

ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร
ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย :
กรณีศึกษา บริษัท เอเชีย น สเตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

**THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL FACTORS AND PERCEIVED
ORGANIZATIONAL SUPPORT ON GENERATION-Y EMPLOYEES'
COMMITMENT: A CASE STUDY OF ASIAN STANLEY
INTERNATIONAL CO., LTD.**



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร
ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชันวาย :
กรณีศึกษา บริษัท เอเชีย น สเตนเดย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

อมรรัตน์ แสงสาย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพัน
องค์กรของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชียเนสแดนเลย์
อินเตอเนอรัชั่นแนล จำกัด

The Effect of Organizational Factors and Perceived Organizational
Support on Generation-Y Employees' Commitment:

A Case Study of Asian Stanley International Co., Ltd.

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A.

ปีการศึกษา

2558

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



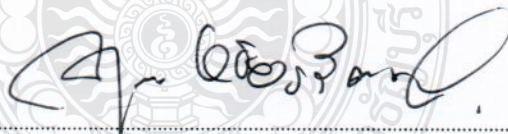
ประธานกรรมการ

(อาจารย์ชัชชัย ศรีววรรณนะ, Ph.D.)



กรรมการ

(อาจารย์มะดาโอะ สุธหลง, ปร.ด.)



กรรมการ

(อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายกรพี ชัยมงคล, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเซียเนอ สเตนเลย์ อินเตอเนอรัชันแนล จำกัด
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวอมรรรัตน์ แสงสาย
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กฤษดา เชียรวัฒนสุข, D.B.A
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา (1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร และ (2) เพื่อศึกษาถึงการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 420 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนของหน่วยงาน และทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยองค์กร ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านความต้องการด้านงาน ($\beta = 0.190$) มิติด้านความต้องการด้านบทบาท ($\beta = 0.179$) และมิติด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.409$) มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้พยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ ร้อยละ 39 และปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ซึ่งประกอบด้วยด้านโอกาสก้าวหน้า ($\beta = 0.150$) ด้านจิตวิทยาสังคม ($\beta = 0.222$) ด้านการปฏิบัติงาน ($\beta = 0.218$) และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร ($\beta = 0.226$) ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้พยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ ร้อยละ 60 และพบว่า ปัจจัยองค์กร ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านความต้องการด้านงาน ($\beta = 0.388$) และมิติด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.252$) มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้พยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ โดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ ร้อยละ 25 และปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตวิทยาสังคม ($\beta = 0.352$) ส่งผลต่อ

ความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้พยากรณ์
ความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ โดยมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ ร้อยละ 52
คำสำคัญ : ปัจจัยองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความผูกพันองค์กร เจเนอเรชั่นวาย
เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์



Thesis Title	The Effect of Organizational Factors and Perceived Organizational Support on Generation-Y Employees' Commitment: A Case Study of Asian Stanley International Co. Ltd.
Name-Surname	Miss Amonrat Saengsai
Major Subject	General Management
Thesis Advisor	Mr. Krisada Chienwattanasook, D.B.A.
Academic Year	2015

ABSTRACT

This research aimed at investigating 1) organizational factors affecting employees' commitment to the organization and 2) perceived organizational support affecting employees' commitment to the organization.

Research samples were 420 employees working in the electronics industry in Pathumthani province. Proportional stratified (divided upon organization department) and simple random sampling were employed for the sampling method. Frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson Correlation Coefficient, and Enter Multiple Regression were used for data analysis.

The research results showed that organizational factors, consisting of task demand ($\beta = 0.190$), role demand ($\beta = 0.179$) and interpersonal demand ($\beta = 0.409$) affected generation-Y-employees' commitment to the organization at a 0.05 level of significance. Efficient prediction was 39%. The aspect of perceived organizational support, consisting of opportunity ($\beta = 0.150$), social psychology ($\beta = 0.222$), operations ($\beta = 0.218$), and chance to develop in the organization ($\beta = 0.226$) affected generation-Y- employees' commitment to the organization at a 0.05 level of significance and efficient prediction was 60%. In addition, the organizational factors, consisting of task demand ($\beta = 0.190$), role demand ($\beta = 0.388$), and interpersonal demand ($\beta = 0.252$) affected generation-X- employees' commitment to the organization at a 0.05 level of significance and efficient prediction was 25%. Lastly, perceived organizational support consisting of social psychology ($\beta = 0.352$) affected generation-X- employees' commitment to the organization at a 0.05 level of significance and efficient prediction was 52%.

Keywords: organizational factors, perceived organizational support, commitment to the organization, generation Y, generation X

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ดร.กฤษดา เชียรวัฒน์สุข อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และความช่วยเหลือในหลายสิ่งจนกระทั่งลุล่วงไปด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ ดร.มะดาโอะ สุหลง ที่ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย รวมทั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล และดร.ปิยรัฐ ธรรมพิทักษ์ ที่สละเวลาในการตรวจสอบ แบบสอบถาม และขอขอบพระคุณ กลุ่มพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชียน สแตน เลย์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็น ประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบพระคุณ ครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำสั่ง สอน ตลอดจนกำลังใจตลอดการศึกษาที่ผ่านมา ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ ทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้การ สนับสนุนเป็นอย่างดีมาตลอด จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหาร จัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นประโยชน์สำหรับองค์กรได้ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดส่วนใด เกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ขอน้อมรับไว้และจะปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นในโอกาสต่อไป

อมรรัตน์ แสงสาย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	14
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	14
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	16
1.3 สมมติฐานการวิจัย	16
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	17
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย	18
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	19
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	21
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร	22
2.2 ทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	23
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร	28
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่น	34
2.5 ข้อมูลของบริษัทภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	38
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	57
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	116
5.1 สรุปผลการวิจัย	116
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	118
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	126
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	128
บรรณานุกรม	130
ภาคผนวก	134
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	135
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม	144
ภาคผนวก ค หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	146
ประวัติผู้เขียน	150

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างพนักงานในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ตามชั้นภูมิและขนาดของหน่วยงานที่นำมาใช้ในการวิจัย.....	47
ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การวัดระดับคะแนน.....	50
ตารางที่ 3.3 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index).....	52
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ.....	59
ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับอายุ.....	60
ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ.....	60
ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามการศึกษา.....	61
ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	61
ตารางที่ 4.6 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	62
ตารางที่ 4.7 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน.....	62
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors).....	63
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS).....	66
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment).....	70
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors).....	74
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS).....	74
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของความผูกพันองค์กร (Organization Commitment).....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.14	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Factors) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment).....	76
ตารางที่ 4.15	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) GEN Y.....	78
ตารางที่ 4.16	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) GEN X.....	79
ตารางที่ 4.17	ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment).....	80
ตารางที่ 4.18	ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment).....	81
ตารางที่ 4.19	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัย ด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) (ตัวแปรตาม).....	84
ตารางที่ 4.20	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัย ด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment).....	85
ตารางที่ 4.21	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้าน องค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน (Attitudinal Commitment) (ตัวแปรตาม).....	87
ตารางที่ 4.22	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร ด้าน Attitudinal Commitment.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.23	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้านProgrammatic Commitment (ตัวแปรตาม).....	91
ตารางที่ 4.24	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment.....	91
ตารางที่ 4.25	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (ตัวแปรตาม).....	94
ตารางที่ 4.26	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment.....	95
ตารางที่ 4.27	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ 93 การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) (ตัวแปรตาม).....	98
ตารางที่ 4.28	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	99
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้านAttitudinal Commitment (ตัวแปรตาม).....	102
ตารางที่ 4.30	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านAttitudinal Commitment.....	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.31	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้านProgrammatic Commitment (ตัวแปรตาม).....	106
ตารางที่ 4.32	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านProgrammatic Commitment.....	107
ตารางที่ 4.33	ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (ตัวแปรตาม).....	110
ตารางที่ 4.34	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านLoyalty Based Commitment.....	111
ตารางที่ 4.35	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (MRA) โดยรวม.....	113
ตารางที่ 4.36	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (MRA) รายด้าน Generation Y.....	114
ตารางที่ 4.37	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (MRA) รายด้าน Generation X.....	115

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	20
ภาพที่ 2.1 แสดงความผูกพันองค์กรในมุมมองด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ขององค์กรและพนักงาน	26
ภาพที่ 2.2 แสดงความผูกพันองค์กร	30
ภาพที่ 2.3 แสดง โครงสร้างองค์กร	38



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะปัจจุบันที่โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ การคมนาคม การสื่อสารที่รวดเร็วและสะดวกสบายยิ่งขึ้น การเข้าถึงการศึกษาและการเรียนรู้ของประชากรที่มีมากขึ้น ผลของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติความซับซ้อนของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมายที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิต การทำงานของคนในยุคปัจจุบัน หนึ่งใน การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน คือองค์กรต่าง ๆ เริ่มเผชิญหน้ากับปัญหาของความหลากหลายของบุคลากร หรือการข้ามถิ่นของกำลังแรงงานเพื่อแสวงหางานใหม่ ๆ ในประเทศอื่น ๆ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการในด้านการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อที่จะสามารถรับมือกับการบริหารจัดการองค์กรในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป นั่นคือความหลากหลายของบุคคลกรมากขึ้นนั่นเอง

ซึ่งในปัจจุบันในแต่ละองค์กรจะมีบุคลากรที่แตกต่างกันตามช่วงอายุวัย ซึ่งจะถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เจนเนเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และเจนเนเรชั่นวาย (Generation Y) ที่ทำงานร่วมกันในองค์กร แต่ในปัจจุบันองค์กรจะเหลือกลุ่มคนรุ่น Baby Boomer อยู่ในองค์กรน้อยลงมากเพราะกลุ่มคนช่วงอายุนี้ จะเริ่มอยู่ในวัยเกษียณอายุงานกันมากขึ้น และจากบุคลากรทั้ง 3 กลุ่มนี้ กลุ่มของพนักงาน Generation Y จะเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในองค์กรมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามพนักงานกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์กรไปอย่างไม่มี ความลังเล ทั้งที่ก็ได้รับการยอมรับจากผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานว่าเป็นพนักงานที่เก่งและมีความสามารถที่หลากหลาย ด้วยความสามารถที่โดดเด่นในการใช้เทคโนโลยี แต่พนักงานกลุ่มนี้ก็มักที่จะมีความอดทนต่อการทำงานน้อยที่จะทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งพนักงานกลุ่มนี้ จะมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับพนักงานรุ่นเก่าที่ยังคงทำงานกับองค์กรต่อไป จากความแตกต่างในแต่ละช่วงวัย ส่งผลต่อวิธีการทำงานที่แตกต่างกันรวมถึงการรับรู้ในองค์กร ส่งผลให้กลุ่มพนักงาน Generation Y ตัดสินใจลาออกจากองค์กรก่อนเวลาอันสมควร กลุ่มคน Generation Y ในองค์กรถือเป็นจุดเปลี่ยนที่จะทำให้องค์กรเริ่มตระหนัก และให้ความสำคัญในเรื่องของความหลากหลายของเจนเนเรชั่นที่ทำงานอยู่ในองค์กร โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y ที่ต้องให้ความสนใจเป็นอย่างมากในช่วงเวลานี้

องค์กรหลายแห่งเริ่มมีโครงสร้างของบุคลากรที่เปลี่ยนไป โดยมีกลุ่ม Generation Y หรือที่เรียกขานว่า วัยหนุ่มสาว คือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-33 ปี เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20-30 และ

มีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆทำให้เกิดปรากฏการณ์ “การทะเลาะเถียงที่ไม่เข้ากันของคน 3 รุ่น” ที่มีมักจะพบในองค์กรที่มีอายุมากกว่า 10 ปี ทำให้มีพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรผสมผสานกันหลายรุ่นอายุ (เสาวคนธ์ วิทวัสโอราพ, 2550)

ทั้งนี้ เพื่อที่จะรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน และให้องค์กรดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล รวมถึงประสบความสำเร็จในทุกด้าน งานทุกอย่าง งานในทุกหน้าที่ ที่เป็นองค์ประกอบขององค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในการทำงาน ของบุคลากรทุกระดับในองค์กร เพราะบุคลากรในองค์กรถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่สุดต่อองค์กร

จากช่วงวัยที่มีความแตกต่างกันมักส่งผลต่อความคิด ความรู้สึกซึ่งจะส่งผลต่อวิธีการทำงานที่ต้องทำงานร่วมกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องมีกรอบการทำงานที่มีขอบเขตชัดเจน ทั้งในเรื่องของงาน บทบาทหน้าที่ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันในการทำงาน ทำให้พนักงานได้แสดงบทบาทอย่างเหมาะสมและแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่ ทราบถึงงานตนเองรับผิดชอบได้ชัดเจน และนอกจากนี้องค์กรควรมีการสนับสนุนพนักงานในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ เพราะเมื่อพนักงานได้รับการสนับสนุนจากองค์กรที่ตนเองทำงานอยู่ ก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กรของตนและมีทัศนคติที่ดีกับงานที่ทำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Eisenberger และคณะ (1986) ที่กล่าวว่า องค์กรที่มองเห็นคุณค่าในการทำงานของพนักงานนั้น พนักงานจะสามารถรับรู้ได้จากผลตอบแทนที่ตนพึงจะได้รับจากการปฏิบัติงานให้กับองค์กร ไม่ว่าผลตอบแทนนั้นจะได้รับเป็นตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงินก็ตาม มันเป็นเรื่องที่พนักงานสามารถประเมินได้ว่าคุ้มค่าไหมกับการปฏิบัติงานให้กับองค์กร รวมถึงพนักงานจะรับรู้ได้จากการประเมินการสนับสนุนจากองค์กรในด้านต่างๆ (ศศิพันธ์ ทิพย์โอสถ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2556)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเป็นอีกเรื่องปัจจุบันหลาย ๆ องค์กรพยายามที่จะสร้างให้เกิดขึ้น ซึ่งการที่คนคนหนึ่งจะมีความผูกพันได้ในระดับหนึ่งก็ต้องผ่านประสบการณ์ที่ดีในการทำงาน การมีส่วนร่วมในงาน รับรู้ว่าการที่ตนเองทำนั้นมีโอกาสในความก้าวหน้าในองค์กร จนกระทั่งมีความเชื่อมั่นและเกิดความรู้สึกผูกพัน ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับตัวพนักงานในแต่ละบุคคล (เสาวคนธ์ ศิริกิตากร, 2557)

ผู้บริหารย่อมต้องการให้บุคลากรในองค์กรเกิดความรักใคร่สามัคคีกันและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมถึงความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มที่เปรียบเสมือนองค์กรนี้เป็นของตนจึงจะทำให้การขับเคลื่อนองค์กรนั้นดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ ความจงรักภักดีของพนักงานที่มี

ต่อองค์กรนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้าไปในทิศทางที่ต้องการ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การที่บุคคลกรในองค์กรที่อยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาว ทำงานงานโดยรู้หน้าที่ บทบาทของตนและมีเป้าหมายในการทำงานรวมถึงได้รับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ย่อมส่งผลก่อให้เกิดความรัก ความผูกพันต่อองค์กร เพราะความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการทุ่มเทและตั้งใจทำงานบุคลากรในองค์กรนั่นเอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y กรณีศึกษา: บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ” สืบเนื่องมาจากในสภาวะปัจจุบันอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้มีบุคลากรในช่วงวัยหนุ่มสาวเข้ามามีบทบาทในองค์กรมากขึ้น และบ่อยครั้งที่บุคลากรกลุ่มนี้มักจะตัดสินใจที่จะคงอยู่กับองค์กรไม่ได้ นานก็ลาออกจากองค์กรไป ทำให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการที่จะดำเนินการสรรหาบุคลากรเข้ามาทดแทนเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยดังกล่าวที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของ Generation Y ซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ความคิด ความเชื่อ หรือความรู้สึกรู้สึกของพนักงานซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในการทำงานว่าองค์กรได้ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าในการทำงานของบุคลากร รวมถึงมีนโยบายที่สนับสนุนการทำงานและพร้อมที่จะช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ เมื่อบุคลากรในองค์กรต้องการ และเพื่อเป็นการลดช่องว่างการทำงานของแต่ละกลุ่ม Generation ให้สามารถทำงานร่วมกันได้และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในองค์กร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในองค์กร

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

- สมมุติฐานการวิจัยที่ 1** ปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในองค์กร
- 1.1 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านงาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
 - 1.2 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านบทบาท มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
 - 1.3 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในองค์กร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา ศึกษาถึงปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน ด้านความต้องการด้านบทบาท ด้านความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน

1.4.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด จำนวน 2,293 คน

1.4.3 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด จำนวน 420 คน

1.4.4 ขอบเขตทางด้านพื้นที่ การวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากพนักงานพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี อ.ลาดหลุมแก้ว

1.4.5 ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย เดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2559

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1.1 ปัจจัยองค์กร ประกอบด้วย 3 ด้านดังนี้ (Robbins and Judge, 2013)

1.1.1 ความต้องการด้านงาน Task Demands

1.1.2 ความต้องการด้านบทบาท Role Demands

1.1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล Interpersonal Demands

2.2 การรับรู้การสนับสนุนองค์กร (Perceived Organization Support: POS)

ตามแนวคิดของไอเซนเบอร์เกอร์และคณะ (Eisenberger et al., 1986) ได้แก่ ผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตวิทยาสังคม ด้านสภาพการทำงาน ด้านการปฏิบัติงาน ด้านโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาในองค์กร และด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบการรับรู้สนับสนุนจากองค์กรของ (ศศิพันธ์ ทิพย์โอสถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2556; ศรีณย์ พิมพ์ทอง, 2555)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

2.1 ความผูกพันต่อองค์กร (พรรัตน์ แสงหาญ, 2551)

2.1.1 Attitudinal Commitment

2.1.2 Programmatic Commitment

2.1.3 Loyalty based Commitment

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1.5.1 ปัจจัยด้านองค์กร ของ Robbins and Judge (2013) คือ

1. ความต้องการด้านงาน (Task Demands) หมายถึง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับงานของบุคคลที่มีความหลากหลาย สภาพการทำงาน รวมถึงสภาพทางกายภาพของสถานที่ทำงาน

2. ความต้องการด้านบทบาท (Role Demands) หมายถึง เป็นความกดดันที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคล เนื่องจากหน้าที่ ที่ตนต้องรับผิดชอบในองค์กร ความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ การได้รับหน้าที่และความรับผิดชอบที่สูงเกินไป และความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่

3. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Demands) หมายถึง ความกดดันอันเนื่องมาจากบุคคลอื่นในที่ทำงาน การขาดการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งความสัมพันธ์ ที่ย่ำแย่ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน

1.5.2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support theory: POS) คือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเป็นการรับรู้ของพนักงานว่า องค์กรได้มองเห็นคุณค่าในการทำงานของพนักงาน อีกทั้งยังมีการแสดงถึงความห่วงใยและสนับสนุนให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งพนักงานจะรับรู้ได้จากผลตอบแทนที่ตนได้รับจากการปฏิบัติงานให้กับองค์กร สิ่งเหล่านั้นก็คือ การได้รับเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น การได้เลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้น รวมทั้งผลตอบแทนในสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน สวัสดิการ หรือสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ค่านิยมขององค์กร หรือ การได้รับการยอมรับจากองค์กร เป็นต้น (Eisenberger et al., 1986 อ้างใน ศศินันท์ ทิพย์ไอสถ และกฤษดา เชียรวัฒน์สุข, 2556)

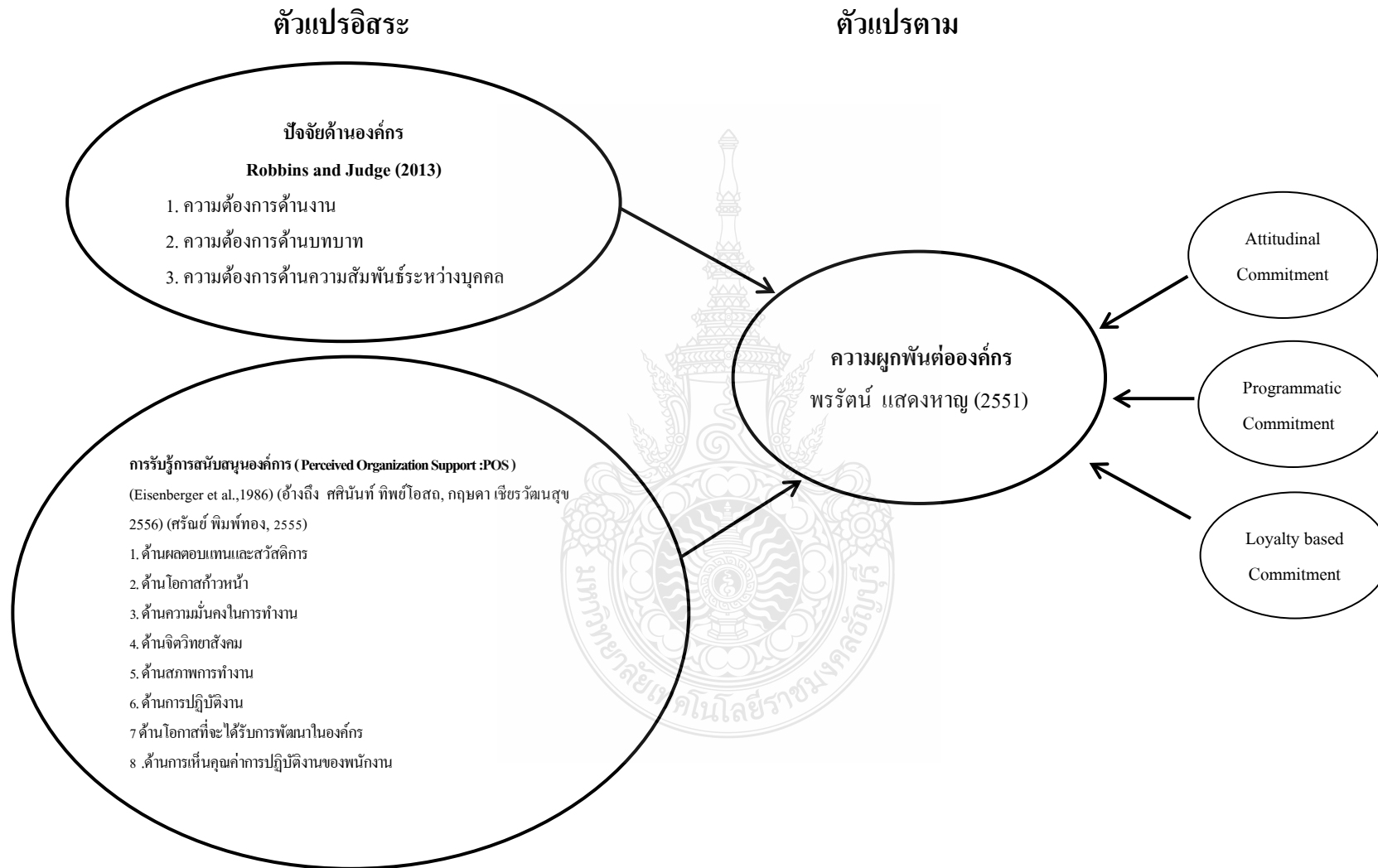
1.5.3 ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การยินดีที่จะเสียสละและทุ่มเทกำลังแรงกายกำลังแรงใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ รวมถึงจะทำทุกอย่างเพื่อองค์กรอยู่ตลอดเวลา และไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กร

1.5.4 Generation Y คือ กลุ่มประชากรที่เกิดตั้งแต่ ค.ศ. 1977-1992 (พ.ศ. 2520-2535) ปัจจุบันอายุประมาณ 21-36 ปีโดยประมาณ (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2550)

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสารและแนวคิด ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ศึกษาบทบาทหน้าที่และการทำงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงานและองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร รวมถึงหลักเหตุผลประกอบอื่น ๆ โดยผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้





ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท เอเชีย น สเตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ที่มีผลต่อการสนับสนุนองค์กร และทัศนคติในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ในการวางแผนจัดการในด้านสวัสดิการและผลประโยชน์อื่น ๆ ให้แก่พนักงาน รวมไปถึงการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานทำให้พนักงานเกิดการทำงานด้วยความเต็มใจและเต็มใจอันจะเป็นพื้นฐานในการที่จะพัฒนาองค์กรต่อไป

1.7.2 องค์กรในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย น สเตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล สามารถนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์ปัจจัยด้านองค์กร รวมไปถึงการรับรู้การสนับสนุนองค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเสริมสร้างให้หน่วยงานมีความผูกพันต่อองค์กร เพื่อธำรงรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้คงอยู่กับองค์กรสืบต่อไป

1.7.3 องค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) รวมถึงการกำหนดเส้นทางอาชีพ (career path) ให้พนักงานได้รู้ถึงการเติบโตในสายงานในองค์กรเพื่อให้พนักงานมีเป้าหมายที่จะทำงานในองค์กรต่อไป และให้เหมาะสมกับวิธีการทำงานของคนแต่ละ Generation ในองค์กร

1.7.4 องค์กรมีแนวทางที่จะพัฒนาศักยภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรที่มีความต่างระหว่าง Generation ได้อย่างเหมาะสมกับความคิดและลักษณะนิสัยการทำงานของแต่ละ Generation รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานได้อย่างถูกต้อง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร
- 2.2 ทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเงินเนอเรชั่น
- 2.5 ข้อมูลของบริษัทภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยเกี่ยวกับองค์กร (Organizational Factors) ตามแนวความคิดของ Robbins and Judge (2013) จะเป็นตัวแปรที่สร้างความกดดันให้แก่บุคลากรในองค์กร อันเนื่องมาจากความต้องการหรือความคาดหวังขององค์กรนั่นเอง ความต้องการ (Demands) ในที่นี้จะหมายถึง หน้าที่และความรับผิดชอบ ความกดดัน ระเบียบข้อบังคับ รวมถึงความไม่แน่นอนที่บุคลากรในองค์กรต้องเผชิญหรือประสบในสถานที่ทำงาน ได้แก่

ความต้องการด้านงาน (Task Demands)) ความต้องการในงานเป็นโครงสร้างของงานส่วนบุคคล (ระดับของเสรีภาพหรือความเป็นอิสระ น่าสนใจและการมีส่วนร่วมในงาน การใช้เทคโนโลยีเงื่อนไขการทำงาน และรูปแบบของงาน) ในการทำงานหากพนักงานได้รับการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานจะส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะลดความเครียดในงานได้เป็นอย่างมาก ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับสถานที่ทำงานที่มีมากเกินไป เช่น งานที่มีเสียงรบกวนมากเกินไป ห้องทำงานที่หนาแน่นแออัดมากเกินไป สถานที่ที่มีการหยุดชะงัก เสียงกริ่งโทรศัพท์ที่ดังตลอดเวลา ตำแหน่งการวางเครื่องจักรที่ไม่ปลอดภัยสำหรับพนักงาน สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความวิตกกังวลและก่อให้เกิดความเครียดในงานตามมา แต่สถานที่ที่นายจ้างมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลาจะสามารถทำให้พนักงานรู้สึกได้ถึงความปลอดภัยในการทำงาน

