ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Factors Affecting Organizational Commitment of Generation C Employees in Bangkok Metropolitan Area

พัชราภรณ์ ทะกุล[1]
ดร. เกวลิน เศรษฐกร[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กร รวมถึงปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะงาน และปัจจัยประสบการณ์ในงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ Independent Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานของพนักงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันต่อองค์กร และพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสูงสุด คือ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และระดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านความต่อเนื่อง ตามลำดับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรในยุคดิจิทัลควรให้ความสำคัญ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานและบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความผูกพันและความจงรักภักดีของพนักงานต่อองค์กร

คำสำคัญ : “เจเนอเรชั่นซี” “ความผูกพันต่อองค์กร” “ยุคดิจิทัล”

---

*บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1 นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2 อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ABSTRACT

The purpose of research to study the differences of personal characteristics and organizational commitment and to study relation between personal characteristics, job characteristics and work experience between organizational commitment of Generation C employees. The information were analyzed by percentage, average, standard deviation, and Independent Samples t-test, F-test, Pearson Correlation and Multiple Regression Analysis. The result of this research indicated that Generation C employees in different organizations will have different organizational affiliations. In terms of job characteristics and job work experience of Generation C employees in Bangkok. The relationship is in the same direction as the organizational commitment. The highest level of organizational commitment was found in the Affective Commitment, Normative Commitment and the smallest level is Continuance Commitment respectively, which is a factor that digital organizations should value. This will lead to effective management strategies and personnel. To create engagement and employee loyalty to the organization.

Key words: "Generation C" "Organizational Commitment" "Digital Age"

บทนำ

โลกปัจจุบันมีการพัฒนาเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว โดยอิทธิพลของความก้าวหน้านี้ไม่เพียงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่ การคมนาคมที่ทันสมัย การสื่อสารที่สะดวกสบายยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีการเข้าถึง การเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างทางเลือกที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตรอบด้าน ซึ่งล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตรวมไปถึงการทำงานของคนในยุคปัจจุบัน (Pol Wanchana, 2560)

บุคลากรในยุคดิจิทัล มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตตลอดเวลาซึ่งก่อให้เกิดการเชื่อมโยงบุคลากรในเจเนอเรชั่นต่างๆเข้าด้วยกัน จากการสำรวจล่าสุดโดยบริษัทวิจัยข้อมูลด้านการตลาด “นีลเส็น” จึงได้นิยามกลุ่มลักษณะประชากรกลุ่มใหม่ที่ไม่ได้ใช้หลักอ้างอิงตามช่วง พ.ศ. เกิดอีกต่อไป แต่นิยามตามพฤติกรรมความกระตือรือร้นในการรับข้อมูลข่าวสารของการเป็นคนในยุคดิจิทัล อาทิเช่น การพกเครื่องมือติดต่อสื่อสารหลายประเภท การใช้โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และโซเชียลเน็ตเวิร์ก โดยเรียกพวกเขาว่ากลุ่มคน “เจน-ซี” (Gen-C) หรือ

“Generation C” ย่อมาจากคำว่า “Generation Connected” คือการเชื่อมต่อตลอดเวลา (Nielsan USA., 2010)

การบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัล สิ่งที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรให้ความสำคัญไม่แพ้การจัดการด้านเทคโนโลยีและการจัดการในด้านอื่นๆ นั่นก็คือ "การจัดการทรัพยากรมนุษย์" หรือ "บุคลากร" ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งบุคลากรถือได้ว่าเป็นทรัพยากรหลักที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะนำพาองค์กรให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ในโลกการแข่งขันในปัจจุบัน ดังนั้นสิ่งที่บุคลากรคิด เชื่อ และลงมือทำ ล้วนมีผลในการสร้างและพัฒนาสิ่งใหม่ และอิทธิพลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตนั้น อาจส่งผลต่อความสามารถและประสิทธิภาพและทัศนคติในการทำงานร่วมกันของบุคลากรในยุคปัจจุบัน

