ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF GENERATION Y EMPLOYEES IN ARCHITECTURAL FIRMS IN BANGKOK

ทศพร หิรัญธรรมาภรณ์
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Thotsaporn Hiruntammaporn
Email: 6614154130@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequcncy) ค่าร้อยละ (Percentagc) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 มีอายุ 29 - 32 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีระดับปริญญาตรีจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 จบจากมหาวิทยาลัยรัฐ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด และความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิกโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยจูงใจทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำมีผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง ปัจจัยการได้รับการยอมรับ ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน สามารถร่วมกันทำนายความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 69.4 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ความภักดีต่อองค์กร, Generation Y, ธุรกิจสถาปนิก

ABSTRACT

The objectives of research study were: 1) to study the factors affecting organizational commitment of generation y employees in architectural firms in Bangkok, and 2) to study the relationship between motivational factors and organizational commitment of generation y employees in architectural firms in Bangkok. The sample group used in this study consisted of 400 generation y employees working in architectural firms in Bangkok. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing, the Pearson correlation coefficient and multiple regression analysis were employed.

The research results revealed that most of the respondents were female, accounting for 281 persons or 70.2 percent. The majority were aged between 29 - 32 years, totaling 216 persons or 54.0 percent. Most of them held a bachelor's degree, totaling 358 persons or 89.5 percent, and graduated from public universities in Bangkok and its metropolitan area, totaling 299 persons or 74.8 percent. The motivational factors affecting the organizational commitment of generation y employees in architectural firms in Bangkok, overall, were found to be at the highest level of agreement. The overall organizational commitment of generation y employees in architectural firms was also at the highest level.

The results of hypothesis testing revealed that all motivational factors were positively correlated with the organizational commitment of Generation Y employees in architectural firms in Bangkok, with statistical significance at the 0.01 level. Furthermore, it was found that the motivational factor with the greatest influence on organizational commitment was the nature of the work performed, followed by career advancement and self-development opportunities, recognition, achievement in work, and lastly, job responsibility. Together, these factors could predict the organizational commitment of Generation Y employees in architectural firms in Bangkok by 69.4 percent, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Factors Affecting Organizational Commitment, Generation Y, Architectural Firms

บทนำ

โลกการทำงานยุคใหม่กำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยี ทำให้เกิดการทำงานทางไกลและเศรษฐกิจแบบกิ๊ก ขณะที่ระบบอัตโนมัติทำให้ทักษะเฉพาะมนุษย์อย่างความคิดสร้างสรรค์เป็นที่ต้องการสูง ผลกระทบนี้ทำให้คนรุ่นใหม่ Gen Y ให้ความสำคัญกับความสมดุลชีวิต, สุขภาพจิต, และความหมายของงานมากกว่าแค่ตัวเงิน ประกอบกับเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้องค์กรต้องปรับตัวให้คล่องตัวขึ้น และเปลี่ยนจากการจ้างงานตลอดชีพไปสู่การจ้างงานตามทักษะที่เน้นการเติบโตร่วมกัน

เมื่อเจาะลึกลงไปที่กลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกำลังหลักในอนาคต เป็นกลุ่ม Digital Pioneers ที่เติบโตมาพร้อมกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล ทำให้มีความเชี่ยวชาญในโปรแกรมหลักดั้งเดิม และชอบการสื่อสารแบบร่วมมือ ผ่านการประชุมหรืออีเมลในการทำงาน พวกเขาให้ความสำคัญกับ การแบ่งเวลาที่ชัดเจน และต้องการให้งานที่ทำมี ความหมาย โดยมีแรงจูงใจสำคัญคือ การเติบโตในสายอาชีพและประสบการณ์