ความต้องการด้านบทบาท (Role Demands) จะเป็นความกดดันที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคลเนื่องมาจากหน้าที่ที่ตนต้องรับผิดชอบในองค์กร การได้รับบทบาทการทำงานหลายด้านในเวลาเดียวกัน อาจเป็นเรื่องยากที่จะทำให้สำเร็จลุล่วงเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับองค์กร ความขัดแย้งในบทบาทของตน ไม่เข้าใจว่าตนต้องทำอะไร การได้รับหน้าที่และความรับผิดชอบที่สูง

เกินไป การทำงานที่กำหนดช่วงเวลาสั้นๆในการทำ (ชั่วโมงในการทำงาน) รวมถึงความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่ (ความไม่ชัดเจนระหว่างหน้าที่กับงานที่ต้องทำ)

ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Demands) จะเป็นความกดดันอันเนื่องมาจากตัวบุคคลอื่นในที่ทำงาน การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่เป็นมิตรต่อกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน และการไม่เป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงานที่เข้ามาอยู่ใหม่ การขาดการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและจากหัวหน้างานอีกทั้งความยุติธรรมที่ได้รับจากหัวหน้างาน รวมทั้งความสัมพันธ์ที่ย่ำแย่ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน อีกทั้งยังการแสดงพฤติกรรมที่ไม่สุภาพและการล่วงละเมิดทางเชื้อชาติอีกด้วย

2.2 แนวคิดทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)

การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (Perceived Organization Support theory: POS) ตามแนวคิดของ ไอเซนเบอร์เกอร์และคณะ (Eisenberger et al., 1986 อ้างใน ศศินันท์ ทิพย์โอสถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2556) คือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นการรับรู้ของพนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรว่า องค์กรได้มองเห็นถึงคุณค่าในการทำงานของพนักงานหรือไม่ รวมถึงมีการแสดงถึงความห่วงใยและการสนับสนุนให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีในการทำงาน ซึ่งพนักงานจะรับรู้ได้จากผลตอบแทนที่ตนพึงจะได้รับจากการปฏิบัติงานให้กับองค์กรไม่ว่าจะได้รับเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่เพิ่มมากขึ้น การได้เลื่อนตำแหน่ง ทั้งในสิ่งที่ป็นรูปธรรม เช่น สิ่งที่อำนวยความสะดวกในการทำงาน สวัสดิการ หรือสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมขององค์กร หรือการได้รับการยอมรับจากองค์กร เป็นต้น การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นความเชื่อและความรู้สึกของพนักงานที่ได้รับจากการปฏิบัติงานในองค์กร เพราะว่าองค์กรเป็นเสมือนบุคคลที่มีความเมตตา กรุณา หรือเป็นบุคคลที่มีความไม่ยุติธรรมหรือความโหดร้าย โดยรับรู้ได้จากนโยบาย บรรทัดฐาน กระบวนการ และการกระทำขององค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อพนักงาน การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาและทางสังคมของพนักงาน ทำให้รู้สึกว่าการรับรู้พร้อมที่จะดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือได้เมื่อพนักงานต้องการทุกเมื่อ

เบญจรัตน์ สมเกียรติ (2544) กล่าวว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง การรับรู้และความเชื่อ ของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อองค์กรในสภาพการณ์ด้านทั่ว ๆ ไป ที่ได้รับการสนับสนุนและการปฏิบัติขององค์กร ตามความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจของพนักงาน

เปรมจิต คล้ายเพชร (2543) กล่าวว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานในองค์กรว่า องค์กรให้คุณค่าให้การ

ยอมรับและเห็นความสำคัญในการทุ่มเททำงาน มีความห่วงใย และมีความผูกพันต่อพนักงาน โดยการให้การสนับสนุนการทำงานในด้านต่าง ๆ ผ่านนโยบายและตัวแทนขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ในการทำงานที่ดี

ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ (2554) กล่าวว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง ความคิด ความเชื่อ หรือความรู้สึกของพนักงาน ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานมีนโยบายที่สนับสนุนการทำงานและพร้อมที่จะช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ เมื่อพนักงานต้องการ

มูทิตา คงกระพันธ์ (2554) ได้ให้ความหมาย การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ว่าคือ ความเชื่อหรือความคิดเห็นของพนักงานจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานในองค์กรว่า องค์กรได้ให้คุณค่าให้การยอมรับ และเห็นถึงความสำคัญในการทุ่มเททำงานของพนักงาน มีความห่วงใย ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและมีความผูกพันต่อพนักงาน โดยการให้การสนับสนุนในการทำงานด้านต่าง ๆ ผ่านนโยบาย บรรทัดฐาน กฎระเบียบและตัวแทนขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีในการทำงาน

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือ พฤติกรรมการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อองค์กร ว่าองค์กรได้ให้คุณค่า ให้การยอมรับ และเห็นถึงความทุ่มเทของตนที่มีต่อองค์กร รวมถึงการได้รับโอกาสในการทำงาน พร้อมด้วยความห่วงใยและความเป็นอยู่ที่ดีจากองค์กร

โดยทั่วไปแล้ว การศึกษาการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ได้ศึกษาตามแนวคิดของไอเซนเบอร์เกอร์และคณะ ซึ่งงานวิจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในประเทศไทยจะแบ่งแบบสอวัดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรออกเป็น 5 ด้าน (ศศินันท์ ทิพย์โอสถ และกฤษดา เขียรวัฒนสุข, 2556) ดังนี้

1. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับค่าตอบแทน เงินเดือน สวัสดิการในด้านต่าง ๆ ที่จะได้รับ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานและครอบครัว
2. การรับการสนับสนุนจากองค์กรด้าน โอกาสก้าวหน้า หมายถึง การรับรู้ว่าองค์กรได้ให้โอกาสแก่พนักงานในเรื่องของการเลื่อนตำแหน่ง ความก้าวหน้าทางสายงาน รวมถึงการส่งเสริมให้มีการศึกษาหรือการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะความสามารถที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานและความก้าวหน้าในสายอาชีพงานนั้น ๆ
3. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง การรับรู้ว่าองค์กรให้โอกาสและจะยังคงจ้างพนักงานให้ทำงานต่อไป

4. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตวิทยาสังคม หมายถึง การรับรู้ว่าองค์กรได้ให้การยอมรับ ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าในตัวพนักงาน ยกย่องให้เกียรติพนักงาน เมื่อเขาได้ทำงานประสบความสำเร็จ การสนับสนุนให้พนักงาน ได้มีส่วนร่วมในการทำงานในองค์กร มีความเข้าใจ และเห็นใจเมื่อพนักงานตัดสินใจหรือทำงานผิดพลาด

5. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านสภาพการทำงาน หมายถึง การรับรู้ว่าคุณสมบัติและผู้บริหาร ได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนงานให้มีความไว้วางใจและให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานเมื่อเกิดปัญหาขึ้น ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและจัดให้มีสิ่งใช้อำนวยความสะดวกต่อการทำงานในองค์กร เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงาน เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างปลอดภัย มีสภาพการทำงานที่ดีและสร้างบรรยากาศอันเป็นที่น่าพึงพอใจแก่พนักงาน

Eisenberger, Hungtington, Hutchison, & Sowa 1986 (อ้างใน ศรัณย์ พิมพ์ทอง 2555) ได้ทำการแบ่งการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านการปฏิบัติงาน หมายถึง การที่พนักงานได้รับการให้กำลังใจในการทำงาน เช่น องค์กรยอมรับความคิดเห็นที่อาจเกิดขึ้นในการทำงาน องค์กรได้เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น และพนักงานได้รับโอกาสในการแก้ไขงานที่ไม่สามารถทำได้สำเร็จ ส่งผลให้พนักงานได้รับความพึงพอใจในงานและองค์กร

2. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาในองค์กร หมายถึง การที่พนักงานรับรู้ว่าคุณได้รับการพัฒนาในองค์กรเพิ่มเติม หรือได้ริเริ่มมอบหมายงานที่สำคัญหรือมีความท้าทาย รวมทั้งมีความเหมาะสมกับความสามารถของตน

3. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านการใส่ใจขององค์กรเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน หมายถึง การที่พนักงานรับรู้ได้ว่าองค์กรให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ และช่วยแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน

4. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน หมายถึง การชมเชยต่อความสำเร็จ การเห็นถึงความสำคัญและความพยายามของพนักงานในการทำงาน รวมถึงการเห็นคุณค่าของพนักงานในการสนับสนุนและสร้างสรรค์ให้องค์กรมีความเจริญรุ่งเรือง

ผลของการรับรู้สนับสนุนจากองค์กร

Rhodes, Eisenberger & Armeil (2002) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์งานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับผลที่เกิดจากการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือ

1. ความผูกพันต่อองค์กร จากแนวคิดพื้นฐานเรื่องการแลกเปลี่ยนการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ทำให้พนักงานรับรู้ว่าคุณภาพของตนเองมีหน้าที่ที่จะต้องรักและห่วงใยขององค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยเพิ่มความผูกพันต่อองค์กร พนักงานจะมีความรู้สึกว่าเป็นคนส่วนหนึ่งขององค์กร รู้สึกว่าต้องปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทในสังคม การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรยังทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณภาพของตนเองมีความหมายและได้รับการยอมรับจากองค์กร

2. อารมณ์ในการทำงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่ออารมณ์ในการทำงาน ปฏิบัติงานของพนักงาน ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) และในสภาพอารมณ์ที่ดี การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะเพิ่มความพึงพอใจในงานและเพิ่มการคาดหวังในรางวัลที่พนักงานพึงได้รับจากการปฏิบัติงานและได้รับการช่วยเหลือเมื่อต้องการจากองค์กร สภาพอารมณ์ทางบวกต่างจากความพอใจในงานตรงที่เป็นสภาวะทางอารมณ์โดนทั่วไปที่ไม่เฉพาะเจาะจงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลมาจากสิ่งแวดล้อม การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทำให้พนักงานรับรู้ว่าคุณภาพของตนเองมีความสามารถและมีคุณค่ากับการปฏิบัติงานในองค์กร

3. ความเกี่ยวพันในงาน หมายถึง การที่พนักงานแสดงความสนใจในงานอย่างเต็มที่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยเพิ่มความรับรู้ความสามารถของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความสนใจในงานมากขึ้น

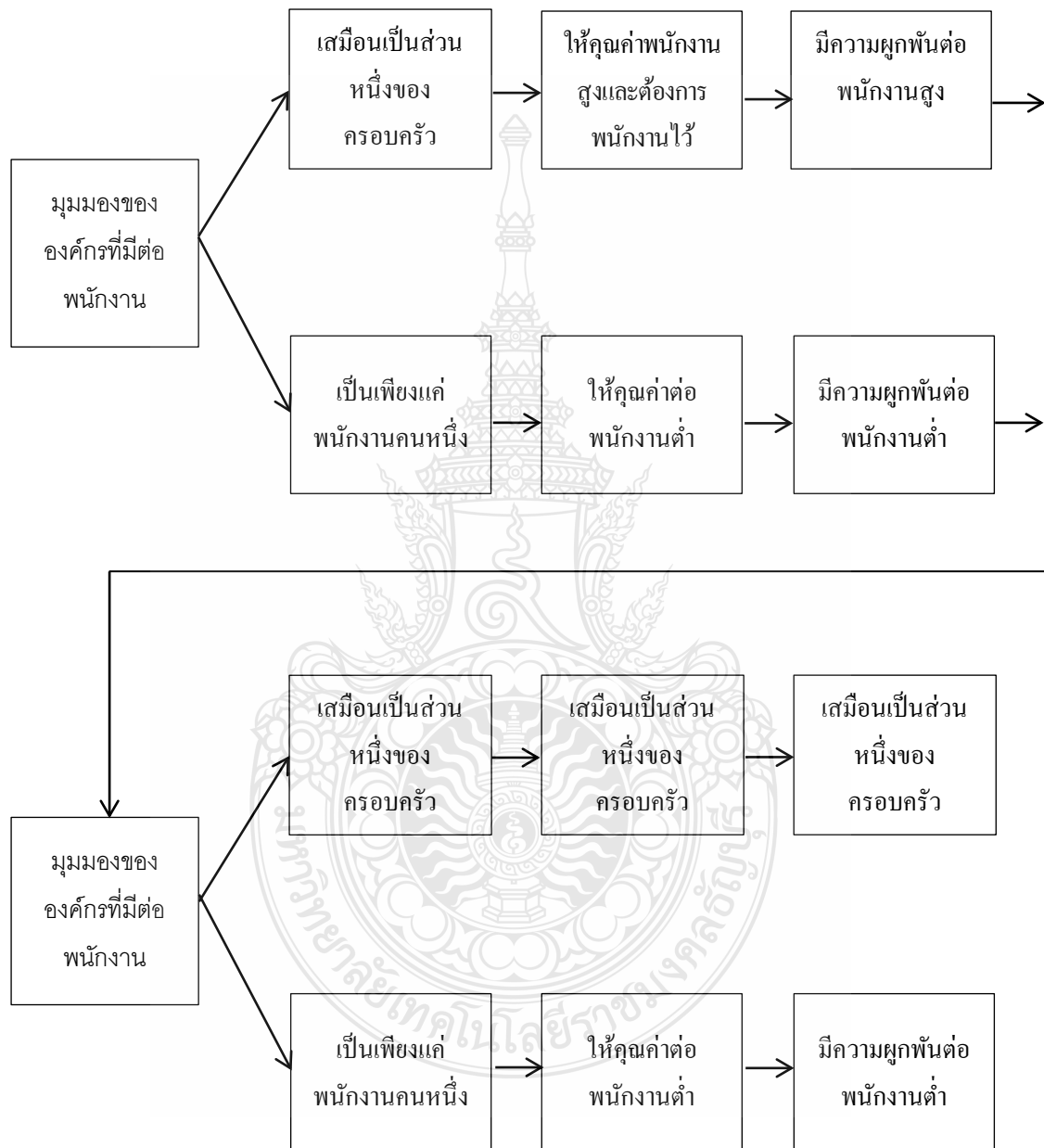
4. พฤติกรรมการผลงงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะเพิ่มความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ซึ่งจะลดพฤติกรรมการผลงงานในแบบต่าง ๆ เช่น การทำงานเหนื่อยซ้ำ การขาดงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรยังสามารถช่วยลดแนวโน้มการลาออก และเพิ่มพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กร

5. ความเครียด การสนับสนุนด้านเครื่องมือและการสนับสนุนทางอารมณ์ในระหว่างที่พนักงานต้องการความช่วยเหลือเป็นการช่วยลดความตึงเครียดในการปฏิบัติงาน ในงานวิจัยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยลดผลกระทบด้านลบที่เกิดจากการทำงาน เช่น ความเครียด ความเหนื่อยล้า ความเบื่อหน่ายในงาน ความวิตกกังวลลงไปได้

6. ความต้องการคงอยู่ในองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการอยู่ในองค์กรของพนักงาน ซึ่งแตกต่างจากการรับรู้ว่าคุณภาพตนเองจำเป็นต้องอยู่ในองค์กรเนื่องจากความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจ

7. ผลการปฏิบัติงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานจะเป็นการเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพในการทำงานและผลปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานทำงานได้ดีกว่าหน้าที่ที่ตนได้รับ

มอบหมาย เช่นการปกป้ององค์กร การให้ข้อชี้แนะในการทำงาน การเสาะแสวงหาความรู้และทักษะที่มีประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อที่จะสามารถนำมาปรับใช้กับงานได้



ภาพที่ 2.1 แสดงความผูกพันองค์กรในมุมมองด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรขององค์กรและพนักงาน

ที่มา : Winter and Schmuttermaier (อ้างใน เปรมจิตร คล้ายเพชร, 2548)

จากแนวคิดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรตามแนวทางการวิจัยของ ศศินันท์ ทิพย์โอสถ และกฤษฎา เชียรวัฒน์สุข (2556) และงานวิจัยของศรีณย์ พิมพ์ทอง (2555) ได้นำการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมาเป็นตัวแปรในการวิจัยทั้งหมด 8 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
2. ด้านโอกาสก้าวหน้า
3. ด้านความมั่นคงในการทำงาน
4. ด้านจิตวิทยาสังคม
5. ด้านสภาพการทำงาน
6. ด้านการปฏิบัติงาน
7. ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร
8. ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร

การที่บุคลากรในองค์กรจะเกิดความผูกพันต่อองค์กร ด้วยความเต็มใจและตั้งใจพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้นั้น องค์กรจำเป็นต้องตอบสนองในสิ่งต่าง ๆ ที่บุคลากรในองค์กรต้องการให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม โดยมีความตระหนักอยู่เสมอว่าบุคคลแต่ละคนนั้น จะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่สนับสนุน ดังนี้

ทิพย์วรรณ มงคลกล้าดี (2554) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานในองค์กรที่มีต่อองค์กร โดยมีความเชื่อมั่น ยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร จึงทำให้มีความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรไว้ และรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

ประยูทธ อิศกุล (2552) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง การที่บุคคลต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมและเข้าไปเป็นสมาชิกขององค์กร โดยมีความใฝ่ฝัน ความหวัง ความปรารถนา และความมุ่งมั่นที่จะทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการทางธรรมชาติของมนุษย์ นั่นคือ การยอมรับนับถือทางสังคม โดยการใช้ความพยายามในการทำงานอย่างเต็มกำลังความรู้ความสามารถที่ตนมีอยู่ พร้อมทั้งจะทำงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ และคิดเสมอว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นขององค์กร คือความสำเร็จของตนเองด้วย

Rivenbark (2010) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นลักษณะของบุคลากรที่มีความเชื่อมโยงเข้ากับองค์กร และงานที่บุคลากรในองค์กรต้องกระทำทุกวัน และบุคลากรมีความตั้งใจที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

Steers (1977) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความตั้งใจของพนักงานที่จะใช้ความพยายามอย่างยิ่งยวดในการกระทำกรใด ๆ เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร การมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงอยู่กับองค์กรตลอดไป และระดับความเข้มข้นของความรู้สึกที่เป็นเจ้าของหรือความจงรักภักดีต่อองค์กร รวมถึงการยอมรับเป้าหมายที่สำคัญและคุณค่าขององค์กร ทั้งยังรวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอีกด้วย

Allen and Meyer (1996) กล่าวไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทางจิตใจระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยที่พนักงานมีความเต็มใจที่จะไม่ลาออกจากองค์กรไป ซึ่งความผูกพันตามแนวคิดของ Allen and Meyer นั้นจะมีองค์ประกอบด้วยกัน 3 ด้าน คือ

1. ความผูกพันทางด้านความรู้สึก (Affective commitment) เป็นความรู้สึกที่ยึดติดทางอารมณ์ที่มีต่อองค์กร ได้แก่ ความรู้สึกสามัคคีในกลุ่มพนักงาน พยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้ด้วยกันและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของต่อองค์กร ซึ่งความรูสึกดังกล่าวเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นโดยอาศัยจากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา พนักงานจะเกิดความรู้สึกที่ดีเมื่อได้อยู่ร่วมกับองค์กร และมีอำนาจหน้าที่อย่างเต็มที่ในบทบาทงานของตนเองอย่างเหมาะสม พนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรในด้านนี้จะมีความรู้สึกว่าตนต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

2. ความผูกพันอย่างต่อเนื่อง (Continuance commitment) พนักงานจะตระหนักดีว่าตนเองควรที่จะลงทุนอยู่กับองค์กรต่อไปดีหรือไม่ เพราะหากตัดสินใจลาออกจากองค์กรนี้ไปแล้วเขาอาจที่จะสูญเสียผลประโยชน์หลายอย่างที่ไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับองค์กรอื่น ดังนั้น พนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในด้านนี้จึงมีความรู้สึกที่จำเป็นจะต้องอยู่กับองค์กรต่อไป

3. ความผูกพันแบบบรรทัดฐาน (Normative commitment) ความผูกพันต่อองค์กรในด้านนี้จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นหนี้บุญคุณหรือมีภาระหน้าที่ต่อองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานรับรู้ว่ามีเมื่อตนเข้ามาเป็นสมาชิกในองค์กรแล้วจะต้องมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กร เพราะพนักงานเห็นว่านั่นคือความถูกต้องและเป็นความเหมาะสมที่ตนควรจะทำ จึงกลายเป็นความจำเป็น ดังนั้นพนักงานจึงมีความรู้สึกว่าเป็นการถูกต้องและเป็นการสมควรที่จะต้องอยู่กับองค์กรต่อไป

Staw (1997 อ้างใน อรุณรัตน์ วิเศษสิงห์, 2552) Staw กล่าวว่าไว้ว่า ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรมี 2 ลักษณะคือ

1. ความผูกพันต่อองค์กรในด้านทัศนคติ (Attitudinal commitment) หมายถึง ความเห็นพ้องต้องกันของบุคลากรกับองค์กร ความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร การมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านพฤติกรรม (Behavioral commitment) หมายถึง การมีส่วนร่วมขององค์กร การเห็นด้วยกับเป้าหมายขององค์กร และความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรต่อไป

Gubman (2003 อ้างใน มุทิตา คงกะพันธ์, 2554) สะท้อนให้เหตุถึงแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ อีดี กริปแมน (ED Gubman) คือ ความผูกพันของพนักงานจะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องเชื่อมโยงส่วนประกอบ 3 ส่วน ดังนี้

1. คุณค่าและความรับผิดชอบ (Values and Responsibilities) เป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทั้งนี้เพราะเราได้ให้คุณค่าของพนักงานที่สอดคล้องกับค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์กร นั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ เพื่อองค์กร โดยด้านคุณค่า ได้แก่ ความยุติธรรม การเคารพในเกียรติกัน ความเชื่อถือไว้วางใจ และการช่วยเหลือสังคม ด้านความรับผิดชอบ ได้แก่ การออกแบบงานที่ดี ระบุความรับผิดชอบที่มีความชัดเจน เป็นต้น

2. โครงการ (Programs) ที่จัดขึ้นให้กับพนักงาน เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการ การจัดฝึกอบรมและพัฒนา การให้ความสำคัญและการยอมรับ รวมถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานเหล่านี้แล้วแต่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในองค์กรทั้งสิ้น หากองค์กรจัดหาปัจจัยเหล่านี้ได้ตรงกับความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริงแล้วจะช่วยให้พนักงานอยากที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

3. ความสัมพันธ์ (Relationships) เป็นเรื่องที่มีผลอย่างยิ่งต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทั้งนี้เพราะการจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ได้แก่ การแสดงความขอบคุณ การแสดงความยินดี อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการรับรู้และตัดสินใจในการกระทำต่าง ๆ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นสัมพันธ์ภาพระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานจึงล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทั้งสิ้น

Buchanan (1974) ให้ความหมาย องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ไว้ 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวขององค์กร (Identification) หมายถึง เป็นความภาคภูมิใจและการยอมรับในค่านิยมตลอดจนวัตถุประสงค์ขององค์กรว่าเป็นไปทางเดียวกับตน

2. ความเกี่ยวพันกับองค์กร (Involvement) หมายถึง ความเต็มใจ ทุ่มเทจิตใจที่จะทำงานเพื่อความก้าวหน้าและผลประโยชน์ขององค์กร

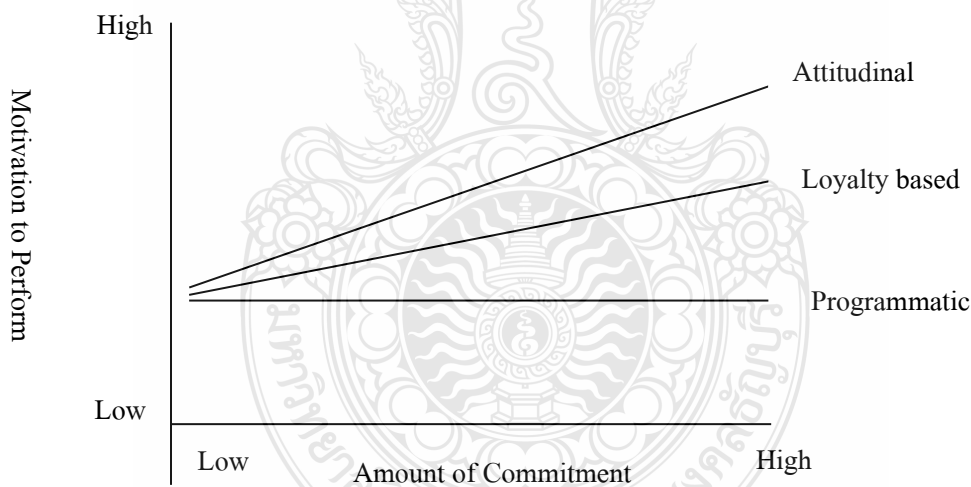
3. ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty) หมายถึง การยึดมั่นในองค์กร และปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

พรรัตน์ แสวงหาญ (2551) ได้ทำการแบ่งประเภทของความผูกพันออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Attitudinal Commitment คือ การยินดีที่จะเสียสละและทุ่มเทกำลังร่างกายและกำลังแรงใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ หรือจะเรียกได้ว่าทำทุกอย่างเพื่อองค์กรอยู่ตลอดเวลา และความภูมิใจสูงสุดในชีวิตการทำงาน คือ การที่ได้ทำงานกับองค์กรแห่งนี้

2. Programmatic Commitment คือ ผู้ที่มีความผูกพันด้านนี้จะมีเหตุผลและความจำเป็นบางอย่างในการคงอยู่กับองค์กร เช่น รอตำแหน่งชำนาญ รอเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือต้องการมีประวัติการทำงานที่น่าสนใจ เป็นต้น

3. Loyalty based Commitment คือ ความรู้สึกดีต่อองค์กรหรืออยากที่จะตอบแทนองค์กรด้วยเหตุผลที่คิดว่าควรต้องทำงานอย่างเต็มความสามารถให้กับองค์กรนี้ เช่น การได้รับทุนการศึกษา การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี หรือการได้รับความช่วยเหลือบางอย่างจากหน่วยงาน



