิดชอบการทำงาน และด้านโครงสร้างองค์กร ตามลำดับ

บรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ คือ ด้านความรู้สึกผูกพัน และด้านมาตรฐานการทำงาน ตามลำดับ

บรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ด้านความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป คือ ด้านความรู้สึกผูกพัน ด้านโครงสร้างองค์กร และด้านการชื่นชมตามลำดับ

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้านความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

ส่วนปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านโครงสร้างองค์กร มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรับผิดชอบการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านมาตรฐานการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการชื่นชม มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะในด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์แล้ว ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและ

ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลัง ความสามารถ และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กรยังสอดคล้องกับ สิริยา บุญธรรม (2558) ศึกษาเรื่องบรรยากาศสององค์การพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ ความพึงพอใจในงาน กรณีศึกษาโรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับการรับรู้บรรยากาศสององค์การและความพึงพอใจในงานและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงและมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกันในระดับมาก ซึ่ง Stringer (2002) เห็นว่า ความรู้สึกผูกพัน (Commitment) สะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันและความมุ่งมั่นภายใน องค์กรของคนทีปฏิบัติงานอยู่ อีกทั้งความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความตั้งใจที่ จะทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ศฤงคาร (2561) ศึกษาเรื่องบรรยากาศสององค์การและคุณภาพชีวิตการทำงานที่ผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของ พนักงาน ผลการศึกษาพบว่าบรรยากาศสององค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมี ประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ บุญกร ทรมิฤทธิ์ (2559) ศึกษาเรื่องภาวะผู้ตาม บรรยากาศภายในการทำงาน ความสุขในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรของ พนักงาน ผลการศึกษาพบว่าบรรยากาศในการทำงานและความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมาก และด้านความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการ ทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระดับที่สูงแสดงให้เห็นได้ ว่าบุคลากรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรปวีณ์ ตากำ (2558) ในความ รับผิดชอบของตัวพนักงานเองและความรับผิดชอบต่อผู้อื่นภายในองค์กร ศึกษาเรื่องบรรยากาศ องค์กรที่สนับสนุนการเกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อบรรยากาศในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ความผูกพันและการ สนับสนุนมีมาตรฐานที่มีค่าเฉลี่ยสูงทั้ง 3 ด้าน ส่วนด้านโครงสร้าง ความรับผิดชอบและการยอมรับ หรืองานที่เกี่ยวข้องกัน ประสิทธิภาพขององค์กรจะไม่มีอยู่เลย ถ้าหากตัวพนักงานไม่สามารถสร้าง จิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเป็นทีมภายในองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับอัจฉรา เฉลยสุข (2556) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของบรรยากาศสององค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงาน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าได้รับ อิทธิพลจากคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยที่มีความผูกพันต่อองค์กร โดย คุณลักษณะของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันในองค์กรจะสามารถสร้างสภาพแวดล้อม และบรรยากาศในการทำงานส่งผลทางด้านกายภาพสังคม และ จิตใจอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับสุก ลักษณ์ พรหมสร (2558) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้ รูปแบบภาวะผู้นำของพนักงาน ความผูกพันในงานกับความพึงพอใจในงาน ผลการศึกษาพบว่า

รับรู้ด้านภาวะผู้นำของพนักงานและความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและด้านความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นกัน ที่พบว่าบรรยากาศในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ยังสอดคล้องกับรัตติกาล โปธิทอง (2557) ศึกษาเรื่องการศึกษาคูณสมบัติส่วนบุคคล ภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรระดับปฏิบัติการย่านสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในการทำงานมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศการทำงาน โดยผู้บริหารสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในบรรยากาศที่เน้นความเป็นกันเองและความสำคัญต่อพนักงานเพื่อให้มีความผูกพันต่อองค์กร และบรรยากาศการทำงานพบว่าผู้นำแบบผู้บริหารมุ่งเน้นบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดความสำเร็จ ในการทำงาน

ดังนั้น ผู้บริหารก็ต้องยอมรับกับผลที่เกิดขึ้นถ้าหากไม่มีการปรับเปลี่ยนบรรยากาศหรือกฎข้อบังคับภายในองค์กรก็จะทำให้ยากที่จะควบคุมให้เข้าไปในทิศทางเดียวกันกับองค์กร โดยการปรับเปลี่ยนบรรยากาศภายในองค์กรถ้าหากมีการร่วมมือกันระหว่างผู้บริหาร และพนักงานเนื่องจากพนักงานเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งถ้าหากมีการร่วมมือกันก็จะทำให้เพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความรู้ระหว่างกันมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ ๆ (Edmondson, 1999)