สำหรับบริบทเฉพาะของธุรกิจสถาปนิกในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่มีพลวัตสูง ตลาดนี้จึงเปรียบเสมือนสมรภูมิการแข่งขันที่ดุเดือด มีผู้เล่นตั้งแต่สตูดิโอขนาดเล็กไปจนถึงบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ การแข่งขันนี้ขับเคลื่อนด้วยวัฏจักรเศรษฐกิจและการลงทุนในอภิโปรเจกต์ต่างๆ ซึ่งสร้างความต้องการบุคลากรสายสถาปัตยกรรมที่มีคุณภาพสูงอย่างมหาศาล โดยเฉพาะผู้ที่มีทักษะเฉพาะทาง เช่น การออกแบบอาคารสูง, ความเชี่ยวชาญด้าน BIM, และทักษะการบริหารโครงการ อย่างไรก็ตาม เบื้องหลังภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์และผลงานที่น่าทึ่ง ลักษณะเฉพาะของงานสถาปนิกนั้นเต็มไปด้วยความซับซ้อนและความกดดันสูง สถาปนิกต้องหลอมรวมทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน ทำงานภายใต้กรอบเวลาที่จำกัด ความคาดหวังของลูกค้า และความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สร้างความเครียดมหาศาลและส่งผลกระทบโดยตรงต่อสภาพจิตใจและความผูกพันของพนักงาน

จากข้อมูลข้างต้น องค์กรสถาปนิกในกรุงเทพฯ กำลังเผชิญกับวิกฤตความภักดี ของพนักงาน Gen Y ซึ่งเป็นกำลังหลักในอุตสาหกรรม คนกลุ่มนี้มีแนวโน้มเปลี่ยนงานบ่อย สร้างผลกระทบเชิงลบต่อองค์กรทั้งในด้านต้นทุนการสรรหาที่สูงขึ้น การสูญเสียองค์ความรู้ และการหยุดชะงักของโครงการ รากเหง้าของปัญหานี้เกิดจากความไม่ลงรอยกัน 5 ประการระหว่างสิ่งที่ Gen Y คาดหวังกับความเป็นจริงของอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ 2) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง 3) ปัจจัยการได้รับการยอมรับ 4) ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน และ 5) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน ขัดแย้งกับความต้องการสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน แม้ปัญหาเหล่านี้จะเป็นที่รับรู้ แต่ยังขาดการวิจัยเชิงประจักษ์ที่ชี้ชัดว่าในบริบทเฉพาะนี้ ปัจจัยใดมีอิทธิพลสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจคงอยู่ของสถาปนิก Gen Y ซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัยนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยการได้รับการยอมรับนับถือ มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเองมีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ปัจจัยลักษณะงานที่ทำมีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ปัจจัยความรับผิดชอบในงาน มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรในการศึกษาดังนี้

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา มหาวิทยาลัยที่จบการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน ปัจจัยการได้รับการยอมรับ ปัจจัยความก้าวหน้าในการทำงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง ปัจจัยลักษณะงานที่ทำ และปัจจัยความรับผิดชอบในงาน

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. ความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กร ความตั้งใจรักษาความเป็นสมาชิกองค์กร และการสนับสนุนและสร้างสรรค์องค์กรให้ดีขึ้น