ภาพที่ 2.2 แสดงความผูกพันองค์กร

ที่มา : ChatZkel (2003)

องค์ประกอบและพฤติกรรมของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

Porter (1973 อ้างใน พรทิพย์ ไชยฤกษ์, 2555) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความเกี่ยวข้องกับ การแสดงออกของแต่ละบุคคลอย่างมั่นคงและการมีส่วนร่วมในองค์กร โดยมีการแสดง ให้เห็นถึงลักษณะ 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อมั่น ขอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อน้ององค์กร
3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป

ความสำคัญของความผูกพันองค์กร

ความผูกพันองค์กร มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร รวมถึงการลดความเสียหายขององค์กรลงและทำให้องค์กรดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความผูกพันต่อองค์กรยังมีผลต่อการเพิ่มผลงาน ความพึงพอใจ และการคงอยู่ในองค์กรต่อไป โดยมีผู้ที่ได้ศึกษามาแล้วดังนี้

Koch and Steers. 1977 (อ้างใน ปารีชาติ พงษ์ชัยศรี) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กรและยังสามารถที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานอัตรการเข้า-ออกจากรองค์กร ของสมาชิกในองค์กรได้ดีกว่าการศึกษาเรื่องของความพึงพอใจในงาน กล่าวคือ ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแนวความคิดความรู้สึกซึ่งมีลักษณะที่ครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจในงาน เพราะความผูกพันต่อองค์กรนั้นจะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงผลโดยทั่วไปที่สมาชิกได้มีการสนองต่อองค์กร โดยส่วนรวม แต่ความพึงพอใจจะสะท้อนถึงการตอบสนองของบุคคลต่องานหรือในทางใดทางหนึ่งเพียงเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ความผูกพันต่อองค์กรจึงเน้นไปที่ความผูกพันของตนต่อองค์กร รวมทั้งค่านิยม และเป้าหมายขององค์กรด้วย ขณะที่ความพึงพอใจในงานนั้นจะเน้น ไปในทางสภาพแวดล้อมของงานใดงานหนึ่ง โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติเอง

ความผูกพันต่อองค์กร ก่อนข้างที่จะมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจในงาน ถึงแม้ว่าเหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้นในสถานที่ทำงาน อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ แต่ในทางกลับกันเหตุการณ์ชั่วคราวที่เกิดขึ้นนี้อาจจะไม่มีผลกระทบต่อความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยรวม

ภรณ์ (กิริติบุตร) มหานนท์ (2529 อ้างใน ปิยะเชษฐ เรื่องไฟโรจน์, 2548) กล่าวว่า ความรู้สึกผูกพันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สัมพันธ์กับความมีประสิทธิภาพต่อองค์กร ดังนี้คือ

1. พนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันอย่างแท้จริงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร รวมถึงการมีแนวโน้มของพนักงานที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอยู่ในระดับสูง

2. พนักงานซึ่งมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรอย่างสูง และมักจะมีผลอย่างแรงกล้า ที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป เพื่อปฏิบัติงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

3. เมื่อบุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรและมีความเลื่อมใสศรัทธาในเป้าหมายขององค์กร บุคคลอื่นซึ่งมีความรู้สึกผูกพันดังกล่าว มักจะมีความผูกพันอย่างมากต่องาน เพราะเห็นว่างานคือหนทางซึ่งตนสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายได้สำเร็จ

4. บุคคลซึ่งมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรสูง จะมีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างมากพอสมควรในการทำงานให้กับองค์กร ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดี และพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีความต่อเนื่องในการปฏิบัติของตนกับองค์กร โดยมีความเชื่อและเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กรเสมอ ความผูกพันจึงถือเป็นตัวเชื่อมโยงความต้องการของสมาชิกในองค์กรให้เข้ากับเป้าหมายขององค์กร และจากเหตุผลดังกล่าว บุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรจะมีความเกี่ยวพันหรือผูกพันอย่างมากต่องานที่ตนปฏิบัติอยู่ ซึ่งลักษณะของงานจึงเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลสนับสนุนกิจกรรมที่จะมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร เพราะเห็นว่างานคือหนทางที่ตนเองสามารถจะทำประโยชน์กับองค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างสำเร็จ

ผลของความผูกพันต่อองค์กร (Outcomes of Organizational Commitment) วัฒนา ศรีสม (2542)
กล่าวว่า ผลของความผูกพันต่อองค์กรมีดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กร ใช้เพื่อทำนายอัตราการเข้า-ออก จากงาน ได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน

2. ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความรู้สึกเหมือนเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกันของสมาชิก ทำให้เกิดเป็นแรงผลักดัน ให้สมาชิกในองค์กรปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างเต็มที่

3. ความผูกพันต่อองค์กร เป็นตัวเชื่อและเป็นตัวประสานระหว่างความต้องการส่วนบุคคลในองค์กรกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้องค์กรได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในองค์กร ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรไว้หลากหลายแนวคิด ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดความผูกพันในองค์กรของ พรรัตน์ แสดงหาญ (2551) คือ Attitudinal Commitment Programmatic Commitment และ Loyalty based Commitment ตามลำดับ เนื่องจากครอบคลุมมุมมองในด้านทัศนคติ พฤติกรรม และความจงรักภักดีต่อองค์กร ไว้ได้ชัดเจนเหมาะสมกับบริบทของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท เอเชีย น สเตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เซ็นแนล จำกัด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่น

การจัดกลุ่มเจนเนอเรชั่น

เจนเนอเรชั่น (Generation) หมายถึง กลุ่มคนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน The American Heritage Dictionary (1992) (อ้างใน เดชา เดชะวิเศษไพศาล, 2552) ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน ในสังคมหนึ่ง ๆ และประสบเหตุการณ์ดังกล่าวด้วยกันก่อให้เกิดเอกลักษณ์ในทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกันในกลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกัน

กานต์พิชชา เก่งการช่าง (2556) กล่าวว่า การจัดกลุ่มคนรุ่นต่าง ๆ ตามเกณฑ์ช่วงอายุหรือที่นิยมเรียกกันว่า เจนเนอเรชั่น โดยได้รับความคิดริเริ่มนี้มาจากแนวคิดของชาวตะวันตก การจัดกลุ่มลักษณะนี้ก่อให้เกิดการศึกษาวเคราะห์ถึงความแตกต่างทางด้านความคิด และพฤติกรรมในการใช้ชีวิตและการทำงาน ทำให้เราเข้าใจถึงคุณลักษณะของประชากรในแต่ละยุคสมัยนั้น ได้ดียิ่งขึ้น ในปัจจุบันนี้มีการนำแนวคิดและผลการศึกษาดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการที่หลากหลายแขนงออกไป ไม่ว่าจะเป็นการตลาด การพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น ซึ่งมักจะแบ่งกลุ่มกันโดยมองเรื่องของ อายุคนเป็นเกณฑ์มากกว่าอายุงาน ถ้าจะแบ่งกลุ่มคนทำงานตามช่วงอายุคนให้ชัดเจนยิ่งขึ้นนักวิชาการจำนวนมากได้ใช้แนวทางการแบ่งกลุ่มคนตามแนวคิดตะวันตก จึงแบ่งคนทำงานออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุและคุณลักษณะเด่น ได้แก่

เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)

กลุ่มเจนเนอเรชั่น ที่ครอบคลุมประชากรที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1941-1960 (พ.ศ. 2484-2503) หรือประมาณช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ปัจจุบันประชากรกลุ่มนี้ได้ถูกจัดให้อยู่ใน กลุ่ม Baby Boomer อายุประมาณ 53-72 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะกลุ่มคนที่เกษียณอายุงานไปแล้วและบางส่วนก็กำลังทยอยเกษียณอายุตามกันไป ประชากรกลุ่มนี้กล่าวได้ว่ามีส่วนมากที่สุดในเมื่อพิจารณาภาพรวมทั่วโลก ทั้งนี้เนื่องมาจากในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองมีผู้ล้มตายเป็นจำนวนมาก จึงทำให้หน่วยงานราชการในหลายประเทศได้มีการรณรงค์ส่งเสริมให้ประชากรมีทายาทเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ประกอบกับการที่เศรษฐกิจมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นในยามที่สงครามสงบลงแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มประเทศที่ชนะสงคราม ส่งผลให้เกิดจำนวนประชาชนสูงในสัดส่วนที่สูงมาก และนอกจากนี้ในช่วงเวลาดังกล่าวการรณรงค์เรื่องของการคุมกำเนิดยังไม่แพร่หลายมากนัก ประชากรเลยไม่นิยมที่จะคุมกำเนิด

เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้ได้เติบโตมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจที่ดำเนินไปสู่ยุคอุตสาหกรรม ความก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีพื้นฐานก็มีเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิต กระบวนการจัดการ กระบวนการในการสำรวจธรรมชาติและอวกาศ เป็นต้น

ซึ่งเป็นการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปบนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างเป็นระบบแบบแผน ที่สำคัญ การขยายตัวทางการค้าและอุตสาหกรรมดังกล่าว ก่อให้เกิดการสร้างงานใหม่ ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นและนำไปสู่การแข่งขันที่มากขึ้นเช่นเดียวกัน จึงส่งผลให้คุณลักษณะที่สำคัญของประชากรกลุ่มนี้มีลักษณะนิสัยมุ่งมั่นให้กับการทำงานและองค์กรเป็นอย่างมาก โดยการทำงานหนัก และให้ความสำคัญกับผลงาน แม้จะต้องใช้ความพยายามและเวลานานมากกว่าจะประสบความสำเร็จก็ตาม และมีความจงรักภักดีต่อองค์กรสูง นอกจากนี้กลุ่ม Baby Boomer ยังเคารพกฎต่าง ๆ และจะปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มักไม่เปลี่ยนแปลงความคิดง่าย ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นพวกยึดติดกับอะไรเดิม ๆ เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้ได้เป็นผู้ที่กำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการทำงานในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการยึดมั่นและเคร่งครัดในกฎเกณฑ์ที่มากเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อทักษะการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานที่ทำงานและสังคม ตลอดจนวิทยาการทางเทคโนโลยี อีกด้วย

เจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X)

Generation X เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1964-2009 (พ.ศ. 2522-2507) ซึ่งปัจจุบันมีอายุประมาณ 37-52 ปี มีอุปนิสัยชอบความเสี่ยง ชอบทำอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีความสนใจด้านเทคโนโลยี มีการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี และมักที่จะท้าทายกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กลุ่ม Baby Boomer ได้กำหนดขึ้นมาอยู่บ่อยครั้ง เจนเนอเรชันนี้จึงได้รับการขนานนามว่า Baby Buster หรือ Slacker

ประชากรกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบอันเกิดจากรอยต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคสมัยนั้นค่อนข้างมาก เช่น การเปลี่ยนแปลงจาก Analog ไปสู่ Digital การเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เมนเฟรมที่มีขนาดใหญ่ไปสู่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีขนาดเล็กลงที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น เป็นต้น ประกอบกับบรรยากาศของการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมในเป็นวงกว้างขึ้น ทำให้เกิดการผลิตเครื่องมือ ที่สามารถนำมาใช้อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิต จึงส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจมุ่งเน้นไปทางความเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น และมีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้นอีกด้วย กลุ่ม Generation X มักที่จะพึ่งพาความรู้ความสามารถของตนเองเป็นหลักในการดำเนินชีวิตและการทำงาน โดยสามารถที่จะปรับตัวได้ดีกับสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลง ด้วยสาเหตุนี้ จึงส่งผลให้ประชากรกลุ่มนี้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้มีความทันยุค ทันสมัยและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

โดยรวมแล้วประชากรกลุ่ม Generation X มักจะมองว่างานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเท่านั้นจึงมักที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ครอบครัว และสัมพันธภาพในสังคมของตนเองมากกว่า จนสามารถสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ได้เห็นผู้ปกครองที่เป็นกลุ่ม Baby Boomer มักที่จะทำงานหนักมาก และไม่มีเวลาให้กับครอบครัวรวมไปถึงชีวิตส่วนตัวด้วย นอกจากนี้คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อระดับของความภักดีขององค์กร หรือความคิดในการร่วมงานเป็นระยะเวลานานกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ประชากรกลุ่ม Generation X บางคนมีวิธีแบบขี้ปี้ คือ ใช้จ่ายเงินเพื่อความสบายของชีวิต ซื้อหาสิ่งของที่หรูหรา เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่ม Baby Boomer

เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดอยู่ในกลุ่ม Generation Y คือ กลุ่มประชากรที่เกิดตั้งแต่ ค.ศ.1980 - 1995 (พ.ศ. 2523-2538) ปัจจุบันอายุประมาณ 21-36 ปี ประชากรกลุ่มนี้กำลังจะเป็นอัตรากำลังสำคัญหรือทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญขององค์กรต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันและอนาคตอันใกล้

ประชากรกลุ่มนี้มีการเติบโตเรียนรู้ และใช้ชีวิตอยู่ในยุคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง และมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโทรคมนาคมที่มีความคล่องตัวมากขึ้น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและตลอดเวลา การเดินทางที่รวดเร็วด้วยยานพาหนะที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น มีความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวันด้วยเครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ กล้องดิจิทัล รวมถึงอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทุกอย่างล้วนแล้วดูเหมือนจะสามารถดำเนินการได้เพียงปลายนิ้วสัมผัสหรือการใช้คลิกเมาส์ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย แต่ในขณะเดียวกัน Generation Y ยังต้องเผชิญกับเหตุการณ์ที่แสดงถึงความวิกฤติการณ์ ความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจและความรุนแรงของสังคมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อน เช่น ภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ เหตุการณ์ก่อการร้าย การใช้อาวุธปืนในหมู่นักเรียน นักศึกษา ภัยธรรมชาติที่รุนแรงและยากที่จะคาดถึง ตลอดจนภาวะที่โลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไป

ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของ Generation Y

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) กล่าวไว้ว่า แนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่ม Generation Y มีอยู่ 13 ประการด้วยกัน คือ

1. เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดความอ่าน มีทัศนคติเป้าหมาย รวมถึง การแต่งกาย วิธีการพูดจา รูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นแบบฉบับของตัวเองมีความภูมิใจในตนเอง ไม่ต้องการเป็นอย่างไรร ยื่นหยัดความคิดเห็นของตัวเองและไม่ค่อยยอมตามผู้อื่นง่าย ๆ

2. ความอดทนต่ำ ทั้งร่างกายและจิตใจ เมื่อหิว ร้อน เหนื่อย หรืออ้วน ก็จะแสดงอาการออกมาอย่างจริงจังในทันที และยังมีภูมิคุ้มกันทางด้านจิตใจที่ต่ำกว่าเจนเนอเรชันอื่น ๆ อีกด้วย Generation Y มักจะเก็บอารมณ์ไม่ค่อยได้ หากเกิดปัญหาหรือไม่พอใจในงานก็มีโอกาสที่จะตัดสินใจลาออกจากงานสูง และหากมีผลการทำงานที่ดีมากแต่โอกาสความก้าวหน้าหรือค่าจ้างไม่ทันใจ ก็พร้อมที่จะลาออกไปหาความก้าวหน้าที่อื่นได้เสมอ

3. อยากรู้ อยากเห็น มักจะเก็บความสงสัยไว้ไม่ได้และมักถามว่าทำไมอยู่บ่อยครั้ง เมื่อได้รับคำสั่งหรือองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องการคำตอบจากการทำงานนั้นในทันที

4. ทำทายกฏระเบียบ Generation Y ไม่นิยมกฏระเบียบหรือข้อบังคับกติกาใด ๆ มักตั้งคำถามและต้องการความยืดหยุ่นเสมอ ยิ่งมีการควบคุมที่เข้มงวด ก็จะยิ่งกระตุ้นให้เกิดการฝ่าฝืนหรือแหกกฎมากขึ้นเท่านั้น นอกจากกฏระเบียบแล้ว Generation Y ไม่นิยมปฏิบัติตามวัฒนธรรม ประเพณี หรือแนวปฏิบัติเดิม ๆ นั้นสักเท่าไร

5. มีความทะเยอทะยายสูง เป้าหมายทางอาชีพจะมีความชัดเจนและสูงลิ่ว และพร้อมที่จะมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึง มีความจงรักภักดีต่อวิชาชีพสูง ไม่ใช่จงรักภักดีต่อองค์กร หากองค์กรไม่สามารถตอบโจทย์เรื่องความก้าวหน้า ก็พร้อมที่จะเปลี่ยนงานในทันที ไม่ค่อยนิยมการทำงานระดับล่าง และอยากมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในหน้าที่การงาน แล้วพุ่งสู่เป้าหมายตามระยะเวลาอันสั้น

6. คู่กันเคยกับเทคโนโลยีเป็นอย่างดี ใช้คอมพิวเตอร์อย่างคล่องแคล่วและมักใช้ชีวิตใน cyber Space

7. ชอบการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าจะไม่สามารถนำไปสู่สิ่งที่คิดว่าแต่ก็กล้าที่จะเสี่ยง อยากที่จะลองรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ ที่จะเปลี่ยนไปสู่สิ่งใหม่ ๆ อยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงองค์กร หากได้ทำอะไรหลาย ๆ อย่างซ้ำกันเหมือนเดิมเป็นประจำก็จะยิ่งรู้สึกเบื่อมากขึ้นเรื่อย ๆ

8. กระตือรือร้น ไฟแรงและคล่องแคล่วมาก คิดเร็ว ทำเร็ว เมื่อทำอะไรมักอยากเห็นผลเร็ว ๆ บางครั้งเหมือนไม่รอบคอบ ยิ่งทำงานที่ชอบก็จะยิ่งตื่นเต้น กระตือรือร้น แต่ว่าเมื่อใดที่ทำงานที่ไม่ชอบก็จะยิ่งเบื่อหน่าย

9. มองโลกในแง่ดีมาก เมื่อทำอะไรก็มักคิดเชิงบวกหรือคิดในแง่ดีว่าอยู่เสมอ ทุกอย่างเป็นไปได้และประสบความสำเร็จ

10. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไอเดียมากมายอยู่ในหัว อยากพูดอยากกระบาย อยากให้มันเกิดขึ้นจริงและไม่ยึดติดกับกรอบ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์นี้มีผลมาจากการเลี้ยงดูของบิดามารดาสมัยใหม่ ทำให้มีความมั่นใจ กล้าคิด กล้าทำ มากขึ้น

11. มั่นใจตนเองสูง ความมั่นใจในเชิงลึกของ Generation Y เป็นไปในทางที่รู้สึกดีกับตนเอง ไม่ได้นำไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น จนบางครั้งจะถูกมองว่าไม่อ่อนน้อม แข็งกระด้าง Generation Y ไม่ค่อยพบความประหม่า หรือเก้อเจินเมื่อต้องพูดต่อหน้าสาธารณชนเป็นจำนวนมาก

12. ไม่เคารพผู้อาวุโส ผู้ที่มีอายุสูงกว่าหรือมีตำแหน่งงานที่สูงกว่าโดยอัตโนมัติ แต่หากจะเคารพใครนั้นต้องเคารพที่ตัวตนของคนนั้น ๆ จริง ๆ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลเอง จะอายุมากกว่าหรืออาวุโสกว่าก็ไม่มีผลใด ๆ

13. มีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำ เป็นคนที่เลือกงานไม่ใช่เลือกที่องค์กร เวลาทำงาน Generation Y จึงยื่นข้อเสนอที่จะทำหน้าที่ที่สูงกว่าที่องค์กรได้เสนอไว้ให้ และมององค์กรเป็นเพียงแค่สะพานเชื่อมต่อไปสู่เป้าหมายแห่งอาชีพ ทักษะคิดนี้จึงสร้างการลาออกที่สูงมาก

2.5 ข้อมูลของบริษัทในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ตั้งอยู่ที่ 48/1 หมู่ 1 ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 11260 เริ่มมีการก่อตั้งและเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2531 จนถึงปัจจุบัน โดยเป็นผู้ผลิตหลอดไฟขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ แผงวงจรแสดงผล LED, INDICATOR LAMP, ไฟแฟลชอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้ร่วมลงทุนกับบริษัทต่างๆ ในเครือ Stanley ดังนี้

STANLEY ELECTRIC CO., LTD.

STANLEY GROUP

STANLEY ELECTRIC U.S.CO., INC (USA)

II STANLEY CO., INC (USA)

STANLEY TSURUOKA WORKS LTD. (JAPAN)

STANLEY MIYAGI WORKS LTD. (JAPAN)

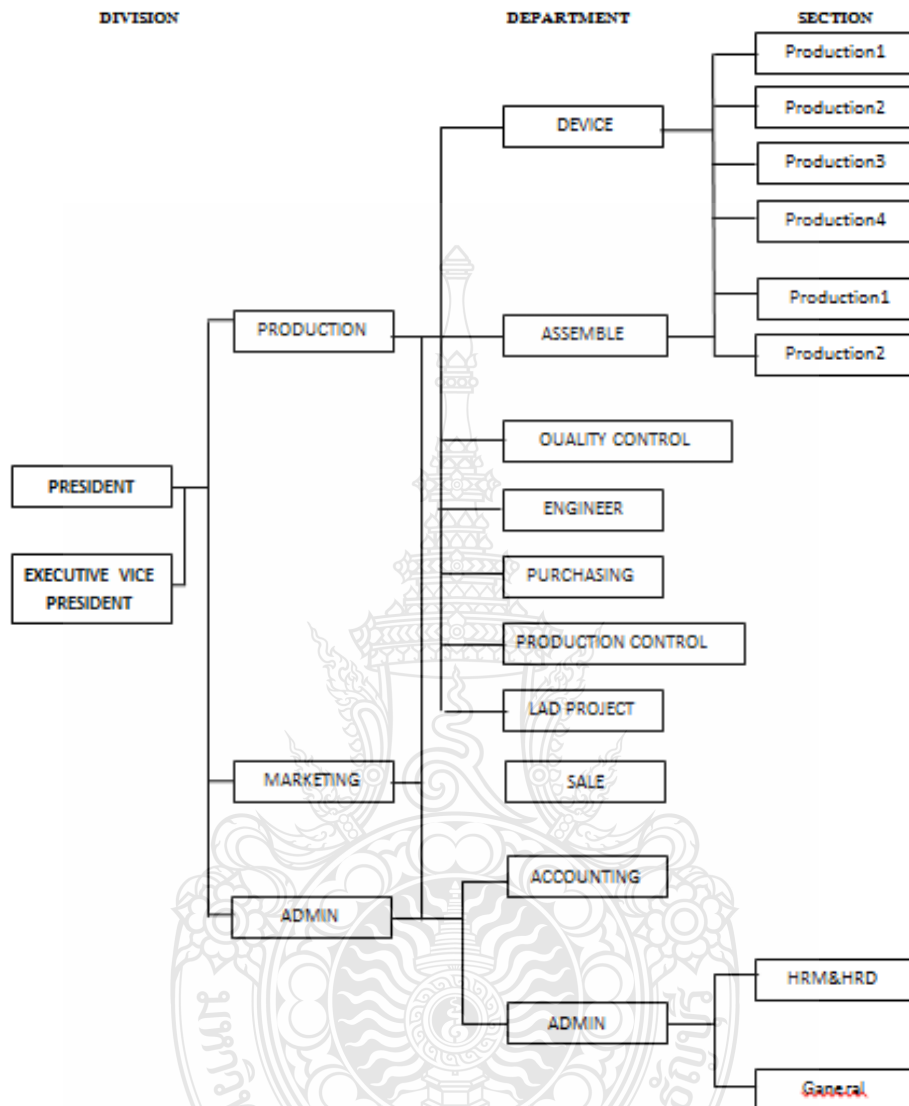
THAI STANLEY ELECTRIC CO., LTD.