ทั้งนี้ท่ามกลางการขับเคลื่อนองค์กรในยุคดิจิตอลที่เข้ามามีบทบาทต่อวิธีคิดและทัศนคติของพนักงานนั้น การที่องค์กรได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของบุคลากร จะเป็นการเสริมสร้างให้บุคลากรเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ยอมรับเป้าหมายและคงอยู่กับองค์กรตลอดไป ดังนั้นสิ่งที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงและตระหนักอยู่เสมอ คือ องค์กรจะพัฒนาอย่างไรเพื่อจูงใจและส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กร เกิดความผูกพันยอมรับเป้าหมายขององค์กร และใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อที่จะทำงานให้กับองค์กรและลดการสูญเสียในสิ่งที่ไม่จำเป็น (ชัยวัฒน์ โอสถอานวยโชค, 2555)

จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ทราบข้อเท็จจริงอันจะนำไปสู่การพัฒนาและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เพื่อให้มีความรักและความผูกพันต่อองค์กรในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะงาน และปัจจัยประสบการณ์ในงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์กรในยุคดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานของการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 : พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัย ส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน
2. สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงานกลุ่ม Generation C ในแขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร
3. สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน ของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร

ขอบเขตของวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรชายและหญิงซึ่งเป็นพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน คำนวณจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะงาน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน
ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวความคิดของ Meyer and Allen (1997) เป็นแนวคิดหลักซึ่งได้แบ่ง ความผูกพันต่อองค์กร ออกเป็น 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์กรด้านคงอยู่ในงาน และความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน และแนวคิดที่อธิบายเพิ่มเติมซึ่งเกี่ยวข้องกับผูกพันต่อองค์กรของ Steers and Porter (1977) ที่อธิบายว่าปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ด้านลักษณะงานและด้านประสบการณ์ในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ทั้งชายและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะงาน และปัจจัยประสบการณ์ในงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ทั้งชายและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ต้องการปรับปรุงและพัฒนาองค์กร เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์กรในยุคดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับ Generation C

ในอดีตเจเนอเรชั่น ตามแนวคิดของชาวตะวันตก ใช้หลักการแบ่งคนตามช่วงอายุ โดยมีการแบ่งคนออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ เจเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวาย

ในปัจจุบันภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ได้มีการแบ่งกลุ่มเจเนอเรชั่นเพิ่มเติม จากการสำรวจล่าสุดโดยบริษัทวิจัยของมูลด้านการตลาดของ “นีลเส็น” (Nielsen USA., 2010) ได้นิยามกลุ่มลักษณะประชากรกลุ่มใหม่ ที่ระบุว่าไม่ได้อ้างอิงตามปีเกิดอีกต่อไป แต่จะนิยามตามพฤติกรรม ความกระตือรือร้นในการรับข้อมูลข่าวสาร หรือเป็นกลุ่มคนยุคดิจิทัล โดยเรียกคนกลุ่มนี้ว่ากลุ่ม “เจเนอเรชั่นซี” (Generation C)และเรียกพวกเขาว่าเป็นคน “เจน-ซี” (Gen-C) ตัว C นี้ย่อมาจากคาว่า “Connectedness” (เจาะเทรนด์โลก 2015, Thailand Creative & Design Center, น.195)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร Meyer & Allen)1991) กล่าวว่า คือ สภาพทางจิตใจที่ทำให้บุคลากรยึดมั่นต่อองค์กร การรับรู้ที่บุคลากรจะไม่ละทิ้งองค์กร รวมถึงความผูกพันและการมีจิตสำนึกที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป เพราะเป็นสิ่งที่เหมาะสมและควรกระทำ ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ในแต่ละด้านแตกต่างกัน ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันด้านจิตใจ คือ การรับรู้ลักษณะงาน ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ลักษณะเฉพาะของงาน ความสำคัญของงาน ความท้าทายของงานและทักษะในการทำงานที่หลากหลาย การรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมในการบริหาร การรู้สึกว่าองค์กรสามารถไว้วางใจได้ รวมถึงปฏิกิริยาของผู้บังคับบัญชาที่แสดงต่อพนักงาน เป็นต้น

2. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันด้านการคงอยู่ในงาน ได้แก่ ทักษะ การศึกษา อายุของพนักงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยการเปรียบเทียบงานของตนเองกับบุคคลอื่นๆ ความตั้งใจจะลาออก การโยกย้ายสถานที่ทำงานใหม่ เป็นต้น

3. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ได้แก่ ความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาการ พึ่งพาองค์กร และการมีส่วนร่วมในการบริหารองค์กร เป็นต้น

และจากที่ Steers & Porter (1983) ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมจากการศึกษาของ Steers)1977) และพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่สำคัญ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล คือ ลักษณะความแตกต่างของบุคลากรในแต่ละคนในองค์กร โดยพิจารณาจากตัวแปรต่างๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา หรือวุฒิการศึกษาสูงสุด สภาพครองตน ระดับเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับ ณ ปัจจุบัน อายุงานในองค์กรโดยนับตั้งแต่เริ่มทำงานในองค์กรจนถึงปัจจุบัน และตำแหน่งงานปัจจุบัน เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน คือ ลักษณะของงานที่มีคุณค่าต่อบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของในองค์กร เป็นสภาพของงานที่แต่ละบุคคลรับผิดชอบหรือปฏิบัติอยู่ โดยลักษณะงานที่แตกต่างจะมีผลความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน คือ การรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานภายในองค์กร ประสบการณ์ที่บุคคลพบในระหว่างการทำงาน เป็นความผกพูนทางจิตวิทยากับองค์กร อาทิเช่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริชาต บัวเป็ง (2554) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : กรณีศึกษาบริษัท ไดกิ้นอินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี สภานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่า ในภาพรวม

ทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มากที่สุดคือ ด้านความรู้สึก รองลงมาคือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความต่อเนื่อง ตามลำดับ

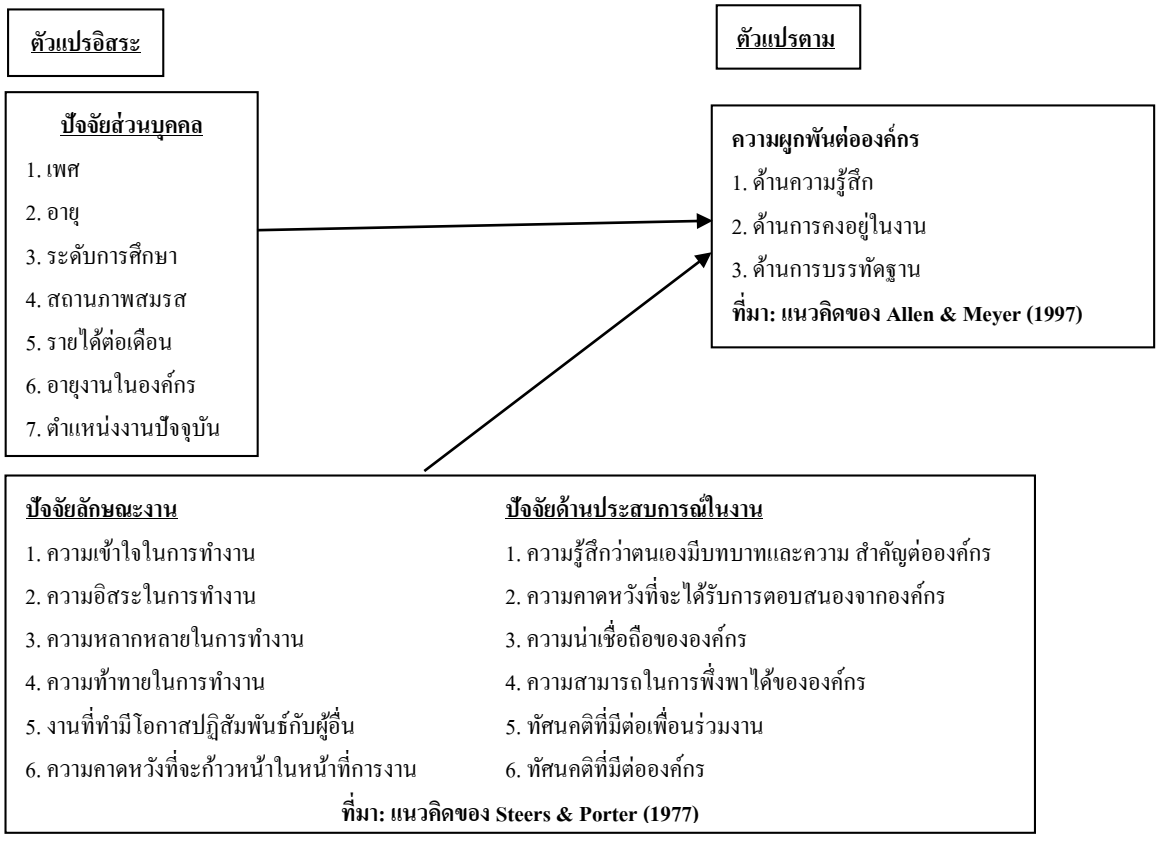
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลตอบกลับแบบสอบถามได้แล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลทุกชนิด ก่อนที่จะนำมาลงรหัส โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ Independent Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ผลการวิจัย

1. พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง อายุระหว่าง 31-36 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีอายุงานในองค์กรปัจจุบันระหว่าง 1-5 ปี มีตำแหน่งระดับเจ้าหน้าที่

2. พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล กล่าวคืออายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อายุงานในองค์กรปัจจุบัน และตำแหน่งงานในองค์กรของพนักงานที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในส่วนปัจจัยเรื่องเพศ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

3. พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะงาน กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับความเห็นในระดับสูงสุด คือ พนักงานมีความเข้าใจต่องานที่ทำเป็นอย่างดี รองลงมา คือ ลักษณะงานของพนักงานมีโอกาสได้ติดต่อกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร และพนักงานรู้สึกว่างานมีความท้าทาย ตามลำดับ

4. พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นต่อด้านประสบการณ์ในงาน กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับความเห็นในระดับสูงสุด คือ พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานในองค์กร รองลงมา คือ พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และพนักงานมีความรู้สึกว่าตนเองมีบทบาทและมีความสำคัญต่อองค์กร ตามลำดับ

5. พนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นต่อความผูกพันธ์ต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับความเห็นในระดับสูงสุด คือ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และระดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านความต่อเนื่อง ตามลำดับ

ตาราง : ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านลักษณะงาน และด้านประสบการณ์ กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

	ตัวแปรพยากรณ์	B	β	t	Sig.
	(Constant)	-0.091		-0.506	0.613
1.	ปัจจัยด้านลักษณะงาน (X_1)	0.074	0.054	1.376	0.170
.2	ปัจจัยด้านประสบการณ์ (X_2)	0.881	0.756	19.432	**0.000***

$R = 0.790^a$ R^2=0.624 Adjusted R^2 =0.622 F = 328.924 $S.E._{est\ Y} = 0.511$

จากตาราง สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ (X_2) มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร (Y) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.790 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรดังกล่าวจะใช้พยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Y) ได้ร้อยละ 62.40 (R^2= 0.624) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ $S.E.est_Y$ = 0.511 โดยปัจจัยด้านประสบการณ์ (X_2) (β = 0.756) ส่งผลต่อความความผูกพันต่อองค์กร จากการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $Y = -0.091 + 0.881x_2$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $X = 0.7566x_2$