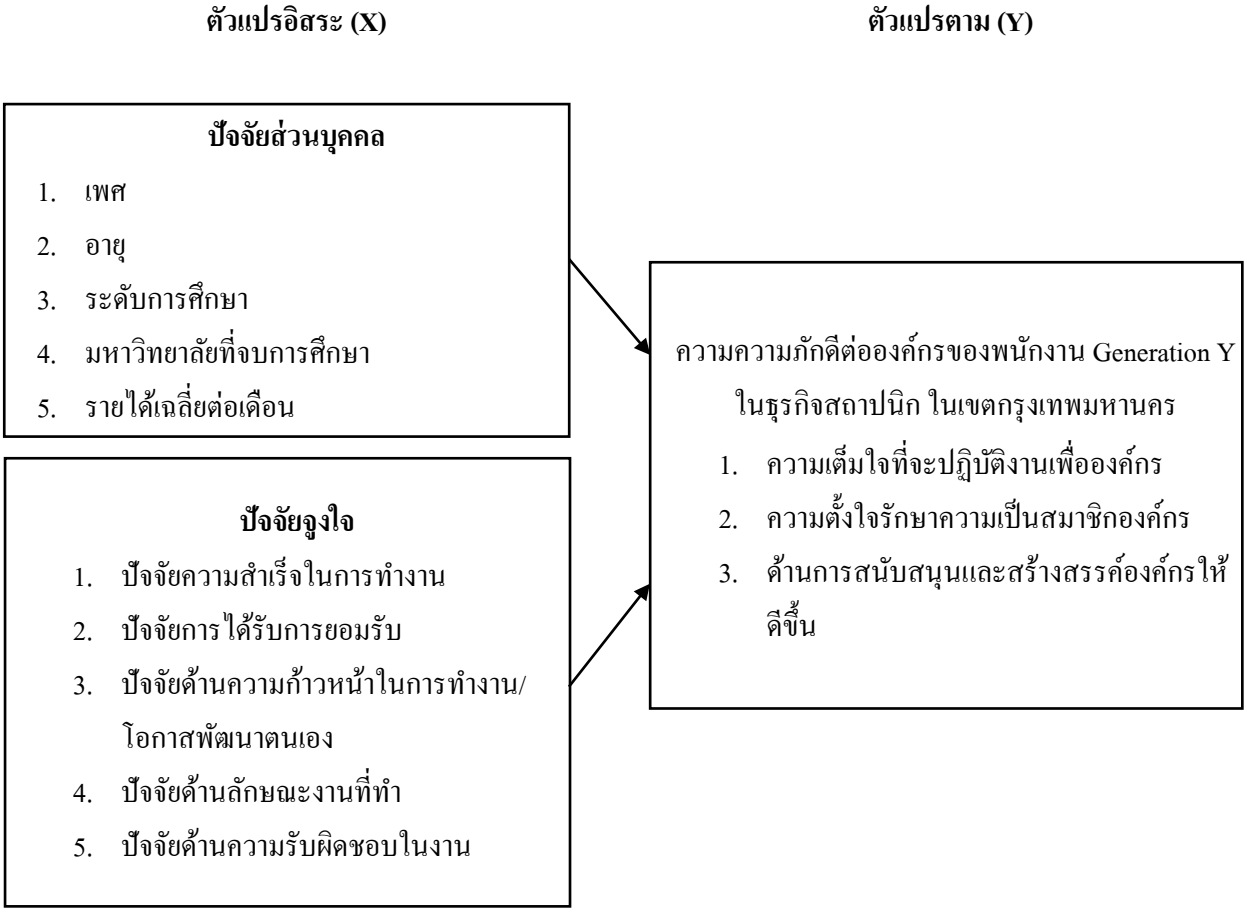
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน Generation Y ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2540 ซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจสถาปนิกที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวณประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 เพื่อความแม่นยำและความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน กันยายน - ตุลาคม 2568

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการในธุรกิจสถาปนิกสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล โดยสามารถกำหนดนโยบายและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสถาปนิก Gen Y ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. องค์กรสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อพัฒนาและปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับความคาดหวังของพนักงานรุ่นใหม่ เช่น การส่งเสริม Work-Life Balance และการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเติบโต

3. องค์กรสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลในการสื่อสารกับสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกันพัฒนาบัณฑิตให้มีความพร้อมและทักษะตรงตามความต้องการของอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรมยุคใหม่