THE SITIPOL 1919 Co., LTD

โดยได้ดำเนินการ ภายใต้การส่งเสริมและการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ด้วยเงินทุนจดทะเบียนเริ่มแรกที่ 200 ล้านบาท ปัจจุบันได้เพิ่มเงินทุนจดทะเบียนเป็น 400 ล้านบาท และได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า เช่นเดียวกับ บริษัทแม่ใน ประเทศญี่ปุ่น บริษัทมีพื้นที่ทั้งสิ้น 22,387.20 ตารางเมตร

ในปีปัจจุบัน บริษัทมีพนักงานรวมกันทั้งสิ้น 2,293 คน (แผนกทรัพยากรบุคคล ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2559) โดยอายุเฉลี่ยของพนักงานหญิงชายอยู่ระหว่าง 27-31 ปี

โครงสร้างองค์กร มีดังนี้



ภาพที่ 2.3 แสดงโครงสร้างองค์กร

ที่มา : แผนกทรัพยากรบุคคล ณ เดือน กุมภาพันธ์ (2559)

โดยบริษัท มีหลักการ ปรัชญา และนโยบายการในการบริหาร ดังนี้

หลักการของบริษัท

การให้ความสำคัญ 4 ประการ

1. การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าที่ซื้อ
2. การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าที่ขาย

3. การให้ความสำคัญแก่พนักงานบริษัท

4. การให้ความสำคัญแก่ผู้ถือหุ้น

ปรัชญาของบริษัท

เราจะดำเนินการด้วยความกล้าหาญ โดยรวบรวมสติปัญญาและพลังที่สะสมมาทั้งหมด เพื่อให้บังเกิดผลดังต่อไปนี้

1. ให้เป็นบริษัทที่ได้รับการเชื่อถือ
2. ให้เป็นบริษัทที่มีเสน่ห์น่าสนใจ
3. ให้เป็นบริษัทที่มีความกระตือรือร้นอย่างแรงกล้า
4. ให้เป็นบริษัทที่สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมท้องถิ่น

นโยบายของการบริหารงานของบริษัท

1. มีความฝันและความกระตือรือร้นอยู่เสมอ และสร้างที่ทำงานให้เป็นที่ ๆ รู้สึกถึงคุณค่าของการทำงานและการดำรงชีวิต
 2. ใช้หลักพื้นฐาน ความคิด และเวลา ให้เป็นประโยชน์ในการปฏิรูปและปรับปรุงบริษัทให้ดีขึ้น
 3. สร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีความสามัคคีและเชื่อใจซึ่งกันและกัน โดยยึดหลักความยุติธรรมและห่วงใยซึ่งกันและกัน
 4. แสดงความเป็นผู้นำที่เคารพ โดยการรักษาสัจจะและปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดี
 5. พนักงานบริษัททุกคนทำงานอย่างสุดความสามารถมีความภูมิใจกับการทำงานของแต่ละวัน
- โดยในปัจจุบัน บริษัท ได้ก้าวสู่ปีที่ 28 และก้าวเข้าสู่ความเป็นเลิศทางด้านอุปกรณ์ส่องสว่าง ในมาตรฐานระดับ OEM พร้อมทั้งยังได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO9001:2000, ISO 14001:2004 และ ISO/TS16949 นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำระบบ KAIZEN มาใช้ในการปรับปรุงระบบทำงานและปรับปรุงการผลิตของบริษัทไปพร้อมกัน ซึ่งได้มีการดำเนินกิจกรรม KAIZEN มาตั้งแต่ปี 2541 จนถึงปัจจุบัน โดยมีความมุ่งมั่นและพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล พร้อมทั้งเสนอสินค้าที่มั่นใจว่าจะเป็นที่พอใจและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มูทิตา คงกระพันซ์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาในหัวข้อ การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านการสนับสนุนสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงินและด้านการสนับสนุนสิ่งตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรที่ระดับปานกลาง

ศศินันท์ ทิพย์โอสถ (2556) ได้ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในภาคธุรกิจธนาคาร ซึ่งได้ผลการศึกษาออกมาว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานมีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและความพอใจในงานแตกต่างกัน โดยพนักงานไทยที่เป็นธนาคารของรัฐกับพนักงานธนาคารไทยที่มีต่างชาติถือหุ้นที่ปฏิบัติงานสายหลักกับงานสายสนับสนุน มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ประยูทธ อิศกุล (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอเซียเนต เสนอเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด พบว่าความผูกพันของพนักงานในองค์กร ในภาพรวมแล้วมีความคิดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากอยู่ 2 ด้าน โดยด้านค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับนี้คือ ด้านความภูมิใจที่รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รองลงมาคือด้านความเต็มใจทุ่มเทให้กับองค์กร ส่วนระดับความเห็นในระดับปานกลางมี 2 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับนี้คือด้านความภูมิใจที่ได้รับ การยอมรับจากองค์กร รองลงมาคือด้านความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ธรรมรัตน์ อยู่พรต (2556) ได้ทำการศึกษา ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชันต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า ประการค่านิยมในการทำงานทั้ง Generation Y Generation X และเบบี้บูมเมอร์สเป็นไปในรูปแบบทิศทางเดียวกันคือ ค่านิยมด้านการเข้าใจผู้อื่นมากที่สุด รองลงมาคือ ค่านิยมการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมด้านการพัฒนาตนเอง ประการที่สองคือค่านิยมในการทำงานด้านการเข้าใจผู้อื่น ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและด้านการพัฒนาตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยค่านิยมในการทำงานด้านการเข้าใจผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมากที่สุด อีกทั้งค่านิยมด้านการเข้าใจผู้อื่นของเจนเนอเรชันแตกต่างกัน ซึ่งพบความแตกต่างระหว่าง Generation Y และเบบี้บูมเมอร์ สรุปลงได้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นพื้นฐานสำคัญของความผูกพันในองค์กรของเจนเนอเรชันต่าง ๆ

รัตนภัทร สุวรรณสิทธิ์ (2558) ได้ทำการศึกษา การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผ่านสมรรถนะหลักของบุคลากรสำนักงานประกันสังคม พบว่า

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีอิทธิพลทางบวกต่อสมรรถนะหลักของบุคลากรคือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านการสนับสนุนจิตอาารมณ์ ส่วนการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ไม่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะหลักของบุคลากร คือ ด้านความรู้ในงานและโอกาสก้าวหน้า ด้านปัจจัยเกื้อหนุนในการปฏิบัติงานและด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการและสมรรถนะหลักของบุคลากรที่มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน คือ การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และการทำงานเป็นทีม

อัจฉรา ศรีแก้วดารา (2549) ได้ทำการศึกษา การรับรู้ความยุติธรรมของการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในองค์การมหาชน: กรณีศึกษาสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานและผู้บริหารของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) จำนวน 257 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้าน คือ ด้านจิตใจ ด้านความมั่นคง และด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ (2554) ได้ทำการศึกษา การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความผูกพันในงาน การเพิ่มคุณค่าระหว่างงานกับครอบครัวและความสุขเชิงอัตวิสัยของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง จำนวน 340 คน จากจำนวนพนักงาน 22,995 คน พบว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งมีการรับรู้การว่าองค์กรเห็นคุณค่าในการทุ่มเทการทำงานและห่วงใยในความเป็นอยู่ของบุคลากรในระดับที่สูงมาก รองลงมาคือการรับรู้การสนับสนุนด้านความมั่นคง การรับรู้การสนับสนุนด้านการปฏิบัติงาน การรับรู้การสนับสนุนด้านผลตอบแทนและสวัสดิการและรวมถึงด้านจิตอาารมณ์การรับรู้ สุดท้ายการสนับสนุนด้านความรู้ในงานและโอกาสในความก้าวหน้า ตามลำดับ

ปาริชาติ พงษ์ชัยศรี (2552) ได้ทำการศึกษา ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสรรพากร ภาค 5 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็น ข้าราชการกรมสรรพากรภาค 5 มีจำนวนทั้งหมด 1,770 คน โดยนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 354 คน ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการร้อยละ 63.6 มีความผูกพันต่อองค์กร ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระยะเวลาปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา อีกประการหนึ่งคือตัวแปรที่อธิบายถึงความผูกพันได้ดีที่สุดและมีผลในทางบวกต่อความผูกพันในองค์กร ได้แก่ ลักษณะองค์กร และประสบการณ์ทำงาน ตามลำดับ

Robbins & Judge (2010) ได้ทำการศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจในงาน โดยบุคคลที่มีความพึงพอใจในงานที่อยู่ในระดับสูง ย่อมมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับงานที่เขาพึงปฏิบัติอยู่ แต่ในขณะที่บุคคลที่มีความพึงพอใจในงานต่ำหรือไม่มีความพึงพอใจในงานเลยที่เขาปฏิบัติอยู่ก็จะมีทัศนคติที่ตรงกันข้าม ซึ่งความพึงพอใจในงานนี้มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในงาน เช่น ค่าตอบแทน โอกาสในการที่จะได้เลื่อนตำแหน่ง รูปแบบการบริหาร นโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวมความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในงานของบุคคล และความพึงพอใจนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในแรงผลักดันให้บุคลากรทำงานด้วยความกระตือรือร้น มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน ส่งผลให้ทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Fazzil (1994) ที่ได้ทำการศึกษาความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อการบริหารองค์การสมัยใหม่ โดยเห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรนั้นสามารถที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการงานอย่างมีประสิทธิภาพที่เป็นผลดีต่อองค์กร และเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องเป็นผู้สร้างความผูกพันและความจงรักภักดีต่อพนักงานเพื่อลดการสูญเสียบุคลากรที่มีคุณค่าแก่องค์กรไป

Stamper & Johlke (2003) ได้ทำการศึกษาผลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ คือความขัดแย้งในบทบาท ความไม่ชัดเจนของบทบาท กับเจตคติในงาน คือความพึงพอใจในงาน แนวโน้มในการลาออก และผลของการปฏิบัติงาน โดยผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อความเครียดที่มีผลต่อบทบาท ความพึงพอใจในงานและแนวโน้มในการลาออกจากองค์กร

Saks (2006) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยเหตุ และผลลัพธ์ของความผูกพันของพนักงาน โดยการศึกษาถึงตัวแปรสาเหตุที่ก่อให้เกิด ความผูกพันต่องาน และความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยของ Saks ซึ่งให้เห็นว่า

1) ลักษณะงานที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน ประกอบกับการที่องค์กรได้ให้การสนับสนุนพนักงานในเรื่องของการทำงานและความเป็นอยู่ดี รวมถึงความสุขของพนักงาน จะช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ผูกพันต่องาน และให้ผลลัพธ์ที่ตามมาก็คือ พนักงานจะมีความรู้สึกพึงพอใจในงาน ก่อให้เกิดพันธะสัญญาต่อองค์กร มีพฤติกรรมการการแสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กร และมีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป

2) การที่องค์กรให้การสนับสนุนพนักงานในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดีและมีสุขของพนักงาน ประกอบกับองค์กรได้แสดงให้เห็นถึงความยุติธรรม ความเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ และจงใจที่จะเอาใจเปรียบพนักงาน จะส่งผลให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งให้

ผลลัพธ์ที่ได้ตามมาก็คือ พนักงานมีความพึงพอใจต่องาน และเกิดพันธะสัญญาต่อองค์กร มีพฤติกรรม
การเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรที่มุ่งสู่ตัวบุคคล และมุ่งสู่องค์กร รวมถึงมีความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร

Beugre (1996) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาผลกระทบถึงการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร
ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมความก้าวร้าวในสถานที่ทำงาน พบว่า การรับรู้ความ
ยุติธรรมทางด้านผลตอบแทน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมความก้าวร้าว หากพนักงานมีการรับรู้
ถึงความยุติธรรมที่ตนเองได้รับก็จะมีการแสดงออกทางพฤติกรรมตามความรู้สึกที่ตนเองมี พนักงานที่
รับรู้ตนเองได้รับความยุติธรรมก็จะแสดงพฤติกรรมในทางบวกซึ่งมีผลต่อความผูกพันในองค์กร



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชันวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งได้ศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มประชากรที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด จำนวน 2,293 คน (แผนกทรัพยากรบุคคล บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด ณ เดือน กุมภาพันธ์ 2559)

2. กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 กำหนดความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 และหาอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละแผนกที่สังกัดในในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีการคำนวณดังนี้

2.1 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยตามสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดจำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05 (ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

แทนค่า

$$n = \frac{2,293}{1 + (2,293 \times 0.05^2)}$$

$$\approx 341$$

ดังนั้นได้กลุ่มตัวอย่าง 341 คน จากประชากรทั้งหมด 2,293 คน เพื่อป้องกันความไม่ครบถ้วนและความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน ทางผู้วิจัยจึงทำได้กำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก 79 คน ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอเนชั่นแนล จำกัด สำหรับในการทำวิจัยในครั้งนี้ทั้งสิ้น 420 คน

2.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละแผนกที่สังกัดในบริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอเนชั่นแนล จำกัด โดยขั้นตอนในการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์ (2553) โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.2.1 กำหนดใช้ขนาดหน่วยงานเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละชั้นภูมิ คือ ประชากรในฝ่ายที่สังกัดในบริษัท ในบริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอเนชั่นแนล จำกัด ได้แก่ แผนก DEVICE, ASSEMBLY, QUALITY CONTROL, ENGINEER, PURCHASING, PRODUCTION CONTROL, LAD, SALE, ACCOUNTING, ADMINISTRATION

2.2.2 ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่กำหนดให้ทุก ๆ หน่วยประชากรมีโอกาสเท่ากันในการได้รับเลือกเป็นตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณและแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในตารางที่ 3.1

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในกลุ่มนั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชียน สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด ตามชั้นภูมิและขนาดของหน่วยงานที่นำมาใช้ในการวิจัย

ลำดับที่	ฝ่าย	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1	DEVICE	1,017	187
2	ASSEMBLY	806	148
3	QUALITY CONTROL	193	35
4	ENGINEER	52	10
5	PURCHASING	29	5
6	PRODUCTION CONTROL	84	15
7	LAD	5	1
8	SALE	22	4
9	ACCOUNTING	19	3
10	ADMINISTRATION	66	12
รวม		2,293	420

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาค่าความถี่จาก แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นลักษณะคำถามแบบสำรวจรายการ (Check list) มีจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 เพศ ชาย/หญิง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)

คำถามข้อที่ 2 อายุ เป็นการวัด Scale เป็นการแบ่งตามช่วง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 6 ช่วงอายุ ได้แก่

1. 21 - 25 ปี
2. 26 - 30 ปี
3. 31 - 36 ปี
4. 37 - 40 ปี
5. 41 - 44 ปี
6. 45 - 52 ปี

คำถามข้อที่ 3 สถานภาพ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. โสด
2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
3. แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย

คำถามข้อที่ 4 ระดับการศึกษา โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

คำถามข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 6 ระดับ

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
2. 15,000 - 20,000 บาท
3. 20,001 - 25,000 บาท
4. 25,001 - 30,000 บาท
5. 30,000 - 35,000 บาท

6. มากกว่า 35,001 บาท ขึ้นไป

คำถามข้อที่ 6 ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. พนักงานฝ่ายผลิต
2. พนักงานฝ่ายสำนักงาน
3. หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย

คำถามข้อที่ 7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกตอบหลายข้อเป็นแบบรายการ (Check list) เป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. น้อยกว่า 2 ปี
2. 2 - 5 ปี
3. 5 - 10 ปี
4. 11 - 15 ปี
5. 15 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามด้านปัจจัยองค์กร โดยให้ตอบคำถามตามความคิดเห็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แบ่งออกเป็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจไม่ได้/เฉย ๆ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 3 ด้าน 22 ข้อ ได้แก่

1. ความต้องการด้านงาน
2. ความต้องการด้านบทบาท
3. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ส่วนที่ 3 คำถามด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ตามแนวคิดของไอเซนเบอร์เกอร์และคณะ (Eisenberger et al., 1986) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากองค์ประกอบ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของ (ศศิพันธ์ ทิพย์โอสถ และกฤษฎดา เขียววัฒนสุข, 2556) โดยให้ตอบคำถามตามความคิดเห็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แบ่งออกเป็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจไม่ได้/เฉย ๆ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 5 ด้าน 31 ข้อ ได้แก่

1. ด้านผลตอบแทน
2. ด้านโอกาสพัฒนา
3. ด้านความมั่นคงในการทำงาน

4. ด้านจิตวิทยาสังคม
5. ด้านสภาพการทำงาน
6. ด้านการปฏิบัติงาน
7. ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร
8. ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

ส่วนที่ 4 คำถามด้านความผูกพันต่อองค์กร เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยปรับปรุงตามแนวคิดของ พรรัตน์ แสดงหาญ (2551) โดยให้ตอบคำถามตามความคิดเห็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แบ่งออกเป็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ตัดสินใจไม่ได้/เฉย ๆ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 3 ด้าน 26 ข้อ ได้แก่

1. Attitudinal Commitment
2. Programmatic Commitment
3. Loyalty based Commitment

เกณฑ์การวัดระดับคะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนแบบวัดที่มี 5 ระดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การวัดระดับคะแนน

ระดับความคิดเห็น	ข้อคำถามเชิงบวก (คะแนน)
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
ไม่เห็นด้วย	2
ตัดสินใจไม่ได้/เฉย ๆ	3
เห็นด้วย	4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5

การกำหนดเกณฑ์การแปรผลคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน 5 ระดับ โดยพิจารณาจากช่วงคะแนนในแต่ละระดับจากค่าอันตรภาคชั้น โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เมื่อทราบค่าคะแนนในสูตรการคำนวณดังกล่าวจะได้เกณฑ์เพื่อนำมากำหนดช่วงคะแนนจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของระดับความผูกพันในองค์กรดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษา ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน Generation Y ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้ศึกษาและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนขององค์กร และความผูกพันในองค์กรและแนวคิดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย จากหนังสือวิชาการ บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาข้อคำถามจากแบบสอบถามในงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึงความสอดคล้อง ครอบคลุม และตรงประเด็นกับแนวคิดและทฤษฎีที่ต้องการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของ Generation Y และนำข้อคำถามมาจัดให้อยู่ในรูปแบบของแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้

3. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity)

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามด้านปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลต่อ ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน Generation Y โดยนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบข้อคำถามว่าครอบคลุมเนื้อหาและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่

3.2 นำแบบสอบถามหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยทำการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ประเมินข้อคำถามในแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้อง เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการวัดในแต่ละด้านและตรงกับประเด็นที่ต้องการศึกษาหรือไม่ หลังจากผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินแบบสอบถามแล้ว นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการหาค่า IOC ของแต่ละข้อคำถาม โดยข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพและสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ส่วนข้อคำถามใดที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ก็นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตามเกณฑ์

$$\text{โดยใช้สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Congruence)
	R	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
หมายเหตุ			
	ค่า +1	หมายถึง	ข้อคำถามที่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน
	ค่า 0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้
	ค่า -1	หมายถึง	ข้อคำถามที่ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

ตารางที่ 3.3 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง			ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา	ผลการพิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญประเมิน				
		1	2	3		
ด้านปัจจัยด้านองค์กร Organization Factor	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	4	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	5	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	6	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	7	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	8	+1	+1	+1	1	ผ่าน

ตารางที่ 3.3 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index) (ต่อ)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง			ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญประเมิน				
		1	2	3		
ด้านปัจจัยด้านองค์กร Organization Factor (ต่อ)	9	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	10	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	11	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	12	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	13	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	14	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	15	0	+1	+1	0.67	ผ่าน
	16	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	17	0	+1	+1	0.67	ผ่าน
	18	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	19	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	20	+1	+1	+1	1	ผ่าน
ด้านการรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร (Perceived Organization Support: POS)	21	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	22	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	4	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	5	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	6	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	7	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	8	+1	+1	+1	1	ผ่าน
9	+1	+1	+1	1	ผ่าน	
10	+1	+1	+1	1	ผ่าน	

ตารางที่ 3.3 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index) (ต่อ)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง			ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญประเมิน				
		1	2	3		
ด้านการรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ต่อ)	11	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	12	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	13	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	14	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	15	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	16	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	17	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	18	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	19	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	20	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	21	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	22	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	23	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	24	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	25	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	26	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	27	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	28	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	29	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	30	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	31	+1	+1	+1	1	ผ่าน
ด้านความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment)	1	0	+1	+1	0.67	ผ่าน
	2	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	3	+1	0	+1	0.67	ผ่าน

ตารางที่ 3.3 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Item - Objective Congruence Index) (ต่อ)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง			ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญประเมิน				
		1	2	3		
ด้านความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) (ต่อ)	4	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	5	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	6	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	7	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	8	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	9	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	10	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	11	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	12	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	13	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	14	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	15	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	16	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	17	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	18	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	19	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	20	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	21	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	22	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	23	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	24	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	25	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	26	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	27	+1	0	+1	0.67	ผ่าน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ไปยัง บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด และได้ติดต่อขอความร่วมมือจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลในการแจกแบบสอบถามจำนวน 420 ชุด และรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตัวเอง ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้ แล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการหาคำตอบในการศึกษาและทดสอบสมมติฐาน ด้วยโปรแกรม (Statistical Package for the Social Science: SPSS for window) โดยใช้ค่าสถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการจัดระเบียบข้อมูลลงรหัสในรูปแบบการบันทึกข้อมูลแล้วนำไปคำนวณหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS for window) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ภูมิหลังของบุคคล) ซึ่งการวิเคราะห์จะใช้
2. สถิติพื้นฐานบรรยายเพื่อให้ทราบค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชันวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด” โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ชุด ที่ผ่านการตรวจคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม คำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) โดยแสดง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) โดยแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) โดยแสดง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ตอนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Commitment) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ตอนที่ 7 ทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปร 3 ตัวขึ้นไป
R^2	หมายถึง	กำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณหรือร้อยละของค่าความแปรผันร่วมกันของตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์
a	หมายถึง	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	หมายถึง	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Score Weight)
β	หมายถึง	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta Weight)
Sig.	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญ (Significant)
**	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H_0	หมายถึง	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	หมายถึง	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

TD	หมายถึง	ความต้องการด้านงาน
RD	หมายถึง	ความต้องการด้านบทบาท
ID	หมายถึง	ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
OF	หมายถึง	ปัจจัยด้านองค์กร
BE	หมายถึง	ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
OP	หมายถึง	ด้านโอกาสก้าวหน้า
ST	หมายถึง	ด้านความมั่นคงในงาน
SS	หมายถึง	ด้านจิตวิทยาสังคม
WC	หมายถึง	ด้านสภาพการทำงาน
WP	หมายถึง	ด้านการปฏิบัติงาน
DO	หมายถึง	ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร
WV	หมายถึง	ด้านการเห็นคุณค่าปฏิบัติงานของพนักงาน
POS	หมายถึง	การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร
AC	หมายถึง	Attitudinal Commitment
PC	หมายถึง	Programmatic Commitment
LC	หมายถึง	Loyalty based Commitment
OC	หมายถึง	ความผูกพันองค์กร

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	67	21.80	16	14.20	83	19.80
หญิง	240	78.20	97	85.80	337	80.20
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420.00	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 80.20 และร้อยละ 19.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับอายุ

อายุ	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 25 ปี	129.00	42.00			129	30.70
26 - 30 ปี	125.00	40.70			125	29.80
31 - 36 ปี	53.00	17.30			53	12.60
37 - 40 ปี			63.00	55.80	63	15.00
41 - 44 ปี			26.00	23.00	26	6.20
45 - 52 ปี			24.00	21.21	24	5.70
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420.00	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ อยู่ระหว่าง 21-25 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-30 ปี และช่วงอายุ 37.40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.70 ร้อยละ 29.80 และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 45-52 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	182.00	59.30	25	22.10	207	49.30
สมรส/อยู่ด้วยกัน	108.00	35.00	73	64.60	181	43.10
แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย	17.00	5.500	15	13.30	32	7.60
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 43.10 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพแยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 7.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	227.00	73.90	79.00	69.90	306	72.90
ปริญญาตรี	75.00	24.40	30.00	26.50	105	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	5.00	1.60	4.00	3.50	9	2.10
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.90 รองลงมาคือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	221.00	75.00	39.00	34.50	260	61.90
15,000 - 20,000 บาท	62.00	20.20	42.00	37.20	104	24.80
20,001 - 25,000 บาท	19.00	6.20	11.00	9.70	30	7.10
25,001 - 30,000 บาท	2.00	0.70	6.00	5.30	8	1.90
30,001 - 35,000 บาท	1.00	0.30	5.00	4.40	6	1.40
35,001 บาท ขึ้นไป	307.00	0.70	10.00	8.80	12	2.90
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาคืออยู่ระหว่าง 15,000 -20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.80 และน้อยที่สุดคือ อยู่ระหว่าง 30,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานฝ่ายผลิต	207.00	67.40	39.00	34.50	246	58.60
พนักงานฝ่ายสำนักงาน	91.00	29.60	41.00	36.30	132	31.40
หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย	9.00	2.90	33.00	29.20	42	10.00
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีลักษณะของตำแหน่งงานในฝ่ายผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.60 รองลงมาคือตำแหน่งงานฝ่ายสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 31.40 และน้อยที่สุดคือ หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย คิดเป็น ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ประสบการณ์การ ทำงาน	GEN Y		GEN X		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	131.00	42.70			131	31.20
2 - 5 ปี	116.00	37.80	6.00	5.30	122	29.00
6 - 10 ปี	47.00	15.30			47	11.20
11- 15 ปี	7.00	2.30	32.00	28.30	39	9.30
15 ปีขึ้นไป	6.00	2.00	75.00	66.44	81	19.30
รวม	307.00	100.00	113.00	100.00	420	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 420 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 รองลงมาคืออยู่ระหว่าง 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.00 และน้อยที่สุด คือ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ	ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00
มีระดับความคิดเห็นด้วย คือ	ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20
มีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ คือ	ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40

มีระดับความคิดไม่เห็นด้วย คือ ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60
 มีระดับความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors)

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ปัจจัยด้านความต้องการด้านงาน (Task Demands)						2.18	0.48	ไม่เห็นด้วย
1. ท่านได้รับอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ ต่องานที่ท่านได้รับมอบหมาย	95 (22.60)	244 (58.10)	60 (14.30)	13 (3.10)	8 (1.90)	2.04	0.82	ไม่เห็นด้วย
2. ท่านเข้าใจรูปแบบและแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนทุกครั้ง เมื่อได้รับมอบหมายงาน	69 (16.40)	270 (64.30)	73 (17.40)	6 (1.40)	2 (0.50)	2.05	0.67	ไม่เห็นด้วย
3. ท่านมีความกดดันที่จะต้องตามทันเทคโนโลยี ตลอดเวลา	46 (11.00)	147 (35.00)	111 (26.40)	102 (24.30)	14 (3.30)	2.74	1.05	ไม่แน่ใจ
4. องค์กรของท่านมีการนำเอาเทคโนโลยีรุ่นใหม่มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน	80 (19.00)	220 (52.40)	99 (23.60)	17 (4.00)	4 (1.00)	2.15	0.81	ไม่เห็นด้วย
5. องค์กรของท่านมีวัสดุอุปกรณ์พร้อม สำหรับการปฏิบัติงานของท่าน	81 (19.30)	241 (57.40)	72 (17.10)	24 (5.70)	2 (0.50)	2.11	0.79	ไม่เห็นด้วย
6. องค์กรของท่านจัดการที่ปฏิบัติงานให้มีสภาพทางกายภาพ เช่น แสง เสียง อากาศ ที่เหมาะสม	79 (18.80)	234 (55.70)	76 (18.10)	23 (5.50)	8 (1.90)	2.15	0.86	ไม่เห็นด้วย
7. องค์กรของท่านมีการจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก	107 (25.50)	229 (54.50)	61 (14.50)	20 (4.80)	3 (0.70)	2.01	0.81	ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) (ต่อ)

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ปัจจัยด้านความต้องการด้านบทบาท (Role Demands)						2.69	0.60	ไม่เห็นใจ
8. ท่านคิดว่างานที่ท่านทำมีความ คลุมเครือไม่น่าเกี่ยวกับบทบาทความ รับผิดชอบ	36 (8.60)	117 (27.90)	170 (40.50)	83 (19.80)	14 (3.30)	2.81	0.96	ไม่เห็นใจ
9. ท่านคิดว่าท่านทำงานที่มีความ รับผิดชอบสูงเกินหน้าที่	39 (9.30)	147 (35.00)	119 (28.30)	107 (25.50)	8 (1.90)	2.76	1	ไม่เห็นใจ
10. ท่านคิดว่างานของท่านเสร็จทัน ตามเวลาที่กำหนด	78 (18.60)	225 (53.60)	92 (21.90)	22 (5.20)	3 (0.70)	2.16	0.81	ไม่เห็นด้วย
11. ท่านมีความสับสนในบทบาท หรือวิดกกังวลเกี่ยวกับงานที่ท่านทำ	26 (6.20)	145 (34.50)	128 (30.50)	97 (23.10)	24 (5.70)	2.86	1.02	ไม่เห็นใจ
12. ท่านไม่มีอำนาจใด ๆ หรือ อิทธิพลใด ๆ ในงานที่ท่านทำ	46 (11.00)	137 (32.60)	140 (33.30)	86 (20.50)	11 (2.60)	2.71	1	ไม่เห็นใจ
13. ท่านต้องทำงานหลายอย่างใน เวลาเดียวกัน	48	177	121	63	11	2.56	0.97	ไม่เห็นด้วย
14. ท่านไม่สามารถตัดสินใจด้วย ตนเองในงานที่ท่านทำเองได้	28 (6.70)	126 (30.00)	130 (31.00)	111 (26.40)	25 (6.00)	2.95	1.03	ไม่เห็นใจ
ปัจจัยด้านความต้องการด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Demands)						2.55	0.53	ไม่เห็นด้วย
15. ท่านได้รับความร่วมมือในการ ทำงานจากเพื่อนร่วมงาน	100 (7.60)	234 (23.10)	62 (21.90)	18 (36.90)	6 (10.50)	2.04	0.83	ไม่เห็นด้วย
16. ท่านมักสังเกตเห็นหรือขอ ความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานใน ที่ทำงาน	32 (7.60)	97 (23.10)	92 (21.90)	155 (36.90)	44 (10.50)	3.12	1.14	ไม่เห็นใจ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) (ต่อ)