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรของบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้านความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย กลุ่ม Gen Y ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ และด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร อีกทั้งเมื่อพิจารณาในด้านความสัมพันธ์แล้ว ด้านความผูกพันต่อองค์กรก็มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านเช่นกัน ดังนั้น ในการเสริมสร้างบรรยากาศขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรจึงควรมุ่งเน้นในด้านความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด เนื่องจากความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรสะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันและความมุ่งมั่นภายในองค์กรของคนปฏิบัติงานอยู่ อีกทั้งความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความตั้งใจที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระดับที่สูงแสดงให้เห็นได้ว่าบุคลากรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ในความรับผิดชอบของตัวพนักงานเองและความรับผิดชอบต่อผู้อื่นภายในองค์กร หรืองานที่เกี่ยวข้องกัน ประสิทธิภาพของ

องค์กรจะไม่มีอยู่เลย ถ้าหากตัวพนักงานไม่สามารถสร้างจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเป็นทีมภายในองค์กร

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ควรให้ความสนใจกับปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านความรู้สึกรู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยทำการศึกษาถึงวิธีการเสริมสร้างความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาจากบริษัท หรือองค์กรที่ประสบความสำเร็จหรือมีชื่อเสียงในด้านการสร้างความรู้สึกรู้สึกผูกพันต่อองค์กร และทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรที่มีผลต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยขยายขอบเขตการศึกษา กับบริษัทอื่น ๆ ในวงกว้างมากขึ้น

#### 5.5 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหาร

1. โดยผู้บริหารควนสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในบรรยากาศที่เน้นความเป็นกันเองและความสำคัญต่อพนักงานเพื่อให้มีความผูกพันต่อองค์กร มุ่งเน้นบรรยากาศมีมุมพักผ่อนหย่อนใจที่กระตุ้นให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน
2. ควรมีการปรับเปลี่ยนบรรยากาศภายในองค์กร โดยมีการร่วมมือระหว่างผู้บริหารและพนักงาน โดยมีการจัดกีฬา กิจกรรมสันทนาการเพื่อมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันมากขึ้น

#### 5.6 ข้อจำกัดทางการวิจัย

1. ขนาดตัวอย่างการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 145 คน เป็นเพียงบางส่วนของแผนกทีมงานขายประกันภัยรถยนต์ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จึงอาจยังไม่ใช่ตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด และทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้มากเท่าที่ควร
2. เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การรวบรวมข้อมูลและการสำรวจมีระยะเวลาที่จำกัด ส่งผลต่อกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูล



## บรรณานุกรม

- กนกพร ทวีพัฒน์. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร : กรณีองค์การสื่อสารโทรคมนาคม. Veridian E- Journal , Silpakorn University , 1(1), 36-47.
- กรปวีณ์ ตาก้า. (2558). บรรยากาศองค์กรที่สนับสนุนการเกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทย. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- กัลยา วาณิชย์บัญชา.(2542). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติเพื่อการตัดสินใจ.พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย
- กาญจนา ฤกษ์สงเคราะห์. (2552). การศึกษาปัจจัยจูงใจและสาเหตุของแนวโน้มที่พนักงานลาออกจากองค์กรในช่วงอายุงานไม่เกิน 5 ปี ของบริษัท อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. โครงการพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกียรติคุณบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549).การวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research). คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สืบค้นวันที่ 1 มีนาคม 2563 จาก <http://nakhonsawanresearch.blogspot.com/2011/07/quantitative-research.html>
- ความหมายขององค์กร. สื่อบนออนไลน์ (2558). สืบค้นวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://www.im2market.com/2015/12/12/2175>
- ตันหยง ชุนศิริทรัพย์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์กรกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท นิตพอยน์ จำกัด. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ทิพย์วดี แยมชื่นพงศ์. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาองค์กรเพื่อการศึกษาวิจัยทางคลินิก. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เทพวรรณ ปรีดาเกษมสิน. (2554). ระบบการจัดการความรู้ด้านการบูรณาการฐานข้อมูลของสำนักงานอัยการสูงสุด. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ญาดา สามารถ. (2558). ภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของพนักงานเจเนอเรชั่นเอกซ์และเจนเนอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณิชารีย์ แก้วไชยษา. (2559). ความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพจิต ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธัญกิตติ์ จันทร์ศรี. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม เจเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษาพนักงานภายใต้ธุรกิจค้าผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศ บริษัท ซีพีเอฟ เทรค ดิง จำกัด. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น
- บทความด้านสุขภาพจิต. สื่อออนไลน์ (2562). สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://www.dmh.go.th/news/>
- บุษกร ตรีภุทธี. (2559). ภาวะผู้ตามบรรยากาศในการทำงาน ความสุขในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2553). การใช้ลักษณะทั่วไปด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ : ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย จำกัด.
- เบญจวรรณ ศฤงคาร, กฤษดา เขียววัฒนสุข, และจุฑามาศ เจริญสุข. (2561). บรรยากาศองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา ปีที่7 ฉบับที่1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประดิษฐ์พงษ์ สร้อยเพชร. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่ง ส่วนงานวิศวกรรมที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ใดกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- พลุ เศษะรินทร์. (2554). ความหมายและองค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นออนไลน์ สืบค้นวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=บรรยากาศในองค์กร>
- มรกต เจียประเสริฐ. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานตำแหน่งวิศวกรของบริษัทแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- เมทินี สิริสาร. (2554). ความคาดหวังเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันของหัวหน้างานกับลูกน้องใหม่. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รพีพัฒน์ ศรีศิริลักษณ์. (2559). การรับรู้บรรยากาศองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานประจำสังกัดสายทรัพยากรบุคคลและกำกับกิจกรรมองค์การ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).
- รัชฎา อธิสนธิสกุล, และอ้อยอูมา รุ่งเรือง. (2548). การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ ในที่ทำงาน. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- รัตติกาล โพธิ์ทอง. (2557). การศึกษาคุณสมบัติส่วนบุคคล ภาวะผู้นำและบรรยากาศการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรระดับปฏิบัติการย่านสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ลัดดา พัชรวิภาส. (2550). บรรยากาศองค์การที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน และ ประสิทธิภาพในการทำงาน กรณีศึกษา: พนักงานชั่วคราว บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร) คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วารสาร ธุรกิจปริทัศน์.(2558). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
 วิทยาลัยศิลปศึกษา. (2549). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิจิตร  
 หัตถกร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2549). การวิจัยตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรณสวาร  
 จำกัด
- บริษัททีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). ภาพรวมการประกอบธุรกิจ. สืบค้นเมื่อวันที่ 2  
 มีนาคม 2563 จาก <https://www.tqmcorp.co.th/aboutus>
- ศรีสุนันท์ วัฒนา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท เอชจีเอสที  
 (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
- สุทธกานต์ มิตรกุล. (2559). เจเนอเรชันวายในองค์กร: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความ  
 สอดคล้องของค่านิยมกับความผูกพันต่อองค์กร. บทความวิจัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภลักษณ์ พรหมสร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้รูปแบบ  
 ภาวะผู้นำของพนักงาน ความผูกพันในงานกับความพึงพอใจในงาน. วิทยานิพนธ์  
 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา  
 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สราวลี แสงแสวง. (2559). คุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตในการทำงานของ  
 พนักงานระดับปฏิบัติการเจนเนอเรชั่น X และเจนเนอเรชั่น Y. สารนิพนธ์ศิลปศาสตร  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสังคม ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ คณะสังคม  
 สงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สรียา บุญธรรม. (2558). บรรยากาศองค์การ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และ ความ  
 พึงพอใจในงาน : กรณีศึกษาโรงแรมสามพราน ริเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม. ศิลปศา  
 สตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะ  
 ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อักรัช แสนสิงห์. (2560). บรรยากาศองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานประจำสำนักงานบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขานครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- อัจจิมา บำเพ็ญบุญ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย FACTORS AFFECTING JOB SATISFACTION OF GEN Y. บทความวิจัยหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด
- อัจฉรา เฉลยสุข. (2556). อิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรคุณภาพ การให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีชัยบุรี
- Komalaa Naaidu. (2019). The Influence of Work Motivation on Turnover Intention among Gen Y Employees. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE). Retrieved from <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i3S2/C12261083S219.pdf>
- Lim Xtn Yi. (2014). Factors that Affect Generation Y Workers' Organizational Commitment. Research project Master of Business Administration Universiti Tunku Abdul Rahman Faculty of Accountancy and Management. Retrieved from <http://eprints.utar.edu.my/1303/1/MBA-2014-1106204-1.pdf>
- Patricia A. Lapoint & Ann Liprie-Spence. (2017). Employee Engagement: Generational Differences in the Workforce. Journal of Organizational Psychology, Vol. 17, Issue. 5, pp. 118-128. Accessed at [http://www.digitalcommons.www.na-businesspress.com/JOP/LapointPA\\_17\\_5\\_.pdf](http://www.digitalcommons.www.na-businesspress.com/JOP/LapointPA_17_5_.pdf)
- Richard M. Steers. (1977). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Source: Administrative Science Quarterly, Vol. 22, No. 1, pp. 46-56 Published by: Sage Publications, Inc. on behalf of the Johnson Graduate School of Management, Cornell University. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/pdf/2391745.pdf>
- Somers. (1995). Organizational commitment, Turnover and Absenteeism: An Examination of Direct and Interaction Effects. Journal of Organizational Behavior, Vol. 16, No. 1, pp. 49-58. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2488612>
- Wanda Kopertynska, M. & Kmiotek, K. (2015). Engagement of employees of Generation Y – Theoretical Issues. Journal Argumenta Oeconomica Issue nr 2 (35) Pages 185-201 Wroclaw University of Economics, Poland. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/a839/dbdc4c539cf234afd16a97cd9d113554f656>



## ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาหาข้อมูลแบบค้นคว้าอิสระของนักศึกษาคณะการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Gen Y กรณีศึกษาบริษัทประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กรของพนักงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพัน

หมายเหตุ ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และครบทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อรายบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

นางสาวกฤตยา สุขสุคนธ์  
นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการธุรกิจ  
วิทยาลัยการจัดการมหิดล



## ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ที่ตรงกับความจริงของท่าน

### 1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

### 2. อายุ

1) 20 – 25 ปี

2) 26 – 30 ปี

3) 31 – 35 ปี

4) 36 – 40 ปี

### 3. ระดับการศึกษา

1) อนุปริญญา, ปวส.

2) ปริญญาตรี

3) ปริญญาโท

4) ปริญญาเอก

### 4. อายุงาน

1) น้อยกว่า 1 ปี

2) 1-2 ปี

3) 2-3 ปี

4) มากกว่า 3 ปี

### 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ไม่เกิน 10,000 บาท

2) 10,001-20,000 บาท

3) 20,001- 30,000 บาท

4) มากกว่า 30,000 บาท

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นกับบรรยากาศภายในองค์กร

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความคิดเห็นของท่าน และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคำตอบที่ท่านเห็นว่า สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ด้านบรรยากาศองค์กร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านโครงสร้างองค์กร</b>						
1.	หน่วยงานของท่านมีการกำหนดนโยบาย และ เป้าหมายที่ชัดเจน					
2.	หน่วยงานของท่านมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนอย่างชัดเจน					
3.	หน่วยงานของท่านมีการกำหนดขั้นตอนการทำงานอย่างชัดเจน					
4.	ขั้นตอนการทำงานไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน					
5.	ขั้นตอนในการทำงานมีความยืดหยุ่นดี					
<b>ด้านมาตรฐานการทำงาน</b>						
6.	หน่วยงานของท่านมีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่พอดี					
7.	หน่วยงานของท่านมีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน					
8.	หัวหน้างานคอยดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน					
9.	ท่านจะคอยปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้ดีกว่าที่กำหนดไว้					
10.	การให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการทำงานมีความชัดเจนดี					

ข้อ	ด้านบรรยากาศองค์กร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน</b>						
11.	ท่านสามารถตัดสินใจดำเนินการเองได้ในเรื่องที่ได้รับมอบหมาย					
12.	งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่มีปริมาณที่พอดี					
13.	ท่านมีความพึงพอใจที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย					
14.	หัวหน้างานมักจะตัดสินใจทุกเรื่องเอง และประกาศให้ผู้ปฏิบัติงานรับทราบ					
15.	หัวหน้างานมักจะขอความเห็นจากท่านในเรื่องที่ท่านรับผิดชอบอยู่					
<b>ด้านการชื่นชม</b>						
16.	หัวหน้ามักจะชื่นชมอยู่เสมอ เมื่อท่านปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้					
17.	หัวหน้างานมักจะให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการทำงานของท่านอยู่เสมอ					
18.	หัวหน้างานสนับสนุนให้ท่านมีการพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่เสมอ					
<b>ด้านการสนับสนุน</b>						
19.	บรรยากาศในหน่วยงานของท่านมีความเป็นมิตร					
20.	ลักษณะการทำงานเป็นแบบพี่น้อง เหมือนเป็นคนในครอบครัว					
21.	ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้องอยู่ในระดับดี					
22.	หัวหน้างานเอาใจใส่ในการทำงาน และความ เป็นอยู่ของลูกน้อง					
23.	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นอยู่ในระดับที่ดี					