4. สำหรับงานวิจัยในอนาคต เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องการรักษาบุคลากรในสายวิชาชีพเฉพาะทาง หรือการบริหารคนต่างรุ่นต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ทฤษฎีและแนวความต้องการพื้นฐานเป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่อธิบายถึงพลังขับเคลื่อน ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ซึ่งทำหน้าที่กระตุ้น ชี้นำ และรักษาระดับพฤติกรรมไว้จนกว่าจะบรรลุเป้าหมาย ในบริบทองค์กร การจูงใจคือกระบวนการส่งเสริมให้พนักงานมีความมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ทฤษฎีกลุ่มที่เน้นเนื้อหา มุ่งทำความเข้าใจถึง ความต้องการ ภายในที่ผลักดันพฤติกรรม ที่สำคัญได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham Maslow (1943) เสนอว่ามนุษย์มีความต้องการ 5 ลำดับขั้น (กายภาพ, ความมั่นคงปลอดภัย,สังคม, การยอมรับนับถือ, การบรรลุตัวตนสูงสุด) โดยจะถูกจูงใจให้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานก่อน แล้วจึงไต่ระดับขึ้นไป ทฤษฎีสองปัจจัยของ Frederick Herzberg (1959) ระบุว่าปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจ (ปัจจัยจูงใจ) แยกออกจากปัจจัยที่ลดความไม่พอใจ โดยปัจจัยจูงใจที่สำคัญคือ ความสำเร็จ, การได้รับการยอมรับ,ความก้าวหน้า, ลักษณะงานที่ท้าทาย และความรับผิดชอบ ทฤษฎีอีอาร์จี พัฒนาต่อจาก Maslow โดยยุบความต้องการเหลือ 3 ด้าน คือ การดำรงอยู่, ความสัมพันธ์, และความเจริญก้าวหน้าได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ แนวคิดและทฤษฎีของ John P. Meyer และ Natalie J. Allen (1991) เกี่ยวกับความภักดีต่อองค์กรอธิบายว่าความผูกพันมาจาก 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ด้านจิตใจ (ความรู้สึกรักและผูกพันต่อองค์กร) 2. ด้านการคงอยู่ (ความจำเป็นต้องอยู่เพราะตระหนักถึงต้นทุนหากลาออก) และ 3. ด้านบรรทัดฐาน (ความรู้สึกผิดชอบว่าควรอยู่ตอบแทนองค์กร) นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ทฤษฎีความคาดหวัง (ความเชื่อว่าความพยายามจะนำไปสู่ผลตอบแทนที่มีคุณค่า),แนวคิดการแสดงพฤติกรรม (พูดถึงองค์กรในแง่บวก, อยู่ต่อ, ทุ่มเททำงาน), ทฤษฎีการบริหาร (การมองว่าคนชอบทำงานและมีความรับผิดชอบ), และทฤษฎีความต้องการ (ความสำเร็จ, อำนาจ, ความผูกพัน) แนวคิดการสนับสนุนจากองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ก็เป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะกับพนักงานรุ่นใหม่ ผู้วิจัยสรุปว่า ปัจจัยจูงใจ 5 ประการ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน, การได้รับการยอมรับ,ความก้าวหน้าและโอกาสพัฒนาตนเอง, ลักษณะงานที่ทำ และความรับผิดชอบในงาน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่นำมาใช้อธิบายความภักดีของพนักงานรุ่นใหม่ในธุรกิจสถาปนิก

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสถาปนิก

ธุรกิจสถาปนิกไทยมีพัฒนาการยาวนาน จากอดีตที่เป็นช่างหลวงในราชสำนัก สู่จุดเปลี่ยนสำคัญในสมัยรัชกาลที่ 4-5 ที่รับอิทธิพลตะวันตก ทำให้เกิดการศึกษาแบบสากล การรวมกลุ่มวิชาชีพเริ่มต้นจากสมาคมสถาปนิกสยามฯ (พ.ศ. 2477) ก่อนจะมีการผลักดันจนเกิด พ.ร.บ. สถาปนิก พ.ศ. 2543 และจัดตั้ง "สภาสถาปนิก" เพื่อกำกับดูแล ออกใบอนุญาต และกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ สถาปนิกจึงเป็นผู้ประกอบวิชาชีพควบคุม ที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบสิ่งปลูกสร้าง โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความงาม และความแข็งแรง ปัจจุบัน วงการสถาปนิกไทยมีความหลากหลายและแข่งขันสูง โดยมีแนวโน้มมุ่งเน้นเทคโนโลยี (BIM) และการออกแบบที่ยั่งยืน เพื่อตอบโจทย์สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิรงรอง โชติธนสกุล (2559) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Gen Y) บจก. ไทยเบฟเวอเรจ (286 คน) ผลวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานโดยรวมมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลสำคัญคือ Happy Brain (การพัฒนาตนเอง) และ Happy Soul (ความศรัทธาในงาน) ซึ่งเทียบเคียงได้กับปัจจัยด้านความก้าวหน้าและลักษณะงานวิจัยนี้จึงสนับสนุนว่าการพัฒนาตนเองและคุณค่าของงานส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน Gen Y

ลลิตา จันทร์งาม (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยใช้กรอบปัจจัยจูงใจของเฮอร์ซเบิร์ก 5 ด้าน (ความสำเร็จ, การยอมรับ, ความก้าวหน้า, ลักษณะงาน, ความรับผิดชอบ) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดย 4 ด้านมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ความสำเร็จของงาน (r = .720), การได้รับการยอมรับ (r = .702), ความก้าวหน้า (r = .688), และลักษณะของงาน (r = .683) ส่วนความรับผิดชอบสัมพันธ์ระดับปานกลาง (r = .499)