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
17. คุณรู้สึกเบื่อหน่ายในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน	39 (9.30)	92 (21.90)	106 (25.20)	146 (34.80)	37 (8.80)	3.12	1.13	ไม่แน่ใจ
18. เพื่อนร่วมงานของท่านมักมองว่าท่านมีความสามารถไม่เหมาะสมกับงานที่ท่านทำ	19 (4.50)	83 (19.80)	169 (40.20)	113 (26.90)	36 (8.60)	3.15	0.98	ไม่แน่ใจ
19. ผู้บังคับบัญชาของท่านเป็นกันเองและให้ความสนใจผู้ใต้บังคับบัญชาโดยเท่าเทียมกัน	63 (15.00)	169 (40.20)	122 (29.00)	50 (11.90)	16 (3.80)	2.45	1.01	ไม่เห็นด้วย
20. ผู้บังคับบัญชาของท่านเอาใจใส่และช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน	74 (17.60)	186 (44.30)	118 (28.10)	29 (6.90)	13 (3.10)	2.34	0.95	ไม่เห็นด้วย
21. บรรยากาศในการทำงานเป็นไปด้วยความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน	113 (26.90)	206 (49.00)	65 (15.50)	27 (6.40)	9 (2.10)	2.08	0.93	ไม่เห็นด้วย
22. ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน	119 (28.30)	216 (51.40)	72 (17.10)	11 (2.60)	2 (0.50)	1.96	0.78	ไม่เห็นด้วย
สรุปด้านปัจจัยองค์กร						2.47	0.40	ไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

- มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00
- มีระดับความคิดเห็นด้วย คือ ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20
- มีระดับความคิดไม่แน่ใจ คือ ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40
- มีระดับความคิดไม่เห็นด้วย คือ ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60
- มีระดับความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)

การรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ						2.33	0.98	ไม่เห็นด้วย
1. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้ เงินเดือนหรือผลตอบแทนอื่น ๆ เช่น โบนัส ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน แก่ท่าน อย่างเหมาะสมและเป็นที่น่าสนใจ	91 (21.70)	185 (44.00)	75 (17.90)	55 (13.10)	14 (3.30)	1.32	1.06	ไม่เห็นด้วย
2. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมี สวัสดิการในด้านต่างๆ ให้แก่ท่าน และพนักงานอย่างเพียงพอ	77 (18.30)	221 (52.60)	82 (19.50)	31 (7.40)	9 (2.10)	2.22	0.90	ไม่เห็นด้วย
3. ผลตอบแทนที่ท่านได้รับเหมาะสม กับหน้าที่ความรับผิดชอบของท่าน	60 (14.30)	195 (46.04)	99 (23.60)	59 (13.30)	10 (2.40)	2.43	1.00	ไม่เห็นด้วย
ด้านโอกาสก้าวหน้า						2.66	0.77	ไม่แน่ใจ
4. ท่านคิดว่าท่านมีโอกาสได้รับ การสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อน ตำแหน่งที่สูงขึ้น	38 (9.00)	113 (26.90)	208 (49.50)	50 (11.90)	11 (2.60)	2.72	0.88	ไม่แน่ใจ
5. ท่านคิดว่าองค์กรของท่าน ส่งเสริมให้ท่านได้มีโอกาส ก้าวหน้าในสายงานที่ปฏิบัติ หรือ สายงานอื่นๆ	45 (10.70)	127 (30.20)	201 (47.90)	40 (9.50)	7 (1.70)	2.61	0.86	ไม่แน่ใจ
6. ท่านมีโอกาสที่จะก้าวหน้าใน องค์กรแห่งนี้	40 (9.50)	127 (30.20)	203 (48.30)	40 (9.50)	10 (2.40)	2.65	0.86	ไม่แน่ใจ
ด้านความมั่นคงในการทำงาน						2.30	0.66	ไม่เห็นด้วย
7. ท่านคิดว่าองค์กรเห็น ความสำคัญของท่านและต้องการที่ จะรักษาท่านไว้	40 (9.50)	153 (36.40)	188 (44.80)	35 (8.30)	4 (1.00)	2.55	0.81	ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ต่อ)

การรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
8. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านเป็น องค์กรที่มีความมั่นคง มี ความก้าวหน้า และเติบโตได้ใน อนาคต	90 (21.40)	215 (51.20)	95 (22.60)	16 (3.80)	4 (1.00)	2.11	0.82	ไม่เห็นด้วย
9. ท่านสามารถทำงานในองค์กรนี้ ได้ตลอดไปอย่างมั่นคง	71 (16.90)	200 (47.60)	133 (31.70)	12 (2.90)	4 (1.0)	2.23	0.79	ไม่เห็นด้วย
ด้านจิตวิทยาสังคม						2.36	0.60	ไม่เห็นด้วย
10. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมี ความเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี	54 (12.90)	165 (39.30)	156 (37.10)	42 (10.00)	3 (0.70)	2.46	0.87	ไม่เห็นด้วย
11. ท่านคิดว่าองค์กรของท่าน ปฏิบัติต่อท่านอย่างให้เกียรติ	36 (8.60)	194 (46.20)	152 (36.20)	34 (8.10)	4 (1.00)	2.45	0.80	ไม่เห็นด้วย
12. ท่านคิดว่าท่านได้ทำงานใน องค์กรที่มีเกียรติ	43 (10.20)	218 (51.90)	140 (33.30)	17 (4.00)	2 (0.50)	2.33	0.73	ไม่เห็นด้วย
13. ท่านคิดว่าท่านได้รับการ ยอมรับจากองค์กรแห่งนี้	35 (8.30)	198 (47.10)	171 (40.70)	15 (3.60)	1 (0.20)	2.40	0.70	ไม่เห็นด้วย
14. ท่านรู้สึกดีที่ได้ทำงานใน องค์กรที่ได้รับการยอมรับจาก สังคมแห่งนี้	62 (14.80)	240 (27.10)	106 (25.20)	11 (2.60)	1 (0.20)	2.16	0.71	ไม่เห็นด้วย
ด้านสภาพการทำงาน						2.20	0.70	ไม่เห็นด้วย
15. ท่านคิดว่าองค์กรของท่าน จัด ให้ท่านได้ทำงานใน สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม	80 (19.00)	217 (51.70)	95 (22.60)	27 (6.40)	1 (0.20)	2.17	0.81	ไม่เห็นด้วย
16. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้ การสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่จะช่วย ส่งเสริมให้ท่านทำงานได้อย่าง สะดวกสบาย	77 (18.30)	229 (54.50)	89 (21.20)	24 (5.70)	1 (0.20)	2.15	0.79	ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ต่อ)

การรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
17. องค์กรของท่านสนับสนุนใน สิ่งที่ท่านต้องการในการทำงาน ทำ ให้ท่านทำงานได้อย่างมีความสุข	62 (14.80)	215 (54.20)	108 (25.70)	33 (7.90)	2 (0.50)	2.28	0.83	ไม่เห็นด้วย
ด้านการปฏิบัติงาน						2.49	0.54	ไม่เห็นด้วย
18. แม้ว่าท่านจะสามารถ ปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและเห็น เด่นชัดเป็นที่ปรากฏ แต่องค์กรก็ ไม่ได้สนใจหรือใส่ใจในผลงาน นั้น	75 (17.90)	123 (29.30)	158 (37.60)	60 (14.30)	4 (1.00)	2.51	0.98	ไม่เห็นด้วย
19. ท่านได้รับความช่วยเหลือจาก องค์กรเป็นอย่างดีเมื่อท่านประสบ ปัญหาจากการปฏิบัติงาน	39 (9.30)	219 (52.10)	123 (29.30)	39 (9.30)	-	2.39	0.78	ไม่เห็นด้วย
20. องค์กรมีการจัดประชุมเพื่อ พูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการ ทำงานระหว่างบุคลากรเป็นประจำ	43 (10.20)	123 (50.70)	111 (26.40)	45 (10.70)	8 (1.90)	2.43	0.88	ไม่เห็นด้วย
21. องค์กรไม่ได้ใส่ใจต่อการ ทำงานหนักที่นอกเหนือไปจาก ภาระงานประจำของท่าน	37 (8.80)	157 (37.40)	165 (39.30)	57 (13.60)	4 (1.00)	2.60	0.86	ไม่เห็นด้วย
22. องค์กรเต็มใจที่จะยืดหยุ่น ข้อกำหนดบางอย่าง ถ้าหากว่าจะ เป็นการสนับสนุนให้ท่านได้ใช้ ความสามารถได้อย่างเต็มที่เพื่อ ประโยชน์ของงาน	33 (7.90)	176 (41.90)	174 (41.40)	32 (7.60)	5 (1.20)	2.52	0.79	ไม่เห็นด้วย
ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาใน องค์กร						2.48	0.60	ไม่เห็นด้วย
23. องค์กรตั้งใจที่จะมอบหมายงาน ที่เหมาะสมที่สุดกับความสามารถ และความเชี่ยวชาญของท่าน	47 (11.20)	209 (49.80)	136 (32.40)	28 (6.70)	-	2.35	0.76	ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ต่อ)

การรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
24. องค์กรมีแผนการฝึกอบรม และพัฒนาสำหรับบุคลากรอย่าง ชัดเจน	48 (11.40)	255 (60.70)	103 (24.50)	12 (2.90)	2 (0.50)	2.02	0.69	ไม่เห็นด้วย
25. การจัดการฝึกอบรมและพัฒนาใน องค์กรมักไม่เป็นไปตามแผนที่ได้ กำหนดไว้	44 (10.50)	165 (39.30)	164 (10.50)	44 (10.50)	3 (0.70)	2.52	0.84	ไม่เห็นด้วย
26. องค์กรมีทุนสนับสนุนการวิจัย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานทำวิจัย เพื่อพัฒนาทักษะและ ความสามารถในการวิจัยให้มี ศักยภาพสูงขึ้น	35 (8.30)	154 (36.70)	172 (41.00)	42 (10.00)	17 (4.00)	2.65	0.92	ไม่แน่ใจ
27. ท่านมีโอกาสได้ศึกษาดูงาน ตามหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมา ประยุกต์ใช้กับงานในองค์กร	42 (10.00)	148 (35.20)	137 (32.60)	76 (18.10)	17 (4.00)	2.70	1.01	ไม่แน่ใจ
ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงาน ของพนักงาน						2.66	0.69	ไม่แน่ใจ
28. องค์กรของท่านเห็นคุณค่าและ ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายหรือ ความสำเร็จก้าวหน้าในหน้าที่การ งานของท่าน	56 (13.30)	175 (41.00)	135 (31.10)	46 (11.00)	11 (2.60)	2.49	0.95	ไม่เห็นด้วย
29. องค์กรให้ความใส่ใจต่อ พนักงานแต่ละคนน้อยเกินไป	54 (12.90)	184 (43.80)	123 (29.30)	54 (12.90)	5 (1.20)	2.46	0.91	ไม่เห็นด้วย
30. องค์กรให้คุณค่าความสำคัญ กับการทำงานอย่างทุ่มเทของท่าน	36 (8.60)	138 (32.90)	172 (41.00)	63 (15.00)	11 (2.60)	2.70	0.92	ไม่แน่ใจ
31. หากท่านตัดสินใจที่จะลาออก ท่านเชื่อว่าองค์กรจะทำทุกวิถีทาง เพื่อรั้งท่านไว้	29 (6.90)	100 (23.80)	184 (43.80)	53 (12.60)	54 (12.90)	3.01	1.08	ไม่แน่ใจ
สรุปด้านการรับรู้การสนับสนุน จากองค์กร						2.44	0.52	ไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง	คือ	ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00
มีระดับความคิดเห็นด้วย	คือ	ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20
มีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ	คือ	ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40
มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย	คือ	ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60
มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คือ	ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
Attitudinal Commitment						2.48	0.49	ไม่เห็นด้วย
1. ท่านพูดถึงองค์กรนี้ให้เพื่อนของท่านฟังว่าเป็นองค์กรที่ท่านทำงานด้วย	74 (17.60)	226 (53.80)	77 (18.30)	30 (7.10)	13 (3.10)	2.24	0.93	ไม่เห็นด้วย
2. ท่านมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรนี้น้อยมาก	27 (6.40)	143 (34.00)	129 (30.70)	107 (25.50)	14 (3.30)	2.85	0.98	ไม่แน่ใจ
3. ท่านพบว่าค่านิยมของท่านและค่านิยมขององค์กรมีความสอดคล้องกัน	32 (7.60)	126 (30.00)	210 (50.00)	49 (11.70)	3 (0.70)	2.68	0.81	ไม่แน่ใจ
4. ท่านยินดีที่จะทำงานในองค์กรนี้จนเกษียณอายุงาน	63 (15.00)	134 (31.90)	155 (36.90)	43 (10.20)	25 (6.00)	2.60	1.05	ไม่เห็นด้วย
5. ท่านรู้สึกว่าปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเป็นปัญหาของท่านด้วย	41 (9.80)	170 (40.50)	155 (36.90)	44 (10.50)	10 (2.40)	2.55	0.89	ไม่เห็นด้วย
6. ท่านไม่รู้สึกว่าองค์กรนี้เป็นเสมือนครอบครัว	30 (7.10)	141 (33.60)	133 (31.70)	107 (25.5)	9 (2.10)	2.82	0.97	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านความผูกพันองค์กร
(Organization Commitment) (ต่อ)

ความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
7. ท่านเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อที่จะช่วยให้องค์กรนี้ประสบความสำเร็จ	51 (12.10)	247 (58.80)	110 (26.20)	10 (2.40)	2 (0.50)	2.20	0.69	ไม่เห็นด้วย
8. ท่านรู้สึกภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้	53 (12.60)	263 (62.60)	87 (20.70)	15 (3.60)	2 (0.05)	2.17	0.70	ไม่เห็นด้วย
9. ท่านรู้สึกเป็นส่วนสำคัญเกี่ยวกับอนาคตขององค์กรนี้	48 (11.40)	193 (46.00)	146 (34.80)	30 (7.10)	3 (0.70)	2.40	0.81	ไม่เห็นด้วย
10. ท่านยินดีรับงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกประเภทเพื่อทำงานให้กับองค์กรนี้	55 (13.10)	228 (54.30)	116 (27.60)	16 (3.80)	5 (1.20)	2.26	0.78	ไม่เห็นด้วย
Programmatic Commitment						2.55	0.55	ไม่เห็นด้วย
11. ท่านสามารถทำงานที่องค์กรอื่นๆ ได้ ถ้างานมีความคล้ายคลึงกัน	69 (16.40)	234 (55.70)	109 (26.00)	6 (1.40)	2 (0.50)	2.14	0.71	ไม่เห็นด้วย
12. หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆเกิดขึ้นจะเป็นสาเหตุให้ท่านออกจาก	29 (6.90)	125 (29.80)	190 (45.20)	68 (16.20)	8 (1.90)	2.76	0.81	ไม่แน่ใจ
13. เป็นการยากสำหรับท่านที่จะลาออกจากองค์กรในช่วงนี้แม้ว่าท่านจะอยากลาออกก็ตาม เพราะสวัสดิการและค่าตอบแทนขององค์กรนี้มีความจำเป็นต่อท่าน	45 (10.70)	224 (53.30)	105 (25.00)	42 (10.00)	4 (1.00)	2.37	0.84	ไม่เห็นด้วย
14. ถ้าหากท่านลาออกจากองค์กรในตอนนี้ จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตของท่านมากจนเกินไป	53 (12.60)	198 (47.10)	101 (24.00)	57 (13.60)	11 (2.60)	2.46	0.97	ไม่เห็นด้วย
15. ท่านเชื่อว่าโอกาสที่จะได้งานใหม่นี้มีน้อยมาก หากลาออกจากองค์กรนี้	46 (11.00)	152 (36.20)	140 (33.30)	55 (13.10)	27 (6.40)	2.68	1.04	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านความผูกพันองค์กร
(Organization Commitment) (ต่อ)

ความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
16. คงจะไม่ได้ประโยชน์มากนัก ถ้ายังทำงานต่อไปกับองค์กรนี้	26 (6.20)	106 (25.20)	146 (34.80)	112 (26.70)	30 (7.10)	3.03	1.03	ไม่แน่ใจ
17. ท่านดีใจมากที่ได้เลือกทำงานกับองค์กรนี้ ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะเสนอผลประโยชน์อื่นใดที่มากกว่าก็ตาม	36 (8.60)	183 (43.60)	154 (36.70)	45 (10.70)	2 (0.50)	2.51	0.82	ไม่เห็นด้วย
18. ณ เวลานี้การทำงานอยู่กับองค์กรของท่านเป็นเรื่องของความจำเป็นพอ ๆ กับเป็นเรื่องของความสมัครใจ	39 (9.30)	225 (53.60)	121 (28.80)	33 (7.90)	2 (0.50)	2.37	0.78	ไม่เห็นด้วย
19. เหตุผลหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำงานกับองค์กรนี้ต่อไป เนื่องจากองค์กรอื่น ๆ ไม่สามารถให้ผลตอบแทนเทียบเท่ากับที่ได้รับจากองค์กรนี้	43 (10.20)	160 (38.10)	141 (33.60)	58 (13.80)	18 (4.30)	2.64	0.99	ไม่แน่ใจ
Loyalty based Commitment						2.45	0.67	ไม่เห็นด้วย
20. ท่านคิดว่าถ้าออกจากองค์กรในขณะนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง แม้จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ของตนเอง	72 (17.10)	143 (34.00)	134 (31.90)	55 (13.10)	16 (3.80)	2.52	1.04	ไม่เห็นด้วย
21. ท่านไม่คิดจะลาออกจากองค์กรในเวลานี้ เพราะมีความรู้สึกถึงภาระผูกพันต่อบุคลากรในองค์กรนี้	44 (10.50)	192 (45.70)	122 (29.00)	47 (11.20)	15 (3.60)	2.52	0.95	ไม่เห็นด้วย
22. องค์กรนี้ได้ให้สิ่งดี ๆ แก่ท่านมาโดยตลอด	55 (13.10)	199 (47.40)	136 (32.40)	27 (6.40)	3 (0.70)	2.34	0.81	ไม่เห็นด้วย
23. ท่านจะรู้สึกผิดถ้าลาออกจากองค์กรในเวลานี้	42 (10.00)	156 (37.10)	126 (30.00)	65 (15.50)	31 (7.40)	2.73	1.07	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) (ต่อ)

ความผูกพันองค์กร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
24. ท่านยังคงมีความจงรักภักดีต่อองค์กรอยู่เสมอแม้ว่าท่านจะผิดหวังในบางเรื่อง	51 (12.10)	252 (60.00)	96 (22.90)	19 (4.50)	2 (0.50)	2.21	0.73	ไม่เห็นด้วย
25. ท่านคิดว่าองค์กรที่ท่านทำงานอยู่มีบุญคุณกับท่านมาก	44 (10.50)	206 (49.00)	117 (27.90)	47 (11.20)	6 (1.40)	2.44	0.88	ไม่เห็นด้วย
26. ท่านคิดว่าท่านจะทำงานตอบแทนให้กับองค์กรของท่านในทุกๆ ด้าน	37 (8.80)	207 (49.30)	160 (38.10)	11 (2.60)	5 (1.20)	2.38	0.73	ไม่เห็นด้วย
สรุปด้านความผูกพันองค์กร						2.50	0.48	ไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Factors) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Factors) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

- มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00
- มีระดับความคิดเห็นด้วย คือ ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20
- มีระดับความคิดไม่แน่ใจ คือ ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40
- มีระดับความคิดไม่เห็นด้วย คือ ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60
- มีระดับความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors)

ปัจจัยด้านองค์กร	GEN Y				GEN X			
	\bar{X}	SD	SK	KUR	\bar{X}	SD	SK	KUR
ด้านความต้องการด้านงาน	2.18	0.46	0.48	1.31	2.19	0.54	0.83	1.69
ด้านความต้องการด้านบทบาท	2.62	0.59	-0.05	-0.22	2.89	0.58	0.39	0.27
ด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.48	0.54	0.40	2.02	2.72	0.45	-0.53	-0.53
รวม	2.14	0.41	-0.31	0.51	2.60	0.33	-0.41	2.07

จากตารางที่ 4.11 พบว่าพนักงานใน GEN Y จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 รองลงมาคือความต้องการด้านบทบาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และน้อยที่สุดคือความต้องการด้านงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 ส่วนพนักงานใน GEN X จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการด้านบทบาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 รองลงมาคือด้านความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และน้อยที่สุดคือด้านความต้องการด้านงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	GEN Y				GEN X			
	\bar{X}	SD	SK	KUR	\bar{X}	SD	SK	KUR
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	2.28	0.84	0.92	1.03	2.45	0.93	0.20	0.20
ด้านโอกาสก้าวหน้า	2.59	0.72	-0.10	-0.14	2.86	0.86	-0.13	-0.13
ด้านความมั่นคงในการทำงาน	2.29	0.63	0.47	0.60	2.32	0.73	0.24	0.24
ด้านจิตวิทยาสังคม	2.33	0.57	0.42	0.47	2.45	0.68	-0.12	-0.12
ด้านสภาพการทำงาน	2.18	0.65	0.60	0.63	2.27	-0.24	0.25	0.25
ด้านปฏิบัติงาน	2.45	0.55	-0.38	-0.25	2.61	1.29	-0.78	-0.78

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ต่อ)

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	GEN Y				GEN X			
	\bar{X}	SD	SK	KUR	\bar{X}	SD	SK	KUR
ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร	2.44	0.57	-0.13	-0.30	2.59	0.62	-0.03	-0.03
ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน	2.59	0.66	-0.00	0.05	2.86	0.74	0.10	0.10
รวม	2.39	0.49	0.15	-0.35	2.55	0.56	-0.34	0.35

จากตารางที่ 4.12 พบว่าพนักงานใน GEN Y จะมีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านโอกาสก้าวหน้าและด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 รองลงมาคือด้านการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านสภาพการทำงานจะมีการรับรู้ที่น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 ส่วนพนักงานใน GEN X จะมีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านโอกาสก้าวหน้าและด้านการเห็นคุณค่าในการปฏิบัติงานมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 รองลงมาคือด้านการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านสภาพการทำงานจะมีการรับรู้ที่น้อยที่สุดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านสภาพการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมของความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ความผูกพันองค์กร	GEN Y				GEN X			
	\bar{X}	SD	SK	KUR	\bar{X}	SD	SK	KUR
Attitudinal Commitment	2.47	0.49	0.00	0.25	2.49	0.50	0.13	0.81
Programmatic Commitment	2.54	0.56	0.48	0.80	2.58	0.48	0.61	0.09
Loyalty Based Commitment	2.48	0.67	0.67	-0.31	2.37	0.67	0.13	-0.05
รวม	2.50	0.49	0.05	-0.41	2.48	0.46	-0.02	0.42

จากตารางที่ 4.15 พบว่าพนักงานใน GEN Y จะมีความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 รองลงมาคือความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และมีความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 ตามลำดับ ส่วนพนักงานใน GEN X จะมีความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 รองลงมาคือด้าน Attitudinal Commitment มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 และมีความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Factors) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ตัวแปร	\bar{X}	SD	ความหมาย
ด้านปัจจัยองค์กร (Organization Commitment)	2.47	0.40	ไม่เห็นด้วย
ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)	2.44	0.52	ไม่เห็นด้วย
ด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)	2.50	0.48	ไม่เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.11 ถึง 4.14 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยองค์กร (Organization Commitment) ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านปัจจัยองค์กร (Organization Commitment) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด นั้น มีระดับด้านปัจจัยองค์กรรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.47 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.40

2. ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด มีระดับด้านปัจจัยองค์กรรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.44 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

3. ด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีระดับด้านปัจจัยองค์กรรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ความต้องการด้านงาน (TD) ความต้องการด้านบทบาท (RD) ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID) ผลรวมด้านปัจจัยองค์กร (OF) ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) ด้านสภาพการทำงาน (WC) ด้านการปฏิบัติงาน (EP) ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV) ผลรวมด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) โดยผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยนำเสนอตารางที่ 4.15 และ 4.16 ดังนี้

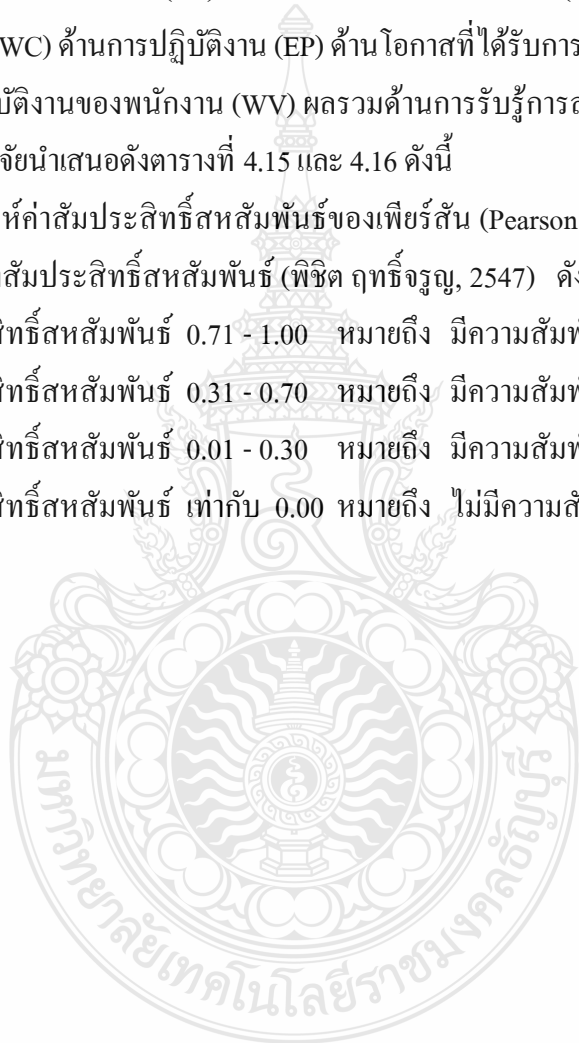
โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 - 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 - 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) GEN Y