ข้อ	ด้านบรรยากาศองค์กร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความรู้สึกผูกพัน						
24.	ท่านมีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ทำงานในหน่วยงานนี้					
25.	ท่านมีความรู้สึกภูมิใจที่บอกใคร ๆ ว่าทำงานในองค์กรนี้					
26.	ท่านตั้งใจว่าจะทำงานให้ดีที่สุดเพื่อจะได้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร					

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความคิดเห็นของท่าน และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคำตอบที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ด้านความผูกพันต่อองค์กร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร						
1.	ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นว่าท่านเป็นพนักงานในบริษัทนี้					
2.	ท่านยินดีและเต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานและบริษัท					
3.	ท่านมีความเชื่อมั่นและศรัทธาในบริษัทนี้เสมอ					
4.	ท่านคิดว่าปัญหาของบริษัทเป็นเรื่องที่พนักงานทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข					
5.	ท่านคิดว่าการทำงานที่บริษัทนี้ ให้ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่เหมาะสม					
6.	ถ้าท่านมีโอกาสเปลี่ยนงานที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า ท่านยังเลือกทำงานกับบริษัทนี้ต่อไป					

ข้อ	ด้านความผูกพันต่อองค์กร	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ						
7.	ท่านเต็มใจทุ่มเทความพยายามในการทำงาน เพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ					
8.	ท่านเต็มใจที่จะทำงานหนักหากการทำงานของท่าน ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย					
9.	ท่านจะทำงานที่ไหน ๆ ท่านก็สามารถทำงานได้ดีเช่นกัน					
10.	วิธีการปฏิบัติในบริษัทสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่ท่าน					
11.	ท่านพร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อความก้าวหน้าของบริษัท					
ด้านความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิกในองค์กรต่อไป						
12.	ท่านพอใจที่จะทำงานล่วงเวลาให้กับบริษัท					
13.	ท่านพอใจที่ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม					
14.	ท่านมีความตั้งใจที่จะทำงานในบริษัทนี้จนเกษียณอายุ					
15.	ท่านรักษาผลประโยชน์ของบริษัทเป็นเรื่องสำคัญ					
16.	ท่านมีความยินดีที่จะปกป้องชื่อเสียงของบริษัท					

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย

**ภาคผนวก ข**  
**การทดสอบค่าทางสถิติ**  
**การวิเคราะห์สถิติ**

**Frequencies**

		Statistics				
		เพศ	อายุ	การศึกษา	อายุงาน	รายได้
N	Valid	145	145	145	145	145
	Missing	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

		เพศ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	44	30.3	30.3	30.3
	หญิง	101	69.7	69.7	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

		อายุ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 ปี	16	11.0	11.0	11.0
	26-30 ปี	51	35.2	35.2	46.2
	31-35 ปี	47	32.4	32.4	78.6
	36-40 ปี	31	21.4	21.4	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

		การศึกษา			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	อนุปริญญา, ปวส.	87	60.0	60.0	60.0
	ปริญญาตรี	58	40.0	40.0	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

		อายุงาน			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 1 ปี	27	18.6	18.6	18.6
	1-2 ปี	26	17.9	17.9	36.6
	2-3 ปี	17	11.7	11.7	48.3
	มากกว่า 3 ปี	75	51.7	51.7	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

## รายได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่เกิน 10,000 บาท	12	8.3	8.3	8.3
	10,001-20,000 บาท	18	12.4	12.4	20.7
	20,001-30,000 บาท	55	37.9	37.9	58.6
	มากกว่า 30,000 บาท	60	41.4	41.4	100.0
	Total	145	100.0	100.0	