อธิษฐาน ว่องวิวัฒน์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทขนส่งเอกชน (209 คน) ซึ่งส่วนใหญ่ (90.3%) มีอายุช่วง 20-40 ปี (Gen Y) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน (เช่น ความมีอิสระ, ความสำคัญของงาน) และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน (รวมถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ) มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, อายุงาน) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันแตกต่างกัน

รมิตา ประวัติ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา (365 คน) ผลวิจัยพบว่า ความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้าน "ลักษณะงาน" (Beta = 0.388) และ โอกาสก้าวหน้า (Beta = 0.201) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็น 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดยปัจจัยที่ศึกษาสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันได้ร้อยละ 48.0

อภิชาต เวลาเกิด (2566) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (400 คน) ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศองค์กรและความ

จงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยืนยันว่า บรรยากาศองค์กรด้านมาตรฐาน , ความรับผิดชอบ, การสนับสนุน, ความยืดหยุ่น และการยอมรับ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร (Adjusted $R^2 = 0.617$) และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความจงรักภักดีที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานเจเนอเรชัน Y (Generation Y) ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 - 2540 ซึ่งปฏิบัติงานในธุรกิจสถาปนิกที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวณประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 เพื่อความแม่นยำและความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด=5, เห็นด้วยมาก=4, เห็นด้วยปานกลาง=3, เห็นด้วยน้อย=2, เห็นด้วยน้อยที่สุด=1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด=5, เห็นด้วยมาก=4, เห็นด้วยปานกลาง=3, เห็นด้วยน้อย=2, เห็นด้วยน้อยที่สุด=1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบปัจจัยจูงใจที่มีผลความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิกในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เมื่อรับแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequencies)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
5. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
6. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 400 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 มีอายุ 29 - 32 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5, มหาวิทยาลัยรัฐ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และมีรายได้ 20,000-40,000 บาท จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ, ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง, ปัจจัยการได้รับการยอมรับ, ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความภักดีที่มีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพบว่าด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านความตั้งใจรักษาความเป็นสมาชิกองค์กร, ด้านการสนับสนุนและสร้างสรรค์องค์กรให้ดีขึ้น, ด้านความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กร ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ, ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน/โอกาสพัฒนาตนเองจาก, ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับ, ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน, และปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิกในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยจูงใจทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำมีผลมากที่สุด อันดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง, ปัจจัยการได้รับการยอมรับ ,ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน,และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทุกด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ เป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Y ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีอิสระในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา, งานมีความหลากหลาย ไม่น่าเบื่อ, มีความท้าทาย, สอดคล้องกับความถนัด และการได้เห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากงานที่ทำซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา จันทร์งาม (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยใช้กรอบปัจจัยจูงใจของเฮอร์ซเบิร์ก 5 ด้าน (ความสำเร็จ, การยอมรับ, ความก้าวหน้า, ลักษณะงาน, ความรับผิดชอบ) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดย 4 ด้านมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ความสำเร็จของงาน (r = .720), การได้รับการยอมรับ (r = .702), ความก้าวหน้า (r = .688), และลักษณะของงาน (r = .683) ส่วนความรับผิดชอบสัมพันธ์ระดับปานกลาง (r = .499) ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง เป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Y ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พนักงานมีโอกาสในการเติบโตและความก้าวหน้า พัฒนาผ่านการทำงานจริงซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รมิตา ประวัติ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา (365 คน) ผลวิจัยพบว่า ความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้าน "ลักษณะงาน" (Beta = 0.388) และ โอกาสก้าวหน้า (Beta = 0.201) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็น 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดยปัจจัยที่ศึกษาสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันได้ร้อยละ 48.0