		TD	RD	ID	BE	OP	ST	SS	WC	WP	DO	WV	AC	PC	LC	OF	POS	OC	
TD	Pearson Correlation	1																	
RD	Pearson Correlation	.355**	1																
ID	Pearson Correlation	.410**	.486**	1															
BE	Pearson Correlation	.344**	.263**	.370**	1														
OP	Pearson Correlation	.393**	.417**	.481**	.489**	1													
ST	Pearson Correlation	.422**	.356**	.418**	.446**	.577**	1												
SS	Pearson Correlation	.391**	.294**	.468**	.469**	.539**	.617**	1											
WC	Pearson Correlation	.509**	.206**	.371**	.422**	.395**	.496**	.496**	1										
WP	Pearson Correlation	.483**	.554**	.582**	.389**	.567**	.486**	.406**	.471**	1									
DO	Pearson Correlation	.436**	.458**	.486**	.488**	.551**	.516**	.547**	.551**	.603**	1								
WV	Pearson Correlation	.421**	.490**	.513**	.485**	.623**	.551**	.451**	.457**	.647**	.706**	1							
AC	Pearson Correlation	.422**	.439**	.566**	.465**	.661**	.563**	.589**	.429**	.604**	.656**	.617**	1						
PC	Pearson Correlation	.315**	.397**	.470**	.375**	.444**	.395**	.387**	.377**	.539**	.530**	.522**	.558**	1					
LC	Pearson Correlation	.356**	.328**	.458**	.451**	.512**	.497**	.571**	.352**	.461**	.526**	.472**	.651**	.585**	1				
OF	Pearson Correlation	.715**	.813**	.814**	.412**	.550**	.505**	.486**	.446**	.692**	.588**	.609**	.608**	.608**	.507**	.484**	1		
POS	Pearson Correlation	.555**	.493**	.601**	.720**	.788**	.768**	.737**	.702**	.737**	.806**	.808**	.750**	.583**	.631**	.698**	.615**	1	
OC	Pearson Correlation	.421**	.446**	.574**	.501**	.621**	.563**	.602**	.446**	.615**	.658**	.618**	.839**	.832**	.892**	.615**	.757**	.757**	1

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

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

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) GEN X

		TD	RD	ID	BE	OP	ST	SS	WC	WP	DO	WV	AC	PC	LC	OF	POS	OC
TD	Pearson Correlation	1																
RD	Pearson Correlation	-.073	1															
ID	Pearson Correlation	.269**	.114	1														
BE	Pearson Correlation	.469**	-.200*	.224*	1													
OP	Pearson Correlation	.310**	-.154	.216*	.506**	1												
ST	Pearson Correlation	.468**	-.293**	.283**	.510**	.553**	1											
SS	Pearson Correlation	.519**	-.148	.277**	.588**	.655**	.725**	1										
WC	Pearson Correlation	.556**	-.177	.152	.568**	.511**	.538**	.698**	1									
WP	Pearson Correlation	.329**	.102	.381**	.504**	.445**	.390**	.503**	.458**	1								
DO	Pearson Correlation	.572**	-.086	.390**	.447**	.561**	.492**	.617**	.516**	.511**	1							
WV	Pearson Correlation	.292**	-.149	.492**	.351**	.502**	.343**	.382**	.311**	.527**	.685**	1						
AC	Pearson Correlation	.411**	.005	.380**	.482**	.474**	.617**	.617**	.476**	.459**	.532**	.328**	1					
PC	Pearson Correlation	.347**	.069	.283**	.416**	.470**	.331**	.515**	.433**	.522**	.467**	.467**	.407**	1				
LC	Pearson Correlation	.386**	-.116	.236*	.464**	.407**	.533**	.610**	.447**	.289**	.394**	.166	.755**	.395**	1			
OF	Pearson Correlation	.626**	.599**	.670**	.240*	.177	.213*	.323**	.269**	.413**	.441**	.297**	.401**	.360**	.251**	1		
POS	Pearson Correlation	.581**	-.200*	.384**	.759**	.793**	.754**	.852**	.767**	.684**	.784**	.663**	.653**	.590**	.551**	.376**	1	
OC	Pearson Correlation	.459**	-.030	.353**	.547**	.536**	.601**	.702**	.543**	.491**	.549**	.364**	.875**	.691**	.901**	.394**	.713**	1

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

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

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มพนักงาน Generation Y และ Generation X

ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)	ความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment)			
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
GEN Y				
ด้านความต้องการด้านงาน	0.421	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านความต้องการด้านบทบาท	0.446	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านความต้องการความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล	0.574	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
รวมปัจจัยด้านองค์กร	0.615	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
GEN X				
ด้านความต้องการด้านงาน	0.459	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านความต้องการด้านบทบาท	-0.030	0.750	ต่ำ	ตรงข้าม
ด้านความต้องการความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล	0.353	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
รวมปัจจัยด้านองค์กร	0.394	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 สำหรับพนักงานใน GEN Y พบว่าปัจจัยด้านองค์กร ในมิติด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรสูงสุดโดยมีค่า $r = 0.574$ และค่า Sig. = 0.000 และมีผลไปในทิศทางเดียวกันกับการความผูกพันองค์กร ในขณะที่พนักงานใน GEN X พบว่าปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการด้านงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรสูงสุดโดย มีค่า $r = 0.459$ มีค่า Sig. = 0.000 และมีผลไปในทิศทางเดียวกันกับการความผูกพันองค์กร

และเป็นที่น่าสนใจว่า พนักงาน ใน GEN X มีความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านองค์กร ในมิติด้านความต้องการด้านบทบาทมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรในระดับต่ำมากและมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับการความผูกพันองค์กร โดยมีค่า $r = -0.030$ และค่า Sig. = 0.000

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) โดยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มพนักงาน Generation Y และ Generation X

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support)	ความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment)			
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
GEN Y				
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	0.501	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้าน โอกาสก้าวหน้า	0.621	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านความมั่นคงในการทำงาน	0.563	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านจิตวิทยาสังคม	0.602	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสภาพการทำงาน	0.446	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านปฏิบัติงาน	0.615	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร	0.658	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของ พนักงาน	0.618	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
รวมการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	0.757	0.000**	สูง	เดียวกัน
GEN X				
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	0.547	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้าน โอกาสก้าวหน้า	0.536	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านความมั่นคงในการทำงาน	0.601	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านจิตวิทยาสังคม	0.702	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสภาพการทำงาน	0.543	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านปฏิบัติงาน	0.491	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร	0.549	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของ พนักงาน	0.364	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
รวมการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	0.713	0.000**	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 สำหรับ พนักงาน ใน GEN Y พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันองค์กร มีรายละเอียดคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านโอกาสมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรสูงสุด มีค่า $r = 0.621$, Sig. = 0.000 รองลงมาคือ

ทางด้านโอกาสก้าวหน้า มีค่า $r = 0.621$, Sig. = 0.000 และ ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่า $r = 0.618$, Sig. = 0.000 ตามลำดับ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านสภาพการทำงานมีความสัมพันธ์น้อยที่สุด มีค่า $r = 0.446$, Sig. = 0.000

สำหรับ พนักงาน ใน GEN X พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันองค์กร มีรายละเอียดคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้านจิตวิทยาสังคมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรสูงสุด มีค่า $r = 0.702$, Sig. = 0.000 รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงในการทำงานซึ่งมีค่า $r = 0.601$, Sig. = 0.000 และ ทางด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรกับด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ใกล้เคียงกัน โดยมีค่า $r = 0.549$ และ 0.547 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทางด้าน การเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรน้อยที่สุด มีค่า $r = 0.364$, Sig. = 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันองค์กร

ตอนที่ 7 ทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

สมมุติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

- 1.1 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านงาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
- 1.2 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านบทบาท มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
- 1.3 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบสมมุติฐาน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regressions analysis) โดยจะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมุติฐาน กรณีที่ค่านัยสำคัญที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายถึงตัวแปรส่งผลต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

- 1.1 ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_0 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน ไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_1 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

1.2 ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาท มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_0 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาทไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_1 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาทมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

1.3 ปัจจัยองค์กรด้าน ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_0 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_1 : ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรต่อปัจจัยด้านองค์กร

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + \beta_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ \beta_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อ} &= a + b_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + b_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ b_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.628	0.395	0.389	0.384
GEN X				
1	0.518	0.268	0.248	0.398

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กร Organizational Commitment ของ GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.628 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 39% ส่วนที่เหลืออีก 61% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.384 และใน ส่วนของ GEN X มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.518 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 25% ส่วนที่เหลืออีก 75% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.398

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment)

ผลความผูกพันองค์กร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.736	0.131		5.599	0.000
ผลความผูกพันองค์กร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.203	0.053	0.190	3.799	0.000*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.151	0.044	0.179	3.439	0.001*
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.373	0.049	0.409	7.661	0.000*
ระหว่างบุคคล (ID)					
GEN X					
(Constant)	1.142	0.302		3.785	0.000
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.328	0.072	0.388	4.538	0.000*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	-0.024	0.065	-0.031	-0.368	0.714
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.255	0.087	0.252	2.929	0.004*
ระหว่างบุคคล (ID)					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ระหว่างความต้องการด้านงาน (TD) ความต้องการด้านบทบาท (RD) และความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร พบว่า

GEN Y พนักงานในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กร ทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า B = 0.190 มีค่า Sig. = 0.000 ความต้องการด้านบทบาท โดยมีค่า B = 0.179 มีค่า Sig. = 0.001 และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า B = 0.409 มีค่า Sig. = 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

GEN X พนักงานในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.388$ มีค่า $Sig. = 0.000$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.252$ มีค่า $Sig. = 0.004$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 0.736 + 0.203 \text{ ความต้องการด้านงาน} + 0.151 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + 0.373 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 0.190 \text{ ความต้องการด้านงาน} + 0.179 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + 0.409 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 1.142 + 0.328 \text{ ความต้องการด้านงาน} + 0.255 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กร (OC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 0.388 \text{ ความต้องการด้านงาน} + 0.252 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรทุกด้าน ได้แก่ มิติความต้องการด้านงาน ความต้องการด้านบทบาท และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พบว่า ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน และความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาท ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation X

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรต่อปัจจัยด้านองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + \beta_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ \beta_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อ} &= a + b_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + b_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ b_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน (Attitudinal Commitment) (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.622	0.386	0.380	0.385
GEN X				
1	0.497	0.247	0.226	0.443

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของ GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.622 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 39% ส่วนที่เหลืออีก 61% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.385 และใน ส่วนของ GEN X มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.497 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 25% ส่วนที่เหลืออีก 75% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.443

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.733	0.132		5.557	0.000
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.207	0.054	0.195	3.875	0.000*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.146	0.044	0.175	3.332	0.001*
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.364	0.049	0.401	7.458	0.000*
ระหว่างบุคคล (ID)					
GEN X					
(Constant)	0.955	0.335		2.849	0.005
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.308	0.080	0.333	3.831	0.000*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	-0.003	0.073	-0.003	-0.041	0.967
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.322	0.097	0.290	3.331	0.001*
ระหว่างบุคคล (ID)					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ระหว่างความต้องการด้านงาน (TD) ความต้องการด้าน บทบาท (RD) และความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร พบว่า

GEN Y มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.195$ มีค่า $Sig. = 0.000$ ความต้องการด้านบทบาท โดยมีค่า $B = 0.175$ มีค่า $Sig. = 0.001$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.401$ มีค่า $Sig. = 0.000$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

GEN X มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.333$ มีค่า $Sig. = 0.000$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.290$ มีค่า $Sig. = 0.001$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านองค์กร = $0.733 + 0.207$ ความต้องการด้านงาน + 0.146 ความต้องการด้านบทบาท
+ 0.364 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านองค์กร = 0.207 ความต้องการด้านงาน + 0.146 ความต้องการด้านบทบาท
+ 0.364 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านองค์กร = $0.955 + 0.308$ ความต้องการด้านงาน
+ 0.322 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านองค์กร = 0.388 ความต้องการด้านงาน
+ 0.252 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ผลการทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรทุกด้าน ได้แก่ มติความต้องการด้านงาน ความต้องการด้านบทบาท และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พบว่า ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน และความต้องการความสัมพันธ์

ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาทไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของพนักงาน Generation X

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรต่อปัจจัยด้านองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = \beta_0 + \beta_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + \beta_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + \beta_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อ} = a + b_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + b_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + b_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.517	0.267	0.260	0.485
GEN X				
1	0.405	0.164	0.141	0.448

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของ GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.517 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 27% ส่วนที่เหลืออีก 73% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.485 และในส่วนของ GEN X มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.405 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 16% ส่วนที่เหลืออีก 84% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.448

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้าย โดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.900	0.166		5.431	0.000
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.134	0.067	0.110	1.997	0.047
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.191	0.055	0.198	3.455	0.001*
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล (ID)	0.342	0.061	0.328	5.580	0.000*

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (ต่อ)

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN X					
(Constant)	1.267	0.340		0.728	0.000
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.267	0.081	0.300	3.278	0.001*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.057	0.074	0.069	0.773	0.441
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.208	0.098	0.095	2.122	0.036*
ระหว่างบุคคล (ID)					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ระหว่างความต้องการด้านงาน (TD) ความต้องการด้านบทบาท (RD) และความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment พบว่า

GEN Y มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านบทบาท โดยมีค่า $B = 0.198$ มีค่า $Sig. = 0.001$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.328$ มีค่า $Sig. = 0.000$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

GEN X มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.300$ มีค่า $Sig. = 0.001$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.195$ มีค่า $Sig. = 0.036$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 0.900 + 0.191 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ 0.342 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 0.191 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ 0.342 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 1.267 + 0.267 \text{ ความต้องการด้านงาน} \\ &+ 0.208 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 0.267 \text{ ความต้องการด้านงาน} \\ &+ 0.208 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

ผลการทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรในมิติ ความต้องการด้านบทบาท และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment และ พบว่า ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงานและความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาท ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของพนักงาน Generation X

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรต่อปัจจัยด้านองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = \beta_0 + \beta_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + \beta_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + \beta_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อ} = a + b_1 \text{ ความต้องการด้านงาน} + b_2 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} + b_3 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}$$

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.501	0.251	0.244	0.581
GEN X				
1	0.423	0.179	0.157	0.614

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment ของ GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.501 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 25% ส่วนที่เหลืออีก 75% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.481 และในส่วนของ GEN X มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.423 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 3 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 17% ส่วนที่เหลืออีก 83% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.614

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านองค์กร
(Organizational Factors) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.575	0.199		2.898	0.004
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.266	0.081	0.184	3.305	0.001*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.115	0.066	0.101	1.734	0.084
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.412	0.073	0.333	5.607	0.000*
ระหว่างบุคคล (ID)					
GEN X					
(Constant)	1.196	0.465		2.571	0.011
1. ปัจจัยด้านองค์กร					
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.412	0.111	0.335	3.695	0.000*
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	-0.125	0.101	0.109	-1.241	0.217
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์	0.234	0.134	0.159	1.743	0.084
ระหว่างบุคคล (ID)					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors) ระหว่างความต้องการด้านงาน (TD) ความต้องการด้านบทบาท (RD) และความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment พบว่า

GEN Y มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.184$ มีค่า $Sig. = 0.001$ และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีค่า $B = 0.333$ มีค่า $Sig. = 0.000$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

GEN X มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านองค์กรทางด้านความต้องการด้านงาน โดยมีค่า $B = 0.335$ มีค่า $Sig. = 0.000$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 0.575 + 0.266 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ 0.412 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านองค์กร} &= 0.266 \text{ ความต้องการด้านบทบาท} \\ &+ 0.412 \text{ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล} \end{aligned}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 1.196 + 0.412 \text{ ความต้องการด้านงาน}$$

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment (LC)

$$\text{ปัจจัยด้านองค์กร} = 0.412 \text{ ความต้องการด้านงาน}$$

ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรในมิติ ความต้องการด้านงาน และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาท ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment และ พบว่า ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาทและความต้องการด้านบทบาท ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty based Commitment ของพนักงาน Generation Y

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions analysis) โดยจะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน กรณีที่ค่านัยสำคัญที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายถึงตัวแปรส่งผลต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_0 : การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

H_1 : การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ความผูกพันองค์กร (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = β_0 + β_1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + β_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + β_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + β_4 ด้านจิตวิทยาสังคม + β_5 ด้านสภาพการทำงาน + β_6 ด้านการปฏิบัติงาน + β_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + β_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กร (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = a + b_1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + b_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + b_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + b_4 ด้าน

จิตวิทยาสังคม + b_5 ด้านสภาพการทำงาน + b_6 ด้านการปฏิบัติงาน + b_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + b_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.781	0.609	0.599	0.311
GEN X				
1	0.746	0.556	0.522	0.317

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กร Organizational Commitment GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.781 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 60% ส่วนที่เหลืออีก 40% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.311 GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.746 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 52% ส่วนที่เหลืออีก 48% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.317

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Organizational Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.522	0.095		5.814	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.052	0.026	0.089	1.959	0.051
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.102	0.036	0.150	2.837	0.005*
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.051	0.041	0.065	1.248	0.213
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.191	0.044	0.222	4.318	0.000*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.039	0.036	-0.051	-1.092	0.276
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.195	0.046	0.218	4.220	0.000*
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.194	0.050	0.226	3.886	0.000*
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	0.051	0.044	0.068	1.150	0.251
GEN X					
(Constant)	0.982	0.171		5.738	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.064	0.044	0.130	1.468	0.145
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.024	0.050	0.045	0.474	0.637
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.095	0.061	0.151	1.561	0.122
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.240	0.086	0.352	2.800	0.006*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	0.002	0.055	0.004	0.045	0.964
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.113	0.081	0.121	1.402	0.164
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.105	0.075	0.151	1.410	0.162
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	-0.037	0.061	-0.059	-0.602	0.549

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ระหว่างด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) ด้านสภาพการทำงาน (WC) ด้านการปฏิบัติงาน (WP) ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) และด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร พบว่า

GEN Y พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านโอกาส (OP) โดยมีค่า $B = 0.150$ มีค่า Sig. = 0.005 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.222$ มีค่า Sig. = 0.000 ด้านการปฏิบัติงาน (WP) โดยมีค่า $B = 0.218$ มีค่า Sig. = 0.000 และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) โดยมีค่า $B = 0.226$ มีค่า Sig. = 0.000 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

GEN X พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน จิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.352$ มีค่า Sig. = 0.006 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $0.552 + 0.102$ ด้านโอกาสก้าวหน้า + 0.191 ด้านจิตวิทยาสังคม + 0.195 ด้านการปฏิบัติงาน + 0.194 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.150 ด้านโอกาส dhk;sohl + 0.222 ด้านจิตวิทยาสังคม + 0.218 ด้านการปฏิบัติงาน + 0.226 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $0.982 + 0.240$ ด้านจิตวิทยาสังคม

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน (OC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.352 ด้านจิตวิทยาสังคม

การทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านจิตวิทยาสังคม ด้านการปฏิบัติงาน และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ด้านจิตวิทยาสังคมมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation X เพียงด้านเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

$$\begin{aligned} \text{ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร} &= \beta_0 + \beta_1 \text{ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ} + \beta_2 \text{ด้านโอกาส} \\ &\text{ก้าวหน้า} + \beta_3 \text{ด้านความมั่นคงในการทำงาน} + \beta_4 \text{ด้าน} \\ &\text{จิตวิทยา สังคม} + \beta_5 \text{ด้านสภาพการทำงาน} + \beta_6 \text{ด้านการ} \\ &\text{ปฏิบัติงาน} + \beta_7 \text{ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร} \\ &+ \beta_8 \text{ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน} \end{aligned}$$

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $a + b_1$ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + b_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + b_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + b_4 ด้านจิตวิทยา สังคม + b_5 ด้านสภาพการทำงาน + b_6 ด้านการปฏิบัติงาน + b_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + b_8 ด้าน การเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.783	0.613	0.602	0.309
GEN X				
1	0.703	0.495	0.456	0.371

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กร Organizational Commitment GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.783 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 61% ส่วนที่เหลืออีก 39% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.309 GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.703 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 50% ส่วนที่เหลืออีก 50% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.371

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.559	0.094		5.931	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.015	0.026	0.026	0.585	0.559
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.172	0.036	0.254	4.819	0.000*
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.052	0.040	0.067	1.294	0.197
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.167	0.044	0.195	3.806	0.000*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.044	0.035	-0.059	-1.250	0.212
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.162	0.046	0.181	3.522	0.000*
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.208	0.050	0.243	4.097	0.000*
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	0.044	0.044	0.059	1.005	0.316
GEN X					
(Constant)	0.928	0.200		4.641	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.046	0.051	0.086	0.907	0.366
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.010	0.059	0.017	0.171	0.864
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.225	0.071	0.327	3.161	0.002*
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.113	0.100	0.151	1.126	0.263
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.014	0.064	-0.022	-0.217	0.829
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.156	0.094	0.153	1.657	0.100
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.190	0.087	0.248	2.175	0.032*
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	-0.084	0.071	-0.124	-1.184	0.239

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ระหว่างด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) ด้านสภาพการทำงาน (WC) ด้านการปฏิบัติงาน (WP) ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) และด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment พบว่า

GEN Y พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้าน โอกาสก้าวหน้า (OP) โดยมีค่า $B = 0.254$ มีค่า Sig. = 0.000 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.195$ มีค่า Sig. = 0.000 ด้านการปฏิบัติงาน (WP) โดยมีค่า $B = 0.181$ มีค่า Sig. = 0.000 และด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) โดยมีค่า $B = 0.243$ มีค่า Sig. = 0.000 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

GEN X พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) โดยมีค่า $B = 0.327$ มีค่า Sig. = 0.002 และด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) โดยมีค่า $B = 0.248$ มีค่า Sig. = 0.032 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $0.559 + 0.172$ ด้าน โอกาสก้าวหน้า + 0.167 ด้าน จิตวิทยาสังคม + 0.181 ด้านการปฏิบัติงาน + 0.243 ด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.172 ด้าน โอกาสก้าวหน้า + 0.167 ด้านจิตวิทยาสังคม + 0.181 ด้านการปฏิบัติงาน + 0.243 ด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $0.928 + 0.225$ ด้านความมั่นคงในการทำงาน + 0.190 ด้าน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment (AC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.225 ด้านความมั่นคงในการทำงาน

+ 0.190 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

การทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านโอกาส ด้านวิทยาสังคม ด้านการปฏิบัติงาน และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ด้านความมั่นคงในการทำงานและด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $\beta_0 + \beta_1$ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + β_2 ด้าน

โอกาสก้าวหน้า + β_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน +

β_4 ด้านจิตวิทยาสังคม + β_5 ด้านสภาพการทำงาน +

β_6 ด้านการปฏิบัติงาน + β_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนา

ในองค์กร + β_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของ

พนักงาน

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $a + b_1$ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + b_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + b_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + b_4 ด้านจิตวิทยาสังคม + b_5 ด้านสภาพการทำงาน + b_6 ด้านการปฏิบัติงาน + b_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + b_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.616	0.379	0.363	0.450
GEN X				
1	0.640	0.410	0.365	0.386

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.616 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 38% ส่วนที่เหลืออีก 62% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.450 GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.640 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 41% ส่วนที่เหลืออีก 59% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.386

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.796	0.137		5.804	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE)	0.043	0.038	0.064	1.119	0.264
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP)	0.33	0.052	0.042	0.632	0.528
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST)	0.004	0.059	0.004	0.068	0.946
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS)	0.056	0.064	0.057	0.885	0.377
1.5 ด้านสภาพการทำงาน (WC)	0.018	0.051	0.020	0.343	0.732
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน (WP)	0.271	0.067	0.263	4.051	0.000*
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO)	0.178	0.072	0.180	2.461	0.014*
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	0.110	0.064	0.130	1.730	0.085
GEN X					
(Constant)	1.029	0.208		4.943	0.000
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE)	0.025	0.053	0.048	0.466	0.642
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP)	0.059	0.061	0.105	0.961	0.339
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST)	-0.105	0.074	-0.158	-1.415	0.160
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS)	0.217	0.104	0.303	2.087	0.039*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน (WC)	0.038	0.067	0.063	0.569	0.571
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน (WP)	0.227	0.098	0.231	2.312	0.023*
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO)	-0.009	0.091	-0.012	-0.097	0.923
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV)	0.133	0.074	0.203	1.797	0.075

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ระหว่างด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) ด้านโอกาส (OP) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) ด้านวิทยาสังคม (SS) ด้านสภาพการทำงาน (WC) ด้านการปฏิบัติงาน (WP) ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) และด้านการเห็นคุณค่า การปฏิบัติงานของพนักงาน (WV) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment พบว่า

GEN Y พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านการปฏิบัติงาน (WP) โดยมีค่า $B = 0.263$ มีค่า $Sig. = 0.000$ และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) โดยมีค่า $B = 0.180$ มีค่า $Sig. = 0.014$ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

GEN X พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.303$ มีค่า $Sig. = 0.039$ และด้านการปฏิบัติงาน (WP) โดยมีค่า $B = 0.231$ มีค่า $Sig. = 0.023$ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.796 + 0.271 ด้านการปฏิบัติงาน
+ 0.178 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.271 ด้านการปฏิบัติงาน
+ 0.178 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 1.029 + 0.217 ด้านจิตวิทยาสังคม
+ 0.227 ด้านการปฏิบัติงาน

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment (PC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.217 ด้านจิตวิทยาสังคม
+ 0.227 ด้านการปฏิบัติงาน

การทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ด้านวิทยาสังคมและด้านการปฏิบัติงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Programmatic Commitment ของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์ห้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter มีการใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$$\text{สูตร } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y แทน สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

X แทน ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) จะใช้สัญลักษณ์ X_1 สำหรับ ตัวแปรต้นตัวที่ 1

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าคงที่ของสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

β_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ จะใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

e แทน ค่าความแตกต่างหรือความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error) ที่เกิดจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง

สมการในรูปของความผูกพันองค์กรปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = β_0 + β_1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + β_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + β_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + β_4 ด้านจิตวิทยาสังคม + β_5 ด้านสภาพการทำงาน + β_6 ด้านการปฏิบัติงาน + β_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + β_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