## Descriptive

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
โครงสร้างองค์กร 1	145	2	5	4.38	.800
โครงสร้างองค์กร 2	145	1	5	4.31	.854
โครงสร้างองค์กร 3	145	1	5	4.28	.903
โครงสร้างองค์กร 4	145	1	5	3.68	1.039
โครงสร้างองค์กร 5	145	1	5	3.61	1.075
มาตรฐานการทำงาน 1	145	1	5	3.82	1.012
มาตรฐานการทำงาน 2	145	1	5	3.96	.920
มาตรฐานการทำงาน 3	145	1	5	4.00	1.021
มาตรฐานการทำงาน 4	145	1	5	4.17	.874
มาตรฐานการทำงาน 5	145	1	5	4.06	.864
ความรับผิดชอบ 1	145	2	5	3.99	.833
ความรับผิดชอบ 2	145	1	5	3.81	.993
ความรับผิดชอบ 3	145	1	5	4.11	.891
ความรับผิดชอบ 4	145	1	5	3.88	1.047
ความรับผิดชอบ 5	145	1	5	3.75	1.128
การชื่นชม 1	145	1	5	3.84	1.091
การชื่นชม 2	145	1	5	3.88	1.051
การชื่นชม 3	145	1	5	4.19	.943
การสนับสนุน 1	145	1	5	3.91	1.111
การสนับสนุน 2	145	1	5	3.94	.963
การสนับสนุน 3	145	1	5	4.06	.988
การสนับสนุน 4	145	1	5	3.87	1.095
การสนับสนุน 5	145	1	5	3.95	.930
ความรู้สึกผูกพัน 1	145	2	5	4.33	.817
ความรู้สึกผูกพัน 2	145	2	5	4.32	.824

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความรู้สึกผูกพัน3	145	2	5	4.43	.798
ความเชื่อมั่น1	145	1	5	4.37	.848
ความเชื่อมั่น2	145	2	5	4.31	.777
ความเชื่อมั่น3	145	2	5	4.42	.770
ความเชื่อมั่น4	145	2	5	4.39	.739
ความเชื่อมั่น5	145	1	5	4.16	.940
ความเชื่อมั่น6	145	1	5	4.05	1.023
ความเต็มใจ1	145	2	5	4.37	.745
ความเต็มใจ2	145	2	5	4.27	.802
ความเต็มใจ3	145	2	5	4.30	.748
ความเต็มใจ4	145	1	5	4.16	.796
ความเต็มใจ5	145	2	5	4.28	.803
ความต้องการ1	145	1	5	3.50	1.334
ความต้องการ2	145	1	5	4.06	.944
ความต้องการ3	145	1	5	3.86	1.136
ความต้องการ4	145	1	5	4.30	.793
ความต้องการ5	145	1	5	4.40	.811
โครงสร้างองค์กร	145	1.60	5.00	4.0538	.73608
มาตรฐานการทำงาน	145	1.20	5.00	4.0000	.80104
ความรับผิดชอบการทำงาน	145	1.60	5.00	3.9076	.67660
การชื่นชม	145	1.00	5.00	3.9703	.91613
การสนับสนุน	145	1.00	5.00	3.9476	.89039
ความรู้สึกผูกพัน	145	2.00	5.00	4.3632	.76267
ความเชื่อมั่นยอมรับ	145	1.83	5.00	4.2826	.70416
ความเต็มใจพยายาม	145	1.80	5.00	4.2759	.69205
ความต้องการเป็นสมาชิก	145	1.80	5.00	4.0248	.80135
Valid N (listwise)	145				





		ความ เชื่อมั่น ยอมรับ	ความเต็ม ใจ พยายาม	ความ ต้องการ เป็น สมาชิก	โครงสร้าง องค์กร	มาตรฐาน การ ทำงาน	ความ รับผิดชอบ การ ทำงาน	การ ชื่นชม	การ สนับสนุน	ความรู้สึ ผูกพัน
ความรู้สึ ผูกพัน	Pearson Correlation	.882**	.799**	.752**	.519**	.574**	.563**	.564**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	145	145	145	145	145	145	145	145	145

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

### Regression

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ความรู้สึ ผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความ รับผิดชอบต่อ การทำงาน, มาตรฐาน การทำงาน, การ สนับสนุน <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นยอมรับ