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่ เช่น อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน และตำแหน่งงานในองค์กรปัจจุบันที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ท่ามกลางการเติบโตที่มาพร้อมกับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกสมัยใหม่ ทำให้วิธีคิดและทัศนคติในการใช้ชีวิตและการทำงานของคน Generation C แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงาน และด้านประสบการณ์ กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่ม Generation C ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยลักษณะงานและประสบการณ์ในงาน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร กล่าวคือ ความรู้สึกที่พนักงานรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีความสามารถ มีความสบายใจในการทำงาน ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ จะแสดงออกโดยการมีส่วนร่วมทุ่มเทและพยายามในการทำงานเพื่อองค์กร และความปรารถนาของพนักงานที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร การตระหนักถึงด้านการคงอยู่ในงานร่วมกันกับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน เป็นผลมาจากการที่ได้เปรียบเทียบแล้วว่าถ้าหากตนเองลาออกจากองค์กรจะทำให้เกิดการเสียผลประโยชน์ จึงยากต่อการที่จะละทิ้งจากองค์กรไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาต บัวเป็ง (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน :กรณีศึกษาบริษัท ไดกิ้นอินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จากัด) พบว่า พบว่า ปัจจัยลักษณะงานและประสบการณ์ในงานมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ โดยการนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ เพื่อค้นหาสาเหตุและข้อเท็จจริง นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานและบุคคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรควรให้ความสำคัญ ในการพิจารณารูปแบบการแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการดำรงอยู่ของพนักงาน Generation C ในองค์กร ซึ่งองค์กรควรให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรม หรือการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างทัศนคติในด้านความรู้สึกที่ดี และเกิดภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งองค์กร

2. ด้านลักษณะงาน เป็นลักษณะของงานที่มีคุณค่าต่อบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของบุคลากรในองค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีการสนับสนุนให้พนักงานเกิดความเข้าใจในการทำงาน ร่วมถึงส่งเสริมลักษณะงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และรูปแบบงานที่มีความท้าทาย ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานกลุ่ม Generation C เกิดความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับองค์กร และเกิดความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

3. ด้านประสบการณ์ในการทำงาน เป็นการรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานภายในองค์กร องค์กรจึงควรส่งเสริมให้พนักงานทัศนคติที่ดีต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน รวมถึงรู้สึกถึงความมีบทบาทและความสำคัญของตนเองที่มีต่อองค์ เพื่อทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

4. ด้านความผูกพันธ์องค์กร คือ การที่พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคง เปรียบเสมือนตนเองเป็นเจ้าขององค์กรหรือกิจการ ทั้งนี้หากพนักงานในองค์กรมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ย่อมจะส่งผลต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งจากการศึกษา พบว่า พนักงานกลุ่ม Generation C มีระดับความเห็นในระดับสูงสุด คือ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และระดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านความต่อเนื่อง ตามลำดับ ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรควรให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรวิจัยโดยขยายมิติของปัจจัยให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด เพื่อที่จะให้การวิจัยมีแง่มุมที่กว้างขวางขึ้น รวมทั้งได้ผลลัพธ์ที่มีข้อเท็จจริงตามสถานการณ์มากขึ้น

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่านที่ได้มอบความรู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ความรู้ แก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้รับทั้งหมดนี้ไปใช้ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

พัชราภรณ์ ทะกุล

เอกสารอ้างอิง

รุ่งโรจน์ อรรถานิทธ์) .2554). *Employee Engagement: การสร้าง ความผูกพันของพนักงานในองค์กร* . กรุงเทพฯเอช : อาร์ เซ็นเตอร์.

ปาริชาต บัวเป็ง. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไดกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด).* การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาวิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Nielsan. (2010). *Introducing generation C the connected collective consumer.* Retrieved February 1, 2017, from http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2010/introducing -gen-c-the-connected-collective-consumer.html.

Allen, N.J., and Meyer, J.P. (et al.). (1990). **"***The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization."* Journal of Occupational Psychology. 63 : 1-8.

Steers, R, M. (1977). Antocedents and Outcome of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly.* 22.

Steers, R.M. and Porter, L.W. (1983). *Motivation and work behavior.* New York: McGraw – Hill.

Yamane, T. 1967. *Elementary sampling theory.* New Jersey: Prentice-Hall.

ข้อมูลอิเล็กทรอนิค

TCDC. (2558). *เจาะเทรนด์โลก 2015*, ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2561, จาก http://www.tcdc.or.th/publications/ebook/20547/

Pol Wanchana. (2560). *วัฒนธรรมองค์กรในยุคดิจิตัล.* ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2561,จาก https://stepstraining.co/foundation/team-culture-and-human-resource-in-digital-era