ปัจจัยการได้รับการยอมรับเป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Y ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับการยอมรับ เช่นสร้างช่องทางการให้รางวัลและประกาศเกียรติคุณที่ชัดเจน เป็นทางการ และโปร่งใส ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาต เวลาเกิด (2566) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (400 คน) ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศองค์กรและความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยืนยันว่า บรรยากาศองค์กรด้านมาตรฐาน, ความรับผิดชอบ, การสนับสนุน, ความยืดหยุ่น และการยอมรับ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร (Adjusted $R^2 = 0.617$) และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความจงรักภักดีที่แตกต่างกัน ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน ได้รับการยอมรับเป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Y ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็น และสุดท้ายปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงานเช่น พนักงานได้เรียนรู้และแก้ไขข้อผิดพลาดด้วยตนเอง การได้บริหารจัดการงานตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา จันทร์งาม (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยใช้กรอบปัจจัยจูงใจของเฮอร์ซเบิร์ก 5 ด้าน (ความสำเร็จ, การยอมรับ, ความก้าวหน้า, ลักษณะงาน, ความรับผิดชอบ) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดย 4 ด้านมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ความสำเร็จของงาน ($r = .720$), การได้รับการยอมรับ ($r = .702$), ความก้าวหน้า ($r = .688$), และลักษณะของงาน ($r = .683$) ส่วนความรับผิดชอบสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .499$) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน เป็นปัจจัยที่พนักงาน Generation Y ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่พนักงานได้เรียนรู้และแก้ไขข้อผิดพลาดด้วยตนเอง การได้บริหารจัดการงานตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาต เวลาเกิด (2566) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ธ.ก.ส. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (400 คน) ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศองค์กรและความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยืนยันว่า บรรยากาศองค์กรด้านมาตรฐาน, ความรับผิดชอบ, การสนับสนุน, ความยืดหยุ่น และการยอมรับ มีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร (Adjusted $R^2 = 0.617$) และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความจงรักภักดีที่แตกต่าง

2. . ผลการวิเคราะห์ความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก การค้นพบนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รมิตา ประวัติ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา (365 คน) ผลวิจัยพบว่า ความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยด้าน "ลักษณะงาน" (Beta = 0.388) และ "โอกาสก้าวหน้า" (Beta = 0.201) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็น 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดยปัจจัยที่ศึกษาสามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันได้ร้อยละ 48.0

3. ผลการวิเคราะห์ความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจทั้ง 5 ด้าน (ประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ, ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง, ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับ, ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิกในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง (r อยู่ระหว่าง 0.652 ถึง 0.704) การค้นพบนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิษฐาน ว่องวิวัฒน์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทขนส่งเอกชน (209 คน) ซึ่งส่วนใหญ่ (90.3%) มีอายุช่วง 20-40 ปี (Gen Y) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน (เช่น ความมีอิสระ, ความสำคัญของงาน) และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน (รวมถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ) มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, อายุงาน) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันแตกต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ยืนยันว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน (H1), ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับ (H2), ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง (H3), ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ (H4) และปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน (H5) ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ การค้นพบนี้เป็นการตอกย้ำความสำคัญของกลุ่มปัจจัยจูงใจตามทฤษฎีของเฮอร์ซเบิร์ก (Herzberg) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรงรอง โชติธนสกุล (2559) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงาน (Happy Workplace) กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Gen Y) บจก. ไทยเบฟเวอเรจ (286 คน) ผลวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานโดยรวมมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลสำคัญคือ Happy Brain (การพัฒนาตนเอง) และ Happy Soul (ความศรัทธาในงาน) ซึ่งเทียบเคียงได้กับปัจจัยด้านความก้าวหน้าและลักษณะงานวิจัยนี้จึงสนับสนุนว่าการพัฒนาตนเองและคุณค่าของงานส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน Gen Y

