

แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน

กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

Work motivation affecting the organizational commitment of Generation Z

private company employees in Bangkok

จุฬาลักษณ์ ประกอบแสง¹

Julalak Prakobsang¹

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ทำงานในบริษัทเอกชน กลุ่ม Generation Z (อายุ 18-28 ปี) และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะการจ้างงาน ประเภทธุรกิจ ประสบการณ์การทำงาน และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน มีอย่างน้อยหนึ่งตัวแปรที่มีอำนาจพยากรณ์ในความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการทำงาน, ความผูกพันต่อองค์กร, Generation Z

¹ คณะบริหารธุรกิจ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Email : 6614122020@rumail.ru.ac.th

ABSTRACT

The objective of this study was to studying Work motivation affecting the organizational commitment of Generation Z private company employees in Bangkok. The objectives are to study work motivation affecting the organizational commitment. The sample is 400 employees working in private companies, Generation Z in Bangkok. Data was collected from a questionnaire and analyzed using statistical methods. The results of the study on personal factors that affect organizational commitment found that personal factors include gender, education, salary, employment type, business type, work experience, statuses which different have no different levels of organizational commitment at statistical significance level of 0.05. And The results of the study on work motivation influencing organizational commitment revealed that at least one work motivation factor could significantly predict organizational commitment at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords : Work motivation, Organizational commitment, Generation Z

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และมีอัตราการลาออกของพนักงานที่สูงขึ้นในหลายๆองค์กรเป็นอย่างมาก องค์กรต่างๆ จึงหันมาเล็งเห็นคุณค่าของศักยภาพในตัวบุคลากร และให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนสำคัญที่ช่วยในการพัฒนา และสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร รวมทั้งการรักษาบุคลากรเหล่านั้นให้สามารถทำงานอยู่ในองค์กรได้ยาวนาน เพื่อให้การทำงานในองค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และเพื่อลดอัตราการลาออกของบุคลากร (HREX.asia, 2562) จึงมีการสร้างแรงจูงใจในการทำงานต่างๆ ขึ้น เพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร เช่น ค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับงานกับตำแหน่ง, นโยบายสวัสดิการ, สภาพแวดล้อมในการทำงาน, ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หัวหน้า ลูกค้า, โอกาสในการเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการได้รับการยกย่องเชิดชู (Sathaporn, 2024)

ในปี 2563 ประชากรกลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นประชากรที่เกิดในปี พ.ศ. 2538-2550 หรือปัจจุบันมีอายุอยู่ที่ 16-28 ปี แต่กลุ่มคนวัยทำงานจะเริ่มนับจากประชากรที่เกิดในปี พ.ศ. 2540-2550

หรือปัจจุบันมีอายุอยู่ที่ 18-28 ปี จากข้อมูลเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 มีจำนวนทั้งหมด 9,266,094 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2568) โดยเริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานในฐานะ First Jobber และเริ่มเข้ามาเป็นกำลังหลักของตลาดแรงงานในประเทศไทย ซึ่งประชากรกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีเป็นอย่างดี สามารถเรียนรู้ได้ไว มองเห็นคุณค่าของตัวเอง มองทุกคนเท่าเทียม และเชื่อในสิ่งที่มีข้อมูลรองรับ ทำให้มีทัศนคติการทำงาน รวมถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตแตกต่างไปจากประชากรกลุ่ม Generation ก่อนหน้าค่อนข้างมาก (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2564) จึงทำให้เกิดข้อถกเถียง และมีข้อวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับกลุ่ม Generation Z ค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดช่องว่างความเข้าใจระหว่างพนักงาน Gen ก่อนหน้า (Generation Baby Boomer, X และ Y) กับ Gen ใหม่ (Generation Z) (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย หรือผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน และเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน Generation Baby Boomer, X, Y กับพนักงาน Generation Z เมื่อเกิดความเข้าใจกันแล้ว ส่งผลให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