สมการประมาณค่า

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = $a + b_1$ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ + b_2 ด้านโอกาสก้าวหน้า + b_3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน + b_4 ด้านจิตวิทยาสังคม + b_5 ด้านสภาพการทำงาน + b_6 ด้านการปฏิบัติงาน + b_7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร + b_8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) (ตัวแปรอิสระ) และความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
GEN Y				
1	0.665	0.442	0.427	0.505
GEN X				
1	0.648	0.420	0.375	0.529

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวกับความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.665 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 44% ส่วนที่เหลืออีก 56% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.505 GEN Y มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.648 มีค่าความเป็นไปได้ของการพยากรณ์เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดรวมกัน 8 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ 42% ส่วนที่เหลืออีก 58% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ และมีค่าความคลาดเคลื่อนจากตัวแปรตาม เท่ากับ 0.529

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment

ผลความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
GEN Y					
(Constant)	0.302	0.154		1.960	0.051
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.097	0.043	0.123	2.270	0.024*
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.102	0.058	0.110	1.739	0.083
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.096	0.066	0.091	1.456	0.146
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.349	0.072	0.299	4.872	0.000*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.090	0.058	-0.088	-1.561	0.119
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.154	0.075	0.126	2.046	0.042*
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.197	0.081	0.169	2.432	0.016*
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	-0.002	0.072	0.002	0.027	0.979
GEN X					
(Constant)	0.987	0.285		3.464	0.001
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)					
1.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ(BE)	0.123	0.073	0.171	1.691	0.094
1.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.002	0.084	0.002	0.021	0.984
1.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.161	0.101	0.176	1.592	0.114
1.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.392	0.142	0.396	2.754	0.007*
1.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.017	0.092	0.021	-0.188	0.851
1.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	-0.044	0.134	0.032	-0.327	0.744
1.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร(DO)	0.133	0.124	0.131	1.072	0.286
1.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV)	-0.157	0.101	-0.174	1.547	0.125

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณขั้นสุดท้ายโดยวิธี Enter ของ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ระหว่างด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST) ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) ด้านสภาพการทำงาน (WC) ด้านการปฏิบัติงาน (WP) ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) และด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน (WV) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment พบว่า

GEN Y พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย恩 สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE) โดยมีค่า $B = 0.123$ มีค่า Sig. = 0.024 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.299$ มีค่า Sig. = 0.000 ด้านการปฏิบัติงาน (WP) โดยมีค่า $B = 0.126$ มีค่า Sig. = 0.042 และด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร (DO) โดยมีค่า $B = 0.169$ มีค่า Sig. = 0.016 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

GEN X พนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย恩 สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคม (SS) โดยมีค่า $B = 0.396$ มีค่า Sig. = 0.007 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN Y

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.302 + 0.097 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
+ 0.349 ด้านจิตวิทยาสังคม + 0.154 ด้านการปฏิบัติงาน
(WP)+ 0.197 โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.097 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ
+ 0.349 ด้านจิตวิทยาสังคม + 0.154 ด้านการปฏิบัติงาน
(WP)+ 0.197 โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนดิบ คือ GEN X

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.302 + 0.349 ด้านจิตวิทยาสังคม

สมการถดถอยที่คำนวณโดยใช้คะแนนมาตรฐาน คือ

ความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment (LC)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร = 0.349 ด้านจิตวิทยาสังคม

การทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านจิตวิทยาสังคม ด้านการปฏิบัติงาน โอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment ของพนักงาน Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตวิทยาสังคม เพียงด้านเดียวของพนักงาน Generation X อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (MRA) โดยรวม

ตัวแปรอิสระ	GEN Y		GEN X	
	β	ส่งผลต่อความผูกพัน องค์กรภาพรวม (ตัวแปรตาม)	β	ส่งผลต่อความผูกพัน องค์กรภาพรวม (ตัวแปรตาม)
1. ปัจจัยด้านองค์กร (OF)				
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.190	✓	0.388	✓
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.179	✓	-0.031	-
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID)	0.409	✓	0.252	✓
2. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)				
2.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE)	0.089	-	0.130	-
2.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.150	✓	0.045	-
2.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน(ST)	0.065	-	0.151	-
2.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.222	✓	0.352	✓
2.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.051	-	0.004	-
2.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.218	✓	0.121	-
2.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร	0.226	✓	0.151	-
(DO)				
2.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	0.068	-	-0.059	-

✓ คือ ขอมรับสมมติฐาน

- คือ ปฏิเสธสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานโดยรวม พบว่าปัจจัยองค์กรได้แก่ ด้านความต้องการด้านงาน ความต้องการด้านบทบาท และความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงาน Generation Y และปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ด้านโอกาส ก้าวหน้า ด้านจิตวิทยาสังคม ด้านการปฏิบัติงานและด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กรส่งผลต่อ ความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y แต่สำหรับพนักงาน Generation X พบว่าปัจจัยองค์กร ด้านความต้องการด้านงานและความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงาน Generation X และพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้าน จิตวิทยาสังคมส่งผลต่อพนักงาน Generation X เพียงด้านเดียว

ตารางที่ 4.36 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สัมพรรคถดถอย (MRA) รายด้าน

ตัวแปรอิสระ	Generation Y					
	ส่งผลต่อ องค์กรด้าน AC		ส่งผลต่อ องค์กรด้าน PC		ส่งผลต่อ องค์กรด้าน LC	
	β		β		β	
1. ปัจจัยด้านองค์กร (OF)						
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.195	✓	0.110		0.184	✓
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	0.175	✓	0.198	✓	0.101	
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ID)	0.401	✓	0.328	✓	0.333	✓
2. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)						
2.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE)	0.026		0.064		0.123	✓
2.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า (OP)	0.254	✓	0.042		0.110	
2.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST)	0.067		0.004		0.091	
2.4 ด้านจิตวิทยาสังคม (SS)	0.195	✓	0.057		0.299	✓
2.5 ด้านสภาพการทำงาน (WC)	-0.059		0.020		-0.088	
2.6 ด้านการปฏิบัติงาน (WP)	0.181	✓	0.263	✓	0.126	✓
2.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาใน	0.243	✓	0.180	✓	0.169	✓
องค์กร (DO)						
2.8 ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	0.059		0.130		0.002	

✓ คือ ขอมรับสมมติฐาน

- คือ ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4.37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (MRA) รายด้าน
Generation X

ตัวแปรอิสระ	Generation X					
	β	ส่งผลต่อความ ผูกพันองค์กร ด้าน AC	β	ส่งผลต่อความ ผูกพันองค์กร ด้าน PC	β	ส่งผลต่อความ ผูกพันองค์กร ด้าน LC
1. ปัจจัยด้านองค์กร (OF)						
1.1 ความต้องการด้านงาน (TD)	0.333	✓	0.300	✓	0.335	✓
1.2 ความต้องการด้านบทบาท (RD)	-0.003		0.069		0.109	
1.3 ความต้องการด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล (ID)	0.290	✓	0.095	✓	0.159	
2. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจาก องค์กร (POS)						
2.1 ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ (BE)	0.086		0.048		0.171	
2.2 ด้านโอกาสก้าวหน้า(OP)	0.017		0.105		0.002	
2.3 ด้านความมั่นคงในการทำงาน (ST)	0.327	✓	-0.158		0.176	
2.4 ด้านจิตวิทยาสังคม(SS)	0.151		0.303	✓	0.396	✓
2.5 ด้านสภาพการทำงาน(WC)	-0.022		0.063		0.021	
2.6 ด้านการปฏิบัติงาน(WP)	0.153		0.231	✓	0.032	
2.7 ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนา ในองค์กร(DO)	0.248	✓	-0.012		0.131	
2.8 ด้านการเห็นคุณค่าการ ปฏิบัติงานของพนักงาน(WV)	-0.124		0.203		-0.174	
✓ คือ ขอมรับสมมติฐาน						
- คือ ปฏิเสธสมมติฐาน						

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเซียเนค สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเซียเนค สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในจังหวัดปทุมธานี 420 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factor) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 22 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 31 ข้อ ตอนที่ 4 แบบสอบถามด้านความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 26 ข้อ

5.1 สรุปผลการวิจัย

สำหรับการสรุปผลการวิจัยและการวิเคราะห์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยและการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเซียเนค สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ของกลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.2 มีช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.90 มีระดับรายได้มากที่สุดอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีตำแหน่งงานเป็นพนักงานฝ่ายผลิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.40 และมีประสบการณ์ทำงานอยู่ช่วงน้อยกว่า 2 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.70

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation X ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.80 มีช่วงอายุระหว่าง 37-40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.80 มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.60 มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.90 มีระดับรายได้มากที่สุดอยู่ในช่วง 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.20 มีตำแหน่งงานเป็นพนักงานฝ่ายสำนักงาน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.30 และมีประสบการณ์ทำงาน 15 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.40

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation X โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.33

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation X โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต จำกัด ของกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชียิน สเตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ของกลุ่ม Generation X โดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 2.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชียิน สเตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ด้านปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factor)

ปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการด้านงาน (Task Demands) พนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านมีความกดดันที่จะต้องตามทันเทคโนโลยีตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ องค์กรของท่านมีการนำเอาเทคโนโลยีรุ่นใหม่ ๆ มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และ องค์กรของท่านจัดการที่ปฏิบัติงานให้มีสภาพทางกายภาพ เช่น แสง เสียง อากาศ ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ องค์กรของท่านมีวัสดุอุปกรณ์พร้อม สำหรับการปฏิบัติงานของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านเข้าใจรูปแบบและแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนทุกครั้ง เมื่อได้รับมอบหมายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านได้รับอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ ต่องานที่ท่านได้รับมอบหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ องค์กรของท่านมีการจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานและคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการด้านบทบาท (Role Demands) พนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านไม่สามารถตัดสินใจด้วยตนเองในงานที่ท่านทำเองได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านมีความสับสนในบทบาทหรือวิตกกังวลเกี่ยวกับงานที่ท่านทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านคิดว่างานที่ท่านทำมีความ

คลุมเครือไม่น่าเกี่ยวกับบทบาทความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านทำงานที่มีความรับผิดชอบสูงเกินหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านไม่มีอำนาจใด ๆ หรืออิทธิพลใด ๆ ในงานที่ท่านทำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านต้องทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา และลำดับสุดท้าย คือ ท่านคิดว่างานของท่านเสร็จทันตามเวลาที่กำหนดเดียวกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ปัจจัยด้านองค์กรในมิติด้านความต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Demands) พนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เพื่อนร่วมงานของท่านมักมองว่าท่านมีความสามารถไม่เหมาะสมกับงานที่ท่านทำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านมักลังเลหรืออายที่จะขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานในที่ทำงาน ทำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา และ คุณรู้สึกเบื่อหน่ายในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.13 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ผู้บังคับบัญชาของท่านเป็นกันเองและให้ความสนใจผู้ใต้บังคับบัญชาโดยเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ผู้บังคับบัญชาของท่านเอาใจใส่และช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ บรรยากาศในการทำงานเป็นไปด้วยความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน ปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านได้รับความร่วมมือในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้ายคือ ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผลตอบแทนที่ท่านได้รับเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา

คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้เงินเดือนหรือผลตอบแทนอื่นๆ เช่น โบนัส ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน แก่ท่านอย่างเหมาะสมและเป็นที่น่าพอใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีสวัสดิการในด้านต่าง ๆ ให้แก่ท่านและพนักงานอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้าน โอกาสก้าวหน้า พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านคิดว่าท่านมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นใจ รองลงมา คือ ท่านมีโอกาสที่จะก้าวหน้าในองค์กรแห่งนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นใจ และลำดับสุดท้าย คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านได้มีโอกาสก้าวหน้าในสายงานที่ปฏิบัติ หรือสายงานอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นใจ

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านความมั่นคงในการทำงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านคิดว่าองค์กรเห็นความสำคัญของท่านและต้องการที่จะรักษาท่านไว้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านสามารถทำงานในองค์กรนี้ได้ตลอดไปอย่างมั่นคง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีความก้าวหน้า และเติบโตได้ในอนาคต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านจิตวิทยาสังคม พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีความเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านปฏิบัติต่อท่านอย่างไรให้เกียรติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านได้รับการยอมรับจากองค์กรแห่งนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านได้ทำงานในองค์กรที่มีเกียรติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากสังคมแห่งนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านสภาพการทำงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า องค์กรของท่านสนับสนุนในสิ่งที่ท่านต้องการในการทำงาน ทำให้ท่านทำงานได้อย่างมีความสุข ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่าน จัดให้ท่านได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้การสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่จะช่วยส่งเสริมให้ท่านทำงานได้อย่างสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านการปฏิบัติงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า องค์กรไม่ได้ใส่ใจต่อการทำงานหนักที่นอกเหนือไปจากภาระงานประจำของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ องค์กรเต็มใจที่จะยืดหยุ่นข้อกำหนดบางอย่าง ถ้าหากว่าจะเป็นการสนับสนุนให้ท่านได้ใช้ความสามารถได้อย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์ของงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ แม้ว่าท่านจะสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและเห็นเด่นชัดเป็นที่ปรากฏ แต่องค์กรก็ไม่ได้สนใจหรือใส่ใจในผลงานนั้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ องค์กรมีการจัดประชุมเพื่อพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานระหว่างบุคลากรเป็นประจำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรเป็นอย่างดีเมื่อท่านประสบปัญหาจากการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านมีโอกาสดำเนินการตามหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับงานในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ องค์กรมีทุนสนับสนุนการวิจัยเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานทำวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถในการวิจัยให้มีศักยภาพสูงขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ การจัดการฝึกอบรมและพัฒนาในองค์กรมักไม่เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ องค์กรตั้งใจที่จะ

มอบหมายงานที่เหมาะสมที่สุดกับความสามารถและความเชี่ยวชาญของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีแผนการฝึกอบรมและพัฒนาสำหรับบุคลากรอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในมิติด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า หากท่านตัดสินใจที่จะลาออก ท่านเชื่อว่าองค์กรจะทำทุกวิถีทางเพื่อรั้งท่านไว้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.08 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ องค์กรให้คุณค่าความสำคัญกับการทำงานอย่างทุ่มเทของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา องค์กรของท่านเห็นคุณค่าและให้ความสำคัญต่อเป้าหมายหรือความสำเร็จก้าวหน้าในหน้าที่การงานของท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ องค์กรให้ความใส่ใจต่อพนักงานแต่ละคนน้อยเกินไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ด้านความผูกพันองค์กร (Organization Commitment)

ความผูกพันองค์กรในมิติด้าน Attitudinal Commitment พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ท่านมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรนี้น้อยมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านไม่รู้สึกว่าองค์กรนี้เป็นเสมือนครอบครัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านพบว่าค่านิยมของท่านและค่านิยมขององค์กรมีความสอดคล้องกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านยินดีที่จะทำงานในองค์กรนี้จนเกษียณอายุงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเป็นปัญหาของท่านด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านรู้สึกเป็นส่วนสำคัญ เกี่ยวกับอนาคตขององค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านยินดีรับงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกประเภทเพื่อทำงานให้กับองค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเป็นปัญหาของท่านด้วย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่าง

เต็มทีเพื่อที่จะช่วยให้องค์กรนี้ประสบความสำเร็จ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านรู้สึกภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่า ท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย ตามลำดับ

ความผูกพันองค์กรในมิติด้าน Programmatic Commitment พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะไม่ได้ประโยชน์มากนัก ถ้ายังทำงานต่อไปกับองค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เกิดขึ้น จะเป็นสาเหตุให้ท่านออกจาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านเชื่อว่าโอกาสที่จะได้งานใหม่มีน้อยมาก หากลาออกจากองค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ เหตุผลหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำงานกับองค์กรนี้ต่อไป เนื่องจากองค์กรอื่น ๆ ไม่สามารถให้ผลตอบแทนเทียบเท่ากับที่ได้รับจากองค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รองลงมา คือ ท่านดีใจมากที่ได้เลือกทำงานกับองค์กรนี้ ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะเสนอผลประโยชน์อื่นใดที่มากกว่าก็ตาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ถ้าหากท่านลาออกจากองค์กรในตอนนี้ จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตของท่านมากจนเกินไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ เป็นการยากสำหรับท่านที่จะลาออกจากองค์กรในช่วงนี้ แม้ว่าท่านจะอยากลาออกก็ตาม เพราะสวัสดิการและค่าตอบแทนขององค์กรนี้มีความจำเป็นต่อท่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และ ณ เวลานี้การทำงานอยู่กับองค์กรของท่านเป็นเรื่องของความจำเป็นพอ ๆ กับเป็นเรื่องของความสมัครใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับสุดท้าย คือ ท่านสามารถทำงานที่องค์กรอื่น ๆ ได้ ถ้างานมีความคล้ายคลึงกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ความผูกพันองค์กรในมิติด้าน Loyalty based Commitment พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณจะรู้สึกผิดถ้าลาออกจากองค์กรในเวลานี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าการออกจากองค์กรในขณะนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง แม้จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ของตนเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และ ท่านไม่คิดจะลาออก

จากองค์กรในเวลา นี้ เพราะมีความรู้สึกถึงภาระผูกพันต่อบุคลากรในองค์กรนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่า องค์กรที่ท่านทำงานอยู่มีบุญคุณกับท่านมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ ท่านคิดว่าท่านจะทำงานตอบแทนให้กับ องค์กรของท่านในทุก ๆ ด้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 มีระดับ ความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย รองลงมา คือ องค์กรนี้ได้ให้สิ่งดีๆแก่ท่านมาโดยตลอด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย และลำดับ สุดท้าย คือ ท่านยังคงมีความจงรักภักดีต่อองค์กรอยู่เสมอแม้ว่าท่านจะผิดหวังในบางเรื่อง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 มีระดับความเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย ตามลำดับ

สมมุติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานใน องค์กร

จากสมมุติฐาน พบว่าปัจจัยด้านองค์กรในทุกมิติของพนักงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่ม Generation Y โดยรวมมีค่า $r = 0.615$ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลางและเป็นไปในทิศทาง เดียวกันกับความผูกพันองค์กร หรือกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรของ พนักงาน Generation Y หากปัจจัยด้านองค์กรเหมาะสมก็จะส่งผลให้ความผูกพันเพิ่มขึ้นตามนั่นเอง ทั้งนี้สอดคล้องกับลักษณะนิสัยการทำงานของคนใน Generation Y ที่ต้องการความชัดเจนในการทำงาน ชอบงานที่ท้าทายความสามารถและชอบการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่ชอบการทำงานแบบเดิม ซ้ำ ๆ โดยงานที่ควรระบุน้ำที่และความรับผิดชอบให้เห็นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังชอบการมี ปฏิสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน โดยการที่ได้ทำงานร่วมกันแลกเปลี่ยนแนวความคิดในการทำงาน แต่สิ่งหนึ่งที่ Generation Y ต้องเผชิญและต้องปรับสภาพการทำงานให้สอดคล้องกับแผนนโยบายของ บริษัทคือ การเปลี่ยนแปลง Organizational ที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึง การเปลี่ยนเพื่อนร่วมงาน สิ่งนี้ก่อให้เกิดความไม่ชัดเจนในระยะเวลาเริ่มปรับตัวแรกเริ่ม ซึ่งมีความ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมรัตน์ อยู่พรต (2556) ในการเข้าใจผู้อื่นมากที่สุด รองลงมาคือ การ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านการพัฒนาตนเอง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเป็นสมาชิกที่ดีของ องค์กร ซึ่งสรุปได้ว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นพื้นฐานสำคัญของความผูกพันใน องค์กรของเจนเนอเรชันต่าง ๆ รวมถึง Generation Y อีกด้วย แต่ทางด้านความต้องการด้านงานกลุ่ม คน Generation Y จะมีพฤติกรรมที่มีความต้องการด้านงานที่มีความชัดเจนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ปาริชาติ พงษ์ชัยศรี (2552) พบว่า พนักงานที่มีความพึงพอใจในงานที่ตนเองรับผิดชอบจะส่งผล ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saks (2006) ที่ทำการศึกษาลักษณะ

งานที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานประกอบกับการที่องค์กรได้ให้การสนับสนุนพนักงานในเรื่องของการทำงานจะช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ผูกพันต่องาน และให้ผลลัพธ์ที่ตามมาคือพนักงานจะมีความรู้สึกพึงพอใจในงาน ก่อให้เกิดพันธะสัญญาต่อองค์กร มีพฤติกรรมการการ แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กร และมีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าปัจจัยองค์กรทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรในทิศทางเดียวกัน ในกลุ่ม Generation Y

ส่วนในกลุ่ม Generation X มีค่า $r = 0.394$ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันองค์กร แต่ปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านบทบาท มีระดับความสัมพันธ์ต่ำและมีทิศทางตรงข้ามกับความผูกพันองค์กร ดังนั้นปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงานและความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพียงสองมิติเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรในทิศทางเดียวกันสำหรับ กลุ่มของ Generation X กล่าวได้ว่ากลุ่มคน Generation X ให้ความสำคัญกับความต้องการด้านงานและความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะ Generation X มุ่งเน้นการทำงานเป็นหลักให้ความสำคัญและทุ่มเทกับงานที่ตนเองรับผิดชอบอย่างมาก เน้นพึ่งพาความรู้ความสามารถตนเองเป็นหลักชอบความเป็นส่วนตัว พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นผลดีต่อการบริหารองค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fazzil (1994) ที่ศึกษาความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อการบริหารองค์กรสมัยใหม่ โดยพบว่าการมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานนั้นจะสามารถนำไปสู่การบริหารจัดการงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ และเป็นผลดีต่อองค์กร ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้บริหาร ที่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้สร้างเสริมความผูกพันและความจงรักภักดีของพนักงานเพื่อลดการสูญเสียบุคลากรที่มีคุณค่าขององค์กรไป

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

จากสมมติฐาน พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่ม Generation Y โดยรวมมีค่า $R=0.757$ มีระดับความสัมพันธ์สูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันองค์กร ส่วน Generation X โดยรวมมีค่า $R = 0.713$ มีระดับความสัมพันธ์สูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันองค์กร กล่าวได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านจิตวิทยาสังคม ด้านการปฏิบัติงาน และด้านโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาในองค์กร มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y ส่วนการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตวิทยาสังคมมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation X เพียงด้านเดียวโดยที่ Generation X ให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับการยอมรับ การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่า

ในตัวพนักงานและยกย่องให้เกียรติพนักงาน เมื่อเขาได้ทำงานประสบความสำเร็จ การสนับสนุนให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำงานในองค์กร มีความเข้าใจ และเห็นใจเมื่อพนักงานตัดสินใจหรือทำงานผิดพลาดเป็นส่วนใหญ่ แต่การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเป็นสิ่งที่ทำให้รู้ได้ว่าสิ่งตอบแทนที่ตนพึงจะได้รับจากองค์กรทั้งสิ่งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือนที่ได้ประจำทุกเดือน สวัสดิการอื่น ๆ ที่องค์กรมอบให้ รวมถึงการจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการทำงานอยู่เสมอเพื่อให้พนักงานเกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ๆ และนำมาปรับใช้กับงาน อีกทั้งยังการได้รับการยอมรับจากองค์กรและเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับ รัตนภัทร์ สุวรรณสิทธิ์ (2558) พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตวิทยาสังคม ด้านโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาในองค์กร โดยการจัดฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ทักษะการทำงาน ส่งผลให้มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงก่อให้เกิดการคงอยู่กับองค์กรต่อไป และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุทิตา คงกระพันซ์ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านกรสนับสนุนสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงินและด้านการสนับสนุนสิ่งตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงินมีผลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งงานวิจัยของ ศรีณย์ พิมพ์ทอง (2555) สรุปว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อการคงอยู่ในองค์กรของพนักงาน โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ายิ่งพนักงานมีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ว่าองค์กรให้การสนับสนุนพนักงานมากเท่าใด ยิ่งส่งผลต่อการคงอยู่กับองค์กรสูงไปด้วย ซึ่งนำมาซึ่งความผูกพันองค์กรในอนาคตดังนั้นการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในทุกด้านล้วนแล้วส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน Generation Y และ Generation X ทั้งสองกลุ่มโดยอาจมีระดับที่แตกต่างกันไปตามผลที่ได้จากงานวิจัยนี้

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน การผลการศึกษาค้นคว้าสรุปในประเด็นสำคัญได้ว่า

ความผูกพันองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับองค์กรปัจจุบันซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งความผูกพันองค์กรออกเป็น 3 ด้าน ตามแนวความคิดของ พรรัตน์ แสดงหาญ (2551) ได้แก่ ด้าน Attitudinal Commitment ด้าน Programmatic Commitment และ ด้าน Loyalty Based Commitment ซึ่งความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment เป็นด้านที่สร้างยากและรักษายาก เพราะเป็นความผูกพันที่เกิดจากความรู้สึกระดับบุคคลที่มีต่อองค์กร ในส่วน Generation Y ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment นั้นเป็นส่วนของการต้องการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.401$) เนื่องจากลักษณะนิสัย Generation Y ชอบเข้า

สังคม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลดีก็ย่อมส่งผลให้เกิดความรู้สึที่ดีที่จะทำงานในองค์กรต่อไป องค์กรสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน โดยการ จัดฝึกอบรมเพื่อให้ได้มาเรียนรู้และและเปลี่ยนความคิดที่แปลกใหม่เพื่อนำไปใช้ในที่ทำงาน โดยองค์กรควรจัดหลักสูตรการอบรมที่หลากหลายที่ผสมผสานระหว่างสายวิชาการและสายนั้นทนการควบคู่กันไป แต่ในด้านความผูกพันด้าน Loyalty Based Commitment นั้นปัจจัยด้านองค์การด้านความต้องการด้านบทบาท ($\beta = 0.101$) ส่งผลน้อยมาก เพราะช่วงที่เก็บข้อมูลทางองค์กรได้มีการปรับเปลี่ยน Organization อาจเกิดความไม่ชัดเจนในบทบาทของคน พนักงานคนเก่าอาจไม่ได้รับผลกระทบมากเพราะเคยชินกับการเปลี่ยนแปลงมาก่อน แต่ Generation อาจจะไม่เคยชินเพราะเป็นช่วงอายุที่เพิ่งเข้ามามีบทบาทในองค์กร องค์กรควรที่จะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนงาน (Job Rotation) เพื่อที่จะทำให้ Generation Y ได้มีโอกาสที่จะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา และเป็นสิ่งที่เข้ากับพฤติกรรมของคน Generation Y มากที่สุด และให้เคยชินและรับมือเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง

ส่วนของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านจิตวิทยา ($\beta = 0.299$) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment สูงที่สุด เพราะองค์กรสนับสนุนด้านการให้การยอมรับในระดับตัวบุคคลมากกว่าที่จะให้เป็นกลุ่ม จะสังเกตดูได้จากแผนผัง Organization เริ่มมี Generation Y ขึ้นมาเป็นหัวหน้างานเข้ามามีความสำคัญกับองค์กรมากขึ้น นี่ถือว่าเป็นจิตวิทยาสังคมที่ Generation Y รับรู้ได้จากองค์กรทำให้รู้สึกภูมิใจในตัวเอง แต่ทางด้านด้านสภาพการทำงาน ($\beta = -0.088$) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment น้อยที่สุด เพราะว่าด้วยสภาพการทำงานในสำนักงานมีเสียงดังรบกวนที่มากเกินไปและนาน องค์กรจะต้องปรับปรุงสถานที่ทำงานใหม่เพื่อให้สอดคล้องและไม่ก่อมลพิษทางเสียง เพื่อรักษาสุขภาพของพนักงานด้วย

ในส่วนของ Generation X นั้น มีปัจจัยองค์กรด้านความต้องการด้านงาน ($\beta = 0.335$) ที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Loyalty Based Commitment มากที่สุด เพราะนิสัย Generation X นั้น จะให้ความสำคัญกับงานมากที่สุด มีเวลาคือทุ่มเทให้กับงานเต็มที่ ไม่ค่อยให้เวลากับเรื่องส่วนตัวมากเท่า Generation Y ส่วนปัจจัยองค์กรด้านบทบาท ($\beta = -0.003$) มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment น้อยมากเมื่อเทียบกับด้านอื่น อาจเป็นเพราะว่าคนรุ่น Generation X ทำงานอยู่ในองค์กรมาช่วงระยะหนึ่งแล้วจึงทำให้องค์กรมองว่าน่าจะอยู่ตัวในงานของตน จึงไม่ได้ให้ความสำคัญในจุดนี้และมองข้ามไป องค์กรควรที่จะมองเห็นถึงความสำคัญและตัวตนของคนรุ่น Generation X มากขึ้น ให้ได้มีโอกาสในการได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับคนในองค์กร อาจเป็นไปได้ว่าบางกลุ่มอาจจะมึบทบาทในองค์กรให้เห็นเด่นชัดแล้วแต่องค์กรก็ควรที่จะสนับสนุนกลุ่มคนที่ไม่ค่อยได้แสดงบทบาทในการทำงานได้ให้เขามีโอกาสบ้างไม่มากก็น้อย

ส่วนของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความมั่นคงในการทำงาน ($\beta = 0.327$) มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้าน Attitudinal Commitment มากที่สุด การที่พนักงานกลุ่ม Generation X มีการรับรู้การสนับสนุนด้านนี้มากที่สุด เพราะเขาารู้ได้ว่าการที่เขาทำงานที่นี้ทำให้เขามีความมั่นคงในการทำงาน สามารถที่จะมีรายได้ที่มั่นคงแน่นอนในการเลี้ยงชีพตนและครอบครัว บริษัทมีความชัดเจนเรื่องค่าตอบแทนทั้งสิ่งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน แต่ทางด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน ($\beta = -0.174$) มีผลต่อความผูกพันด้าน Programmatic Commitment น้อยที่สุด เนื่องด้วยพนักงานมีความจำเป็นบางอย่างที่จะต้องอยู่กับองค์กรต่อไปพนักงานมองว่าองค์กรไม่ได้เห็นคุณค่าในตัวเขา ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการชมเชยต่อความสำเร็จของพนักงาน โดยผู้ที่ทำได้ดีคือหัวหน้างานองค์กรจะต้องจัดฝึกอบรมให้กับหัวหน้างานด้านการสร้างแรงจูงใจและผลตอบแทนเพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานที่อยู่ได้บังคับบัญชาของตนและหัวหน้างานควรทำให้เป็นที่ปรึกษาที่ดี สามารถให้คำแนะนำแต่ลูกน้องได้เมื่อเจอปัญหา โดยการทำงานร่วมกับความไวใจและมั่นใจในตัวเขา แต่การให้การยอมรับในเรื่องของการทำงานการให้รางวัลและการยกย่องชมเชยในระดับปัจเจกบุคคลเพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานก็เป็นวิธีที่ช่วยกระตุ้นการทำงานรวมถึงผลงานที่ดีอีกด้วย

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน เจนเนอเรชันวาย การผลการศึกษานี้สรุปในประเด็นสำคัญได้ว่า

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีการนำแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการลงรายละเอียดเชิงลึก ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะใช้วิธีการเชิงคุณภาพเพิ่มเข้ามา เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติด้านปัจจัยองค์กร ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความผูกพันองค์กร รวมถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y และ Generation X

2. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความความผูกพันองค์กร ดังนั้นควรมีการศึกษาให้ครอบคลุมถึงตัวแปรที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความผูกพันองค์กร เช่น การเมืองในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร การประเมินผลการปฏิบัติงาน work life balance และความพึงพอใจในงาน เป็นต้น

3. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ได้มีกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในบริษัทเอกชนเพียงอย่างเดียว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาไปถึงส่วนงานราชการ และรัฐวิสาหกิจด้วยเพื่อครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น และแบบสอบถามควรจะเป็นแบบปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

4. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้อายุเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่ม Generation Y และ Generation X เนื่องจากงานวิจัยปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่นิยมที่จะศึกษา Generation Z มากนักจึงมีความน่าสนใจที่งานวิจัยต่อไปจะดึงเอา Generation Z มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิจัยด้วย เพราะ Generation Z เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในองค์กรปัจจุบันและอนาคตอันใกล้



บรรณานุกรม

- กานต์พิชชา เก่งการช่าง. (2556). เงินเนเธอร์แลนด์กับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล.
วารสารสังคมศาสตร์และศิลปะศาสตร์, 2(1).
- เดชา เศษะวัฒน์ไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเงินเนเธอร์แลนด์และแรงจูงใจในการทำงาน:
มุมมองระหว่างเงินเนเธอร์แลนด์ต่าง ๆ ในองค์กร. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 31(121).
- ทิพย์วรรณ มงคลดีกล้ากุล. (2554). บทบาทของการถ่ายทอดทางสังคมในองค์การและจิตลักษณะมุ่ง
อนาคตควบคุมตนเองที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิก
ที่ดีขององค์การของพยาบาลวิชาชีพ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิต-
พัฒนบริหารศาสตร์).
- ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ
องค์กรของเงินเนเธอร์แลนด์ต่าง ๆ. วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 36(138).
- เบญจรัตน์ สมเกียรติ. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้า
หรือผู้ป่วยกับพยาบาลประจำการ การสนับสนุนจากองค์กร กับการปฏิบัติงานตามบทบาท
ของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาลรัฐ กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ประยูทธ อิศกุล. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของ
พนักงาน บริษัท เอเชีย สแตนเลส อินเทอร์เน็ต จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).
- ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ. (2554). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความผูกพันในงาน การเพิ่ม
คุณค่าระหว่างในงานกับครอบครัวและความสุขเชิงอัตวิสัยของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่ง
หนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ปาริชาติ พงษ์ชัยศรี. (2552). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสรรพากร ภาค 5.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

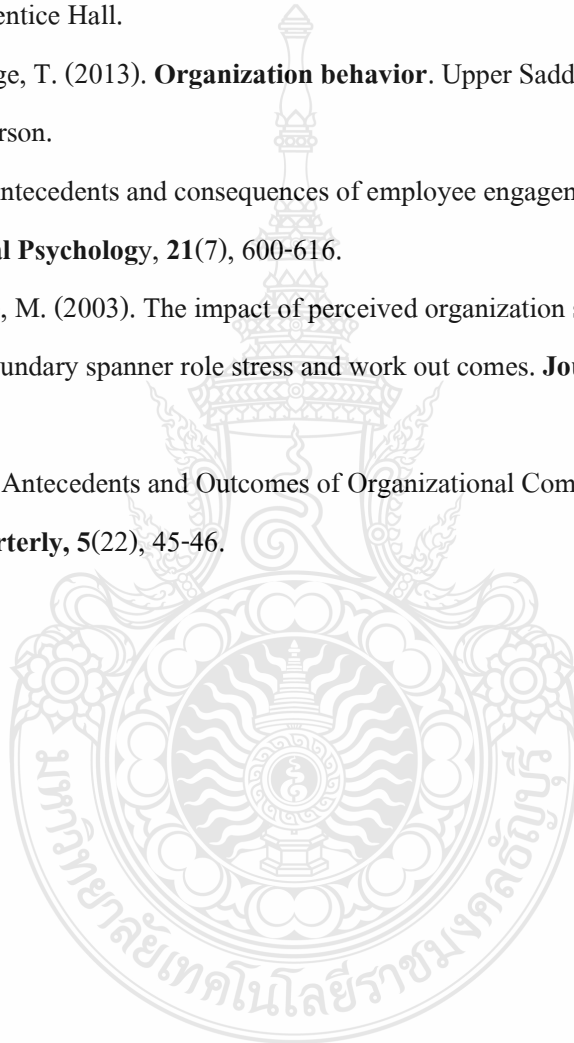
- ปิยเชษฐ เรื่องไฟโรจน์. (2548). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของอาจารย์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี).
- เปรมจิตร คล้ายเพชร. (2548). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การความยุติธรรมองค์การที่มีผลต่อความผูกพันองค์การและความตั้งใจลาออก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พรทิพย์ ไชยฤกษ์. (2555). ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- พรรัตน์ แสดงหาญ. (2551). Commitment VS Engagement. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 9(103).
- มูทิตา คงกระพันธ์. (2554). การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- รัตนภัทร สุวรรณสิทธิ์. (2558). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผ่านสมรรถนะหลักของบุคลากรสำนักงานประกันสังคม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วัชรภรณ์ สุริยาภรณ์. (2553). วิจัยธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัฒนา ศรีสม. (2542). แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันในองค์การ ของพนักงานส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภคบริโภค ของบริษัท ไบโอ คอนซูเมอร์ จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ศรัณย์ พิมพ์ทอง. (2555). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ในองค์การของพนักงานมหาลัยในสายวิชาการ. (รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ศศิรินทร์ ทิพย์ไอสด. (2556). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในภาคธุรกิจธนาคาร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศินันท์ ทิพย์ไอสถ และ กฤษดา เชียรวิฒนสุข. (2556). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การของพนักงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในภาคธุรกิจธนาคาร. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). **Gen Y: จับให้มันคั่นให้เวิร์ค**. กรุงเทพฯ: เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน).
- อรุณรัตน์ วิเศษสิงห์. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ขนาดโรงพยาบาล ปัจจัยด้านองค์การ การปฏิบัติงานกับการยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน เขตภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- อัจฉรา ศรีแก้วดารา. (2549). การรับรู้ความยุติธรรมของการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในองค์กรมหาชน: กรณีศึกษา สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- Allen, N. J., & Mayer, J. P. (1996). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: an Examination of Construct Validity. **Journal of Vocational Behavior, 49**(3).
- Beugre, C. D. (1996). Understanding Organizational Justice and impact of managing employees: an African Perspective. **International Journal of Human Resource management, 13**, 1091-1104.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. **Administrative Science Quarterly**.
- ChatZkel, J. L. (2003). **Knowledge Capital: how knowledge-based enterprises really get built**. Oxford university press.
- Fazzil, R. A. (1994). **Management Plus: Maximizing Productivity through Motivations, Performance, and Commitment**. New York: Irwin Professional.
- Rivenbark, L. (2010). Tools of Engagement. Employee Relations. Special Report: **HR Magazine February 2010**.

บรรณานุกรม(ต่อ)

- Rhodes, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organization support: A Review of the literature. **Journal of Applied Psychology**, **87**, 698-714.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2010). **Essentials of Organizational Behavior**. 10th ed. N.J.: Pearson/Prentice Hall.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2013). **Organization behavior**. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. **Journal of Managerial Psychology**, **21**(7), 600-616.
- Stamper, C. & Johlke, M. (2003). The impact of perceived organization support on relationship between boundary spanner role stress and work out comes. **Journal of management**, **29**, 569-588.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. **Administrative Science Quarterly**, **5**(22), 45-46.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง **ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กรของ**
พนักงานเจนเนอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เก็บข้อมูลวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน เจนเนอเรชั่นวาย : กรณีศึกษา บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ในการนี้ ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ คำตอบของท่านไม่มีข้อใดถูกหรือผิด ขอให้ท่านตอบแบบสอบถาม ตามความคิด ความเชื่อ และความรู้สึกของตัวเอง ตามความเป็นจริง เพื่อให้ผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณพนักงาน บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่องานวิจัยในครั้งนี้ การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ด้วยความนับถือ

นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

21 – 25 ปี

26 – 30 ปี

31 – 36 ปี

37 – 40 ปี

41 – 44 ปี

45 – 52 ปี

3. สถานภาพ

โสด

สมรส/อยู่ด้วยกัน

แยกกันอยู่/หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000 - 20,000 บาท

20,001 - 25,000 บาท

25,001 - 30,000 บาท

30,001 - 35,000 บาท

35,001 บาทขึ้นไป

6. ตำแหน่งงาน

พนักงานฝ่ายผลิต

พนักงานฝ่ายสำนักงาน

หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย

7. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

น้อยกว่า 2 ปี

2 - 5 ปี

6- 10 ปี

11-15 ปี

15 ปีขึ้นไป

คำชี้แจง คำถามต่อไปนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นส่วนตัวของท่าน โปรดทำเครื่องหมาย
 ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านปัจจัยด้านองค์กร Organizational Factor ของพนักงานในอุตสาหกรรม
 อิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชียัน สเตนเลย์ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนล จำกัด

ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง 5	เห็น ด้วย 4	ไม่ แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง 1
ปัจจัยด้านความต้องการด้านงาน (Task Demands)					
1. ท่านได้รับอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ ต่องานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
2. ท่านเข้าใจรูปแบบและแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนทุกครั้ง เมื่อได้รับมอบหมายงาน					
3. ท่านมีความกดดันที่จะต้องตามทัน เทคโนโลยี ตลอดเวลา					
4. องค์กรของท่านมีการนำเอาเทคโนโลยีรุ่นใหม่มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน					
5. องค์กรของท่านมีวัสดุอุปกรณ์พร้อม สำหรับการปฏิบัติงานของท่าน					
6. องค์กรของท่านจัดการที่ปฏิบัติงานให้มีสภาพทางกายภาพ เช่น แสง เสียง อากาศ ที่เหมาะสม					
7. องค์กรของท่านมีการจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน และคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงานเป็นหลัก					
ปัจจัยด้านความต้องการด้านบทบาท (Role Demands)					
8. ท่านคิดว่างานที่ท่านทำมีความคลุมเครือไม่น่าเกี่ยวกับบทบาทความรับผิดชอบ					
9. ท่านคิดว่าท่านทำงานที่มีความรับผิดชอบสูงเกินหน้าที่					
10. ท่านคิดว่างานของท่านเสร็จทันตามเวลาที่กำหนด					
11. ท่านมีความสับสนในบทบาทหรือวิดกั่วงวลเกี่ยวกับงานที่ท่านทำ					
12. ท่านไม่มีอำนาจใดๆ หรืออิทธิพลใดๆ ในงานที่ท่านทำ					
13. ท่านต้องทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน					
14. ท่านไม่สามารถตัดสินใจด้วยตนเองในงานที่ท่านทำเองได้					

ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational Factors)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
ปัจจัยด้านความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Demand)					
15. ท่านได้รับความร่วมมือในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน					
16. ท่านมักลังเลหรืออายที่จะขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานในที่ทำงาน					
17. ท่านรู้สึกเบื่อก่อนหน้าในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน					
18. เพื่อนร่วมงานของท่านมักมองว่าท่านมีความสามารถไม่เหมาะสมกับงานที่ท่านทำ					
19. ผู้บังคับบัญชาของท่านเป็นกันเองและให้ความสนใจผู้ใต้บังคับบัญชาโดยเท่าเทียมกัน					
20. ผู้บังคับบัญชาของท่านเอาใจใส่และช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน					
21. บรรยากาศในการทำงานกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปด้วยความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน					
22. ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support: POS)
ของพนักงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชีย น สเตน เลย์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support : POS)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วย 1
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ					
1. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้เงินเดือนหรือผลตอบแทนอื่นๆ เช่น โบนัส ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน แก่ท่านอย่างเหมาะสมและเป็นที่น่าพอใจ					
2. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีสวัสดิการในด้านต่างๆ ให้แก่ท่านและพนักงานอย่างเพียงพอ					

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support : POS)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
	5	4	3	2	1
3. ผลตอบแทนที่ท่านได้รับเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบของท่าน					
ด้านโอกาส					
4. ท่านคิดว่าท่านมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากองค์กรให้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น					
5. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านได้มีโอกาสก้าวหน้าในสายงานที่ปฏิบัติ หรือสายงานอื่นๆ					
6. ท่านมีโอกาสที่จะก้าวหน้าในองค์กรแห่งนี้					
ด้านความมั่นคงในการทำงาน					
7. ท่านคิดว่าองค์กรเห็นความสำคัญของท่านและต้องการที่จะรักษาท่านไว้					
8. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีความก้าวหน้า และเติบโตได้ในอนาคต					
9. ท่านสามารถทำงานในองค์กรนี้ได้ตลอดไปอย่างมั่นคง					
ด้านวิทยาสังคม					
10. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีความเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี					
11. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านปฏิบัติต่อท่านอย่างให้เกียรติ					
12. ท่านคิดว่าท่านได้ทำงานในองค์กรที่มีเกียรติ					
13. ท่านคิดว่าท่านได้รับการยอมรับจากองค์กรแห่งนี้					
14. ท่านรู้สึกดีที่ได้ทำงานในองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากสังคมแห่งนี้					
ด้านสภาพการทำงาน					
15. ท่านคิดว่าองค์กรของท่าน จัดให้ท่านได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม					
16. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านให้การสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่จะช่วยส่งเสริมให้ท่านทำงานได้อย่างสะดวกสบาย					
17. องค์กรของท่านสนับสนุนในสิ่งที่ท่านต้องการในการทำงาน ทำให้ท่านทำงานได้อย่างมีความสุข					

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support : POS)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
	5	4	3	2	1
ด้านการปฏิบัติงาน					
18. แม้ว่าท่านจะสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและเห็นเด่นชัดเป็นที่ปรากฏ แต่องค์กรก็ไม่ได้สนใจหรือใส่ใจในผลงานนั้น					
19. ท่านได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรเป็นอย่างดีเมื่อท่านประสบปัญหาจากการปฏิบัติงาน					
20. องค์กรมีการจัดประชุมเพื่อพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานระหว่างบุคลากรเป็นประจำ					
21. องค์กรไม่ได้ใส่ใจต่อการทำงานหนักที่นอกเหนือไปจากภาระงานประจำของท่าน					
22. องค์กรเต็มใจที่จะยืดหยุ่นข้อกำหนดบางอย่าง ถ้าหากว่าจะเป็นการสนับสนุนให้ท่านได้ใช้ความสามารถได้อย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์ของงาน					
ด้านโอกาสที่ได้รับการพัฒนาในองค์กร					
23. องค์กรตั้งใจที่จะมอบหมายงานที่เหมาะสมที่สุดกับความสามารถและความเชี่ยวชาญของท่าน					
24. องค์กรมีแผนการฝึกอบรมและพัฒนาสำหรับบุคลากรอย่างชัดเจน					
25. การจัดการฝึกอบรมและพัฒนาในองค์กรมักไม่เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้					
26. องค์กรมีทุนสนับสนุนการวิจัยเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานทำวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถในการวิจัยให้มีศักยภาพสูงขึ้น					
27. ท่านมีโอกาสได้ศึกษาดูงานตามหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับงานในองค์กร					
ด้านการเห็นคุณค่าการปฏิบัติงานของพนักงาน					
28. องค์กรของท่านเห็นคุณค่าและให้ความสำคัญต่อเป้าหมายหรือความสำเร็จก้าวหน้าในหน้าที่การงานของท่าน					
29. องค์กรให้ความใส่ใจต่อพนักงานแต่ละคนน้อยเกินไป					
30. องค์กรให้คุณค่าความสำคัญกับการทำงานอย่างทุ่มเทของท่าน					
31. หากท่านตัดสินใจที่จะลาออก ท่านเชื่อว่าองค์กรจะทำทุกวิถีทางเพื่อรั้งท่านไว้					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามด้านความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) ของพนักงานใน
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนล จำกัด

ความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง 5	เห็น ด้วย 4	ไม่ แน่ใจ 3	ไม่เห็น ด้วย 2	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง 1
Attitudinal Commitment					
1. ท่านพูดถึงองค์กรนี้ให้เพื่อนของท่านฟังว่าเป็นองค์กรที่น่าทำงานด้วย					
2. ท่านมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรนี้น้อยมาก					
3. ท่านพบว่าค่านิยมของท่านและค่านิยมขององค์กรมีความสอดคล้องกัน					
4. ท่านยินดีที่จะทำงานในองค์กรนี้นั้นเกษียณอายุงาน					
5. ท่านรู้สึกว่ามีปัญหาต่างๆขององค์กรเป็นปัญหาของท่านด้วย					
6. ท่านไม่รู้สึกว่าองค์กรนี้เป็นเสมือนครอบครัว					
7. ท่านเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อที่จะช่วยให้องค์กรนี้ประสบความสำเร็จ					
8. ท่านรู้สึกภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้					
9. ท่านรู้สึกเป็นส่วนสำคัญ เกี่ยวกับอนาคตขององค์กรนี้					
10. ท่านยินดีรับงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกประเภทเพื่อทำงานให้กับองค์กรนี้					
Programmatic Commitment					
11. ท่านสามารถทำงานที่องค์กรอื่นๆได้ ถ้างานมีความคล้ายคลึงกัน					
12. หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆเกิดขึ้น จะเป็นสาเหตุให้ท่านออกจากองค์กรนี้					
13. เป็นการยากสำหรับท่านที่จะลาออกจากองค์กรในช่วงนี้ แม้ว่าท่านจะอยากลาออกก็ตาม เพราะสวัสดิการและค่าตอบแทนขององค์กรนี้มีความจำเป็นต่อท่าน					
14. ถ้าหากท่านลาออกจากองค์กรในตอนนี้ จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตของท่านมากจนเกินไป					
15. ท่านเชื่อว่าโอกาสที่จะได้งานใหม่มีน้อยมาก หากลาออกจากองค์กรนี้					
16. คงจะไม่ได้ประโยชน์มากนัก ถ้ายังทำงานต่อไปกับองค์กรนี้					
17. ท่านดีใจมากที่ได้เลือกทำงานกับองค์กรนี้ ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะเสนอผลประโยชน์อื่นใดที่มากกว่าก็ตาม					
18. ณ เวลานี้การทำงานอยู่กับองค์กรของท่านเป็นเรื่องของความจำเป็น พอๆกับเป็นเรื่องของความสมัครใจ					

ความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
19. เหตุผลหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจทำงานกับองค์กรนี้ต่อไป เนื่องจากองค์กรอื่นๆ ไม่สามารถให้ผลตอบแทนเทียบเท่ากับที่ได้รับจากองค์กรนี้					
Loyalty based Commitment					
20. ท่านคิดว่าการออกจากองค์กรในขณะนี้ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง แม้จะเป็นไปเพื่อประโยชน์ของตนเอง					
21. ท่านไม่คิดจะลาออกจากองค์กรในเวลานี้ เพราะมีความรู้สึกถึงภาระผูกพันต่อบุคลากรในองค์กรนี้					
22. องค์กรนี้ได้ให้สิ่งดีๆ แก่ท่านมาโดยตลอด					
23. ท่านจะรู้สึกผิดถ้าลาออกจากองค์กรในเวลานี้					
24. ท่านยังคงมีความจงรักภักดีต่อองค์กรอยู่เสมอแม้ว่าท่านจะคิดหวังในบางเรื่อง					
25. ท่านคิดว่าองค์กรที่ท่านทำงานอยู่มีบุญคุณกับท่านมาก					
26. ท่านคิดว่าท่านจะทำงานตอบแทนให้กับองค์กรของท่านในทุกๆ ด้าน					



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม





ที่ ศธ ๐๕๓๘.๐๖ / ๕๙๐

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม (Try out) เพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณประยุทธ์ อิศดลย์

ผู้จัดการแผนกบุคคล บริษัทเอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์
ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม (Try out) เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของ
พนักงานเจนเนอเรชั่นวาย”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจก
แบบสอบถาม (Try out) เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

สุทินา กุศลบุตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุตาพร กุณทลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๕๔๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๕๔๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

โทร. ๐๘ ๖๒๐๖ ๓๕๐๗

ภาคผนวก ค

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตาม



ที่ ศธ ๐๕๓/๘.๐๖ / ๕๘๓



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ วัฒนาน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานเจนเนอเรชันวาย”
โดยมี ดร.กฤษดา เขียววัฒนะสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

กฤษดา วัฒนาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณทลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

โทร. ๐๘ ๖๒๐๖ ๓๕๐๗

ที่ ศธ ๐๕๓๘.๐๖ / ๕๘๙



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.ปิยรัฐ ธรรมพิทักษ์ อาจารย์ประจำสถาบันพฤกษศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานเจนเนอเรชันวาย”
โดยมี ดร.กฤษดา เขียววัฒมนสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

ศศิมา กุศลบุตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณทลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

โทร. ๐๘ ๖๒๐๖ ๓๕๐๗

ที่ ศธ ๐๕๓๗๘.๐๖ / ๕๘๘



คณะกรรมการธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์ประจำระดับบัณฑิตศึกษา

คณะกรรมการธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ปัจจัยด้านองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย”
โดยมี ดร.กฤษดา เขียววัฒมนสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

สุวิมล ภูมิตกุล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร ภูมิตกุล)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย

โทร. ๐๘ ๖๒๐๖ ๓๕๐๗

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวอมรรัตน์ แสงสาย
วัน เดือน ปีเกิด	6 พฤษภาคม 2533
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์ทำงาน	2558 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ทรัพยากรบุคคล บริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด
เบอร์โทรศัพท์	086-2063507
อีเมล	E-mail: amonrat_s@mail.rmutt.ac.th as_amonrat@hotmail.com