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน Generation Y ในธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ ข้อเสนอแนะ คือ ธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานครควรให้ความสำคัญกับ ลักษณะของงานที่ทำ อย่างจริงจัง ผลวิจัยชี้ชัดว่าพนักงานต้องการความเป็นอิสระ ในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา องค์กรจึงควร ลดการควบคุมแบบจู้จี้ และเพิ่มการมอบอำนาจให้พนักงานสามารถบริหารจัดการงานในความรับผิดชอบของตนเองได้มากขึ้น นอกจากนี้ องค์กรต้องสร้าง ความหลากหลายและความท้าทาย ในการทำงาน โดยอาจใช้การหมุนเวียนงานหรือมอบหมายโครงการใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อป้องกันความเบื่อหน่ายและไม่ให้งานซ้ำซากจำเจ สุดท้ายนี้ สิ่งสำคัญคือการเชื่อมโยงให้พนักงานเห็น คุณค่าและผลลัพธ์ ของงานที่ทำ โดยผู้บริหารควรมีกระบวนการที่ทำให้พวกเขาเห็นผลกระทบเชิงบวกของงาน (เช่น การพาไปดูหน้างานที่เสร็จสมบูรณ์ หรือการแบ่งปันคำชมจากลูกค้า) เพื่อให้พนักงานรู้สึกภูมิใจและตระหนักว่างานที่ตนทำนั้นมีความหมาย

2. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน/โอกาสพัฒนาตนเอง ข้อเสนอแนะ คือ ธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานครควรปรับปรุงโดยมุ่งเน้นที่ โอกาสในการเติบโตและความก้าวหน้า องค์กรควรเน้นการพัฒนาผ่านการทำงานจริง โดยออกแบบการมอบหมายงานให้มี ความท้าทาย และให้โอกาสสถาปนิก Gen Y ได้มีส่วนร่วมในโครงการสำคัญๆ เพื่อให้พวกเขารู้สึกว่าได้พัฒนาศักยภาพ นอกจากนี้ ควรจัด โปรแกรมการฝึกอบรมที่เป็นรูปธรรม เพื่อพัฒนาทักษะ และสนับสนุนการศึกษาต่อ ควบคู่กับการสร้าง เส้นทางอาชีพที่ชัดเจนให้พนักงานเห็นอนาคต และเนื่องจากพนักงานยังขาดความเชื่อมั่นว่าผลงานจะนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่ง องค์กรจึง จำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสร้าง ระบบการประเมินผลงานที่โปร่งใส และ สื่อสารให้ชัดเจน ว่าผลการปฏิบัติงานที่ดีจะนำไปสู่ความก้าวหน้าได้อย่างไร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน

3. ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับ ข้อเสนอแนะ คือ ธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรดำเนินการเชิงรุกเพื่อสร้างวัฒนธรรมการได้รับการยอมรับ โดยควรเริ่มจาก สร้างช่องทางการให้รางวัลและประกาศเกียรติคุณที่ชัดเจน เป็นทางการ และโปร่งใส ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้หัวหน้างาน แสดงความชื่นชมผลงานอย่างเปิดเผย จริงใจ และทันท่วงที ที่สำคัญ ผลวิจัยชี้ว่า Gen Y ให้คุณค่ากับการยอมรับที่มีความหมายมากกว่าแค่ตัวเงิน (โบนัส/เงินเดือน) องค์กรจึงควรให้รางวัลในรูปแบบอื่น เช่น การมอบความไว้วางใจให้รับผิดชอบงานสำคัญ หรือ การให้วันหยุดพิเศษ เพื่อชดเชยการทำงานหนัก ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการ Work-Life Balance สุดท้าย องค์กรควรขยายการยอมรับไปสู่ ระดับทีมและเพื่อนร่วมงาน โดยสร้างช่องทางให้พนักงานชื่นชมกันเอง และ เฉลิมฉลองความสำเร็จของโครงการโดยให้เครดิตกับสมาชิกทีมทุกคน

4. ปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงาน ข้อเสนอแนะ คือ ธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรส่งเสริมปัจจัย ความสำเร็จในการทำงาน ซึ่ง Gen Y ให้ความสำคัญโดยสิ่งสำคัญที่สุดคือการ สร้างการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็น องค์กรต้องสร้างช่องทางให้พนักงานแสดงความเห็นอย่างสม่ำเสมอ และ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นนั้นถูกนำไปพิจารณาจริง เพื่อให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่า นอกจากนี้ ควร เชื่อมโยงความสำเร็จส่วนบุคคลเข้ากับความสำเร็จของทีม โดยส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมและฉลองความสำเร็จร่วมกัน องค์กร