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.901 <sup>a</sup>	.813	.804	.31146	2.051

a. Predictors: (Constant), ความรูสึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบต่อการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

b. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นยอมรับ

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.014	6	9.669	99.673	.000 <sup>b</sup>
	Residual	13.387	138	.097		
	Total	71.401	144			

a. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นยอมรับ

b. Predictors: (Constant), ความรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.267	.177		1.511	.133
	โครงสร้างองค์กร	.142	.053	.149	2.681	.008
	มาตรฐานการทำงาน	-.030	.061	-.034	-.489	.626
	ความรับผิดชอบการทำงาน	.154	.067	.148	2.310	.022
	การชื่นชม	-.022	.076	-.029	-.295	.768
	การสนับสนุน	-.006	.082	-.008	-.076	.940
	ความรู้สึกผูกพัน	.704	.044	.762	15.882	.000

a. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นยอมรับ

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.0565	4.9752	4.2826	.63473	145
Residual	-.85089	1.20349	.00000	.30490	145
Std. Predicted Value	-3.507	1.091	.000	1.000	145
Std. Residual	-2.732	3.864	.000	.979	145

a. Dependent Variable: ความเชื่อมั่นยอมรับ

## Regression

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ความรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: ความเต็มใจพยายาม

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 <sup>a</sup>	.678	.664	.40141	2.593

a. Predictors: (Constant), ความรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

b. Dependent Variable: ความเต็มใจพยายาม

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.730	6	7.788	48.337	.000 <sup>b</sup>
	Residual	22.235	138	.161		
	Total	68.966	144			

a. Dependent Variable: ความเต็มใจพยายาม

b. Predictors: (Constant), ความรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.776	.228		3.406	.001
	โครงสร้างองค์กร	-.005	.068	-.005	-.071	.944
	มาตรฐานการทำงาน	.158	.078	.183	2.025	.045
	ความรับผิดชอบการทำงาน	.081	.086	.079	.946	.346
	การชื่นชม	-.090	.097	-.119	-.920	.359
	การสนับสนุน	.079	.106	.101	.746	.457
	ความรู้สึกผูกพัน	.599	.057	.660	10.491	.000

a. Dependent Variable: ความเต็มใจพยายาม

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2489	4.9454	4.2759	.56966	145
Residual	-1.27234	.96714	.00000	.39295	145
Std. Predicted Value	-3.558	1.175	.000	1.000	145
Std. Residual	-3.170	2.409	.000	.979	145

a. Dependent Variable: ความเต็มใจพยายาม

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: ความต้องการเป็นสมาชิก

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 <sup>a</sup>	.673	.658	.46830	2.304

a. Predictors: (Constant), ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

b. Dependent Variable: ความต้องการเป็นสมาชิก

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.206	6	10.368	47.274	.000 <sup>b</sup>
	Residual	30.265	138	.219		
	Total	92.471	144			

a. Dependent Variable: ความต้องการเป็นสมาชิก

b. Predictors: (Constant), ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน, โครงสร้างองค์กร, การชื่นชม, ความรับผิดชอบการทำงาน, มาตรฐานการทำงาน, การสนับสนุน

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.213	.266		-.800	.425
	โครงสร้างองค์กร	.181	.080	.167	2.276	.024
	มาตรฐานการทำงาน	.174	.091	.174	1.910	.058
	ความรับผิดชอบการทำงาน	.163	.100	.138	1.633	.105
	การชื่นชม	-.238	.114	-.272	-2.092	.038
	การสนับสนุน	.169	.123	.188	1.373	.172
	ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน	.560	.067	.533	8.404	.000

a. Dependent Variable: ความต้องการเป็นสมาชิก

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.4968	4.9713	4.0248	.65726	145
Residual	-1.42509	1.24994	.00000	.45844	145
Std. Predicted Value	-3.846	1.440	.000	1.000	145
Std. Residual	-3.043	2.669	.000	.979	145

a. Dependent Variable: ความต้องการเป็นสมาชิก

## สถิติการหาค่า Cronbach Alpha

## Reliability

		Notes
Output Created		11-AUG-2020 20:10:43
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=โครงสร้างองค์กร1 โครงสร้างองค์กร2 โครงสร้างองค์กร3 โครงสร้างองค์กร4 โครงสร้างองค์กร5 /SCALE('โครงสร้างองค์กร') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

[DataSet1] D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav

Scale: โครงสร้างองค์กร

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

#### RELIABILITY

/VARIABLES=มาตรฐานการทำงาน1 มาตรฐานการทำงาน2 มาตรฐานการทำงาน3 มาตรฐานการทำงาน4 มาตรฐานการทำงาน5  
 /SCALE('มาตรฐานการทำงาน') ALL  
 /MODEL=ALPHA.

#### Reliability

Notes		
Output Created		11-AUG-2020 20:11:51
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.



Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=มาตรฐานการ ทำงาน1 มาตรฐานการทำงาน2 มาตรฐานการทำงาน3 มาตรฐานการ ทำงาน4 มาตรฐานการทำงาน5 /SCALE('มาตรฐานการทำงาน') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

**Scale: มาตรฐานการทำงาน**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

RELIABILITY

/VARIABLES=ความรับผิดชอบ1 ความรับผิดชอบ2 ความรับผิดชอบ3 ความรับผิดชอบ4 ความรับผิดชอบ5

/SCALE('ความรับผิดชอบในการทำงาน') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

Notes		
Output Created		11-AUG-2020 20:12:43
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=ความรับผิดชอบ1 ความรับผิดชอบ2 ความรับผิดชอบ3 ความรับผิดชอบ4 ความรับผิดชอบ5 /SCALE('ความรับผิดชอบในการ ทำงาน') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

### Scale: ความรับผิดชอบในการทำงาน

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

**RELIABILITY**

/VARIABLES=การชื่นชม1 การชื่นชม2 การชื่นชม3

/SCALE('การชื่นชม') ALL

/MODEL=ALPHA.

**Reliability**

		Notes
Output Created		11-AUG-2020 20:13:16
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=การชื่นชม1 การชื่น ชม2 การชื่นชม3 /SCALE('การชื่นชม') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

Scale: การชื่นชม

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	3

#### RELIABILITY

/VARIABLES=การสนับสนุน1 การสนับสนุน2 การสนับสนุน3 การสนับสนุน4 การสนับสนุน5

/SCALE('การสนับสนุน') ALL

/MODEL=ALPHA.

#### Reliability

#### Notes

Output Created		11-AUG-2020 20:13:46
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=การสนับสนุน1 การ สนับสนุน2 การสนับสนุน3 การ สนับสนุน4 การสนับสนุน5 /SCALE('การสนับสนุน') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

### Scale: การสนับสนุน

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

#### RELIABILITY

/VARIABLES=ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน1 ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน2 ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน3  
/SCALE('ความรู้สึกรู้สึกผูกพัน') ALL  
/MODEL=ALPHA.

### Reliability

#### Notes

Output Created	11-AUG-2020 20:14:31	
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>

	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=ความรู้สึกลูกผูกพัน1 ความรู้สึกลูกผูกพัน2 ความรู้สึกลูกผูกพัน3 /SCALE('ความรู้สึกลูกผูกพัน') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

**Scale: ความรู้สึกลูกผูกพัน**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.961	3

**RELIABILITY**

/VARIABLES=ความเชื่อมั่น1 ความเชื่อมั่น2 ความเชื่อมั่น3 ความเชื่อมั่น4 ความเชื่อมั่น5  
ความเชื่อมั่น6

/SCALE('ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร') ALL

/MODEL=ALPHA.

## Reliability

		Notes
Output Created		11-AUG-2020 20:15:11
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=ความเชื่อมั่น1 ความเชื่อมั่น2 ความเชื่อมั่น3 ความ เชื่อมั่น4 ความเชื่อมั่น5 ความเชื่อมั่น6 /SCALE('ความเชื่อมั่นและการ ยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมของ องค์กร') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

Scale: ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	6

**RELIABILITY**

/VARIABLES=ความเต็มใจ1 ความเต็มใจ2 ความเต็มใจ3 ความเต็มใจ4 ความเต็มใจ5

/SCALE('ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ') ALL

/MODEL=ALPHA.

**Reliability**

Notes		
Output Created		11-AUG-2020 20:15:48
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศ ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY  /VARIABLES=ความเต็มใจ1 ความ เต็มใจ2 ความเต็มใจ3 ความเต็มใจ4 ความเต็มใจ5  /SCALE('ความเต็มใจที่จะใช้ความ พยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ') ALL  /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

Scale: ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถ



### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

### RELIABILITY

/VARIABLES=ความต้องการ1 ความต้องการ2 ความต้องการ3 ความต้องการ4 ความต้องการ5

/SCALE(ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป) ALL

/MODEL=ALPHA.

### Reliability

Notes		
Output Created		11-AUG-2020 20:16:25
Comments		
Input	Data	D:\Analysis\ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร Gen Y\Cronbachalpha30person.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
	Missing Value Handling	Definition of Missing
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=ความต้องการ1 ความต้องการ2 ความต้องการ3 ความ ต้องการ4 ความต้องการ5 /SCALE('ความต้องการที่จะคงอยู่ เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

Scale: ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	5

ค่า Cronbach's Alpha

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	145	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	145	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	47