1. แรงจูงใจในการทำงาน คือ พลังหรือแรงผลักดันที่ทำให้พนักงานอยากทำงาน โดยมักเกิดจากความรักในงานที่ทำ หรือสิ่งตอบแทน ผลประโยชน์ต่างๆที่ได้รับ
2. ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร การมีความภาคภูมิใจต่อองค์กร การรู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความเต็มใจ และเสียสละเพื่อทำตามเป้าหมายขององค์กร
3. พนักงานเอกชน คือ ผู้ซึ่งทำงานโดยได้รับค่าจ้างในสถานธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่หน่วยราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และมีนายจ้างเป็นเจ้านายหรือผู้ดำเนินการ โดยมีอายุ 18 ปีขึ้นไป (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)
4. Generation Z คือ ประชากรในกลุ่มคนวัยทำงาน และเกิดในปี พ.ศ. 2540-2550 หรือปัจจุบันมีอายุอยู่ที่ 18-28 ปี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย หรือผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน Generation Baby Boomer, X, Y กับพนักงาน Generation Z เมื่อเกิดความเข้าใจกัน และการยอมรับกันแล้ว ส่งผลให้การทำงานในองค์กรเป็นไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายทรัพยากรบุคคลในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรจากการสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ และก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ในการนำไปปรับปรุง และพัฒนานโยบายการ

แนวคิดทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของเฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's two factor theory)

ในตอนแรกเฮิร์ซเบิร์ก และเพื่อนร่วมงานของเขาได้ทำการพัฒนาทฤษฎีที่ว่า ความพึงพอใจและความไม่พอใจกับงานที่ได้รับผลกระทบจากสองปัจจัยที่แตกต่างกัน และด้วยเหตุนี้ทำให้ไม่สามารถวัดความพึงพอใจ และความไม่พอใจในเวลาเดียวกันได้ จึงได้มีการทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานขึ้น เพื่อตัดสินใจว่า ปัจจัยใดในสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือความไม่พอใจ โดยสามารถจำแนกปัจจัยเหล่านี้ออกเป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivation Factors) และปัจจัยด้านสุขอนามัย (Hygiene Factors) ซึ่งปัจจัยด้านแรงจูงใจ จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านสุขอนามัย จะช่วยป้องกันความไม่พอใจที่เกิดจากการทำงาน (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยด้านจูงใจ (Motivation Factors)

ปัจจัยด้านจูงใจ หรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน ถือเป็นปัจจัยภายในของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบด้วย

(1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) คือ การที่บุคคลสามารถทำงานให้สำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง

(2) ลักษณะงานที่ทำ (Work Itself) คือ ความน่าสนใจของงานนั้นๆ ที่ก่อให้เกิดความท้าทายในการทำงาน การใช้ความสามารถ การใช้ความคิด จึงจะทำให้บุคคลารู้สึกพึงพอใจต่องานที่ทำ

(3) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) คือ โอกาสในการเจริญเติบโตในงาน การมีโอกาสนในการเลื่อนขั้น, การขึ้นเงินเดือน และมีโอกาสในการได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มจากการฝึกอบรม

(4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ การได้รับโอกาสในการรับผิดชอบงาน หรือการมีส่วนร่วมในงานที่ได้รับมอบหมาย การได้รับความเชื่อถือจากผู้บังคับบัญชาในการรับผิดชอบงาน

(5) การได้รับการยอมรับ (Recognition) คือ การถูกยอมรับ นับถือจากบุคคลรอบข้าง รวมถึง การได้รับการยกย่องในความสามารถที่มีต่อการทำงาน (Alshmemri, Shahwan and Maude, 2017)

2. ปัจจัยด้านสุขอนามัย (Hygiene Factors)

ปัจจัยด้านสุขอนามัย หรือปัจจัยต่ำจุณ เป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้พนักงานไม่เกิดความไม่พอใจ ต่องาน แต่ไม่ได้เป็นสิ่งจูงใจให้กับบุคลากร และเป็นปัจจัยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ประกอบด้วย

(1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relations) คือ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการ สื่อสารกันในงาน ไม่ว่าจะเป็นกิริยา หรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกัน มีความเข้าใจกันเป็น อย่างดี และการช่วยเหลือกันเมื่อเกิดปัญหา

(2) ค่าตอบแทน หรือเงินเดือน (Salary) คือ ผลตอบแทนที่ทางองค์กรจ่ายให้กับพนักงาน

(3) นโยบาย และการบริหารงาน (Company policies and administration) คือ การจัดการ การบริหารงานในองค์กร การสื่อสารกันภายในองค์กร เช่น ข้อบังคับ วิธีการทำงาน โดยระบุอย่างชัดเจน

(4) การควบคุมดูแล (Supervision) คือ ความรู้ ความสามารถ ความเป็นธรรม และวิธีการ ต่างๆ ที่ทางผู้บังคับบัญชาใช้ในการบริหารงาน ตลอดจนความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการ

(5) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working conditions) คือ สภาพแวดล้อมโดยรอบในการ ทำงาน เช่น การระบายอากาศ แสง เสียง กลิ่น บรรยากาศในการทำงาน (Alshmemri et al., 2017)

2. ทฤษฎีความผูกพันของเบคเกอร์ (Becker's Side-Bet Theory)

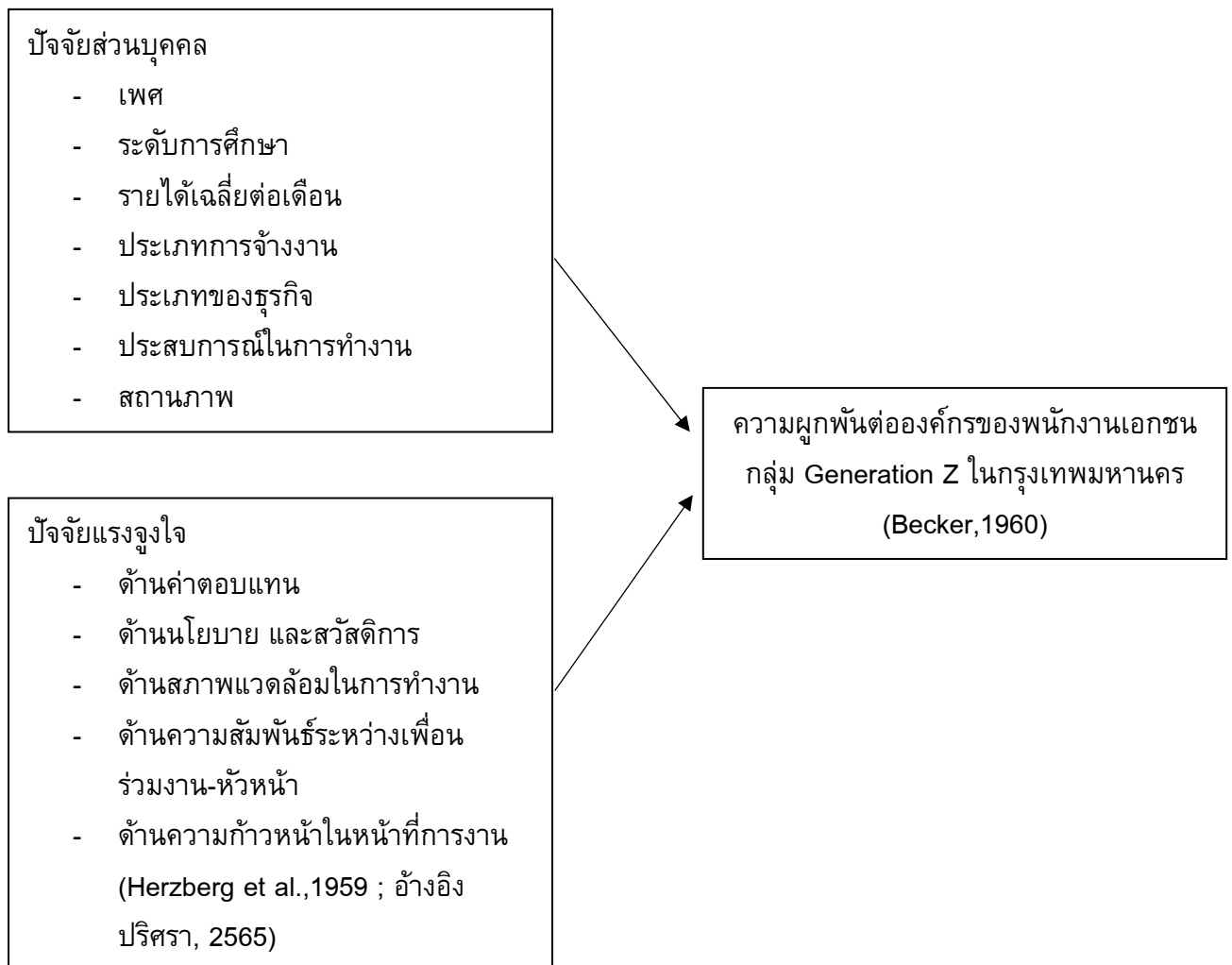
ทฤษฎี Side-bet Theory ของ Becker เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงได้ว่าเป็นพื้นฐานแนวความคิด เรื่องความผูกพันที่มีต่อองค์กร โดยทางเบคเกอร์เองได้ใช้พื้นฐานเกี่ยวกับ Simple Exchange Paradigm ในการสร้าง Side-bet Theory กล่าวคือ การพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นผลมาจากการที่คนเรา เปรียบเทียบว่า ถ้าหากเขาลาออกจากองค์กรไปเขาจะสูญเสียอะไรบ้าง โดยสิ่งที่เกิดขึ้นจากการลงทุน ของบุคคลในองค์กร ได้แก่ เงินเดือน, สวัสดิการ, ตำแหน่งหน้าที่การงาน และระดับความอาวุโสในงาน โดยระดับความสำคัญของการลงทุนจะผันแปรตามมิติระยะเวลา เนื่องจากการที่คนเราเข้าไปทำงานเป็น สมาชิกขององค์กรในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จะก่อให้เกิดการลงทุนที่เรียกว่า “Side-bet” ซึ่งอาจปรากฏในรูป ของกำลังกาย กำลังสติปัญญาที่เสียไป ตลอดจนการยอมรับในการเสียโอกาสบางอย่างไป เช่น โอกาสใน การจะไปทำงานกับองค์กรอื่น เมื่อเป็นดังนั้น บุคคลผู้นั้นย่อมจะหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับผลตอบแทน จากองค์กรในระยะยาว แต่ถ้าเขาลาออกไปก่อนที่จะครบกำหนดเวลา เท่ากับว่า เขาลงทุนร่างกาย แรงใจ และสติปัญญา แต่เขากลับไม่ได้รับผลประโยชน์ที่คุ้มค่า ดังนั้นการที่คนเรานั้นเข้ามาทำงาน หรือเป็นสมาชิก ขององค์กรยิ่งนานเท่าไร เท่ากับการลงทุนของเราจะได้รับการสะสมเพิ่มขึ้น ซึ่งนำมาซึ่งการตัดสินใจที่

ยากลำบากในการตัดสินใจออกจากองค์กร เพราะถ้าหากตัดสินใจลาออกจากองค์กร ย่อมหมายถึงการสูญเสียผลประโยชน์มากกว่าที่จะได้รับ (Becker, H. S. ,1960)

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานเอกชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
2. แรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานที่ทำงานในบริษัทเอกชน กลุ่ม Generation Z (อายุ 18-28 ปี) และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran (1977) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง แต่อย่างไรก็ตามทางผู้วิจัยจะศึกษากลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 ตัวอย่าง เพื่อให้การวิเคราะห์มีผลที่ครอบคลุม และชัดเจน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรอง เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจในการทำงาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กรของ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

โดยมีการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre Test) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Lee J Cronbach, 1951) โดยค่า Cronbach's alpha ที่ยอมรับได้ ควรมากกว่า 0.7 ซึ่งจากผลการทดสอบ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.900 ซึ่งมากกว่า 0.7

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยแบ่งออกเป็น 3 อย่าง คือ 1) การใช้ค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลเชิงพรรณนา 2) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจในการทำงาน และระดับความคิดเห็นของความผูกพันในองค์กร 3) การวิเคราะห์เชิงเชิงอนุมาน โดยการใช้การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ, มีระดับการศึกษาปริญญาตรี, มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-

40,000 บาท, มีลักษณะการจ้างงานแบบประจำ, มีลักษณะการทำงานในประเภทธุรกิจการ, มีประสบการณ์การทำงาน 1-3 ปี และมีสถานภาพโสด

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน-หัวหน้า, ด้านสภาพแวดล้อมในการ และแรงจูงใจที่มีค่าน้อยที่สุด คือด้านนโยบาย และสวัสดิการ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามท่านรักษาชื่อเสียงในทางที่ดีขององค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ข้อคำถามท่านยอมรับ และปฏิบัติตามวัฒนธรรมการทำงานขององค์กร และข้อคำถามที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ท่านไม่คิดจะลาออก แม้จะได้รับข้อเสนอที่เป็นประโยชน์จากองค์กรอื่น

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (F-Test)

จำแนกตามเพศ พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามประเภทการจ้างงาน พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีประเภทการจ้างงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของธุรกิจต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า พนักงานเอกชนกลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม และรายด้าน

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	Std.Error	Beta				Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.487	0.193			12.876	0.000		
1. ด้านค่าตอบแทน	0.045	0.034	0.068		1.356	0.176	0.926	1.080
2. ด้านนโยบาย และสวัสดิการ	0.065	0.027	0.119		2.389	0.017*	0.935	1.070
3. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.039	0.029	0.068		1.348	0.179	0.920	1.087
4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน-หัวหน้า	0.068	0.028	0.122		2.480	0.014*	0.953	1.049
5. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.034	0.034	0.143		2.767	0.006**	0.868	1.152

พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ทั้ง 5 ด้าน มี 3 ด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยด้านที่มีอิทธิพลสูงที่สุด คือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน-หัวหน้า และด้านนโยบาย และสวัสดิการ ตามลำดับ ซึ่งมีค่า Beta เท่ากับ 0.143, 0.122 และ 0.119 ตามลำดับ ซึ่งเป็นด้านที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

สรุป และอภิปรายผล

สรุปผล

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ประเภทของการจ้างงาน, ประเภทของธุรกิจ, ประสบการณ์ในการทำงาน และสภาพที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรต้นปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่สามารถอธิบายสมมูลของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน-หัวหน้า รองลงมา คือ ด้านนโยบาย และสวัสดิการ และที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ยกเว้นตัวแปรต้น ด้านค่าตอบแทน และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนในสมมูลของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

เพศที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากคนกลุ่ม Generation Z มีลักษณะความคิดที่คล้ายคลึงกัน มีการเติบโตมาในสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกัน จึงทำให้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความ

สอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงาน บริษัทเอกชน กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากคนกลุ่ม Generation Z มีลักษณะความคิดที่คล้อยคลึง แม้จะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ก็ยังคงมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงาน บริษัทเอกชน กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลแตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากคนกลุ่ม Generation Z มีการเติบโตมาในสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกัน เจอสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเดียวกัน แม้จะมีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ก็ยังคงมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงาน บริษัทเอกชน กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลแตกต่างกัน

ประเภทการจ้างงานที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากส่วนมากคนกลุ่ม Generation Z มีลักษณะการทำงานในรูปแบบที่คล้ายกัน อย่งการทำงานประจำ เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิต และยังเจอสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเดียวกัน จึงทำให้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญฤตา กุลสรลพร และทศพร มะหะหมัด (2562) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทอนิลา เยม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยพบว่าประเภทพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานบริษัท อนิลา เยมอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด แตกต่างกัน

ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากส่วนมากคนกลุ่ม Generation Z ทำงานในองค์กรที่เกี่ยวกับการผลิตเป็นส่วน

ใหญ่ เพื่อเรียนรู้งานที่ทำหยาบความสามารถ จึงทำให้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชพงศ์ โพธิ์สุวรรณ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพฯ หานคร และปริมณฑล โดยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานในประเภทธุรกิจค้าอุปโภค บริโภค

ประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากส่วนมากคนกลุ่ม Generation Z เพิ่งจะเริ่มเข้าสู่การทำงานในฐานะ First Jobber จึงยังไม่สามารถรู้ได้อย่างแท้จริงว่าตนเองชอบทำงานด้านไหน อีกทั้งยังมีอายุน้อยจึงมีเวลา ในการเรียนรู้ และรับความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากงานประจำ จึงทำให้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความ ผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจน เนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่าระยะเวลาการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผล ต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทเอกชน กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑลแตกต่างกัน

สถานภาพที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 เนื่องจากส่วนมากคนกลุ่ม Generation Z มีลักษณะในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ มีความเคารพตัวเอง สูง ไม่ว่าจะมียสถานภาพโสด หรือสถานภาพสมรส ก็ยังคงมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อ องค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของ พนักงาน บริษัทเอกชน กลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน

2. ผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจในการทำงาน ทำนายได้ว่า ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน-หัวหน้า, ด้าน นโยบาย และสวัสดิการ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบาย ได้ว่า พนักงานกลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เนื่องจาก พนักงานกลุ่ม Generation Z ต้องการการเป็นที่ยอมรับ ต้องการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน ดังนั้น การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และเกิดความเข้าใจกันมากขึ้น จนเกิดความพอใจใน การทำงาน และเกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มุ

อัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่า จากการปฏิบัติงานในบริษัทเอกชน โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นซีที่มีอายุไม่มาก เป็นกลุ่มที่มีความกล้าในการตัดสินใจ ดังนั้น พนักงานกลุ