ยังต้อง ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ท้าทาย และวัดผลได้ พร้อมให้การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น สุดท้าย ควรมอบหมายงานที่ สร้างคุณค่าและส่งเสริมการเรียนรู้ โดยเป็นงานที่สำคัญและท้าทาย เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาทักษะและความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับเส้นทางอาชีพและความสนใจของพวกเขา

5. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในงาน ข้อเสนอแนะ คือ ธุรกิจสถาปนิก ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรเปิดโอกาสให้พวกพนักงานได้เรียนรู้และแก้ไขข้อผิดพลาดด้วยตนเอง, การได้ บริหารจัดการงานตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ และการ เสนอแนวคิดริเริ่มใหม่ๆ แล้วนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนั้น องค์กรควร สร้างวัฒนธรรมที่ไม่เน้นการตำหนิ เมื่อเกิดข้อผิดพลาด แต่ให้มองว่าเป็นโอกาสในการเรียนรู้ นอกจากนี้ ควรมอบหมายงานให้พนักงาน รับผิดชอบโครงการแบบครบวงจร (End-to-End) เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ ควบคู่กับการ เปิดรับและสนับสนุนให้พนักงานได้ทดลองแนวคิดใหม่ๆ และต้อง ให้อิสระในการตัดสินใจ เลือกวิธีการทำงาน รวมถึง แสดงความไว้วางใจ ด้วยการมอบหมายงานสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง Generation งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่พนักงาน Generation Y การทำวิจัยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อองค์กรระหว่างพนักงาน Generation Y ในการศึกษาครั้งถัดไปสามารถศึกษา Generation อื่นๆตามยุคสมัย (ซึ่งมีลักษณะและความคาดหวังในการทำงานที่แตกต่างกัน ดังที่ระบุไว้ในเอกสาร) ในธุรกิจสถาปนิก จะช่วยให้องค์กรเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของพนักงานแต่ละรุ่น และสามารถวางกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครังนี้ใช้เพียงตัวแปรด้านปัจจัยจูงใจ ตามทฤษฎีของ Herzberg. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุนอื่นๆ เช่น นโยบายบริษัท, สภาพแวดล้อมการทำงาน, ค่าตอบแทน, ความสัมพันธ์กับหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน, หรือวัฒนธรรมองค์กรโดยเฉพาะว่ามีผลต่อความภักดีของสถาปนิก Generation Y อย่างไร ในการวิจัยครั้งต่อไปควรหาปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในด้านนี้ จะให้ภาพที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เนื่องจากบริบทของธุรกิจสถาปนิกมักมีประเด็นเรื่องชั่วโมงการทำงานยาวนาน, ความกดดันสูง และปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ อีกที่เกี่ยวข้อง

3. ศึกษาหรือการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึก เพิ่มเติม เนื่องจากการวิจัยปัจจุบันเป็นเชิงปริมาณ การใช้วิธีการเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม กับสถาปนิก Generation Y จะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับเหตุผลเบื้องหลัง ประสบการณ์ และมุมมองที่ซับซ้อน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะภักดีหรือไม่ภักดีต่อองค์กร. วิธีการนี้จะช่วยเสริมความเข้าใจในผลลัพธ์เชิงปริมาณที่ได้ และสามารถสำรวจประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพันในบริบทเฉพาะของวิชาชีพสถาปนิกได้ละเอียดยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

พิรงรอง โชติธนสกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. (การค้นคว้าอิสระ). วารสารศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รมิตา ประวัติ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา. (งานนิพนธ์). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยบูรพา.

ลลิตา จันทร์งาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. (การค้นคว้าอิสระ) . รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ) : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ รัตนจารุเรือง. (2567). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์). ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยบูรพา.

อธิษฐาน ว่องวิวัฒน์. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย. (สารนิพนธ์. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหิดล

อภิชาต เวลาเกิด. (มิถุนายน 2566). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (วิทยานิพนธ์). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Cochran, W.G. (1953). Sampling techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). The Motivation to Work. John Wiley & Sons.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396.

McClelland, D. C. (1961). The Achieving Society. Van Nostrand.

McGregor, D. (1960). The Human Side of Enterprise. McGraw-Hill.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. Human Resource Management Review, 1(1), 61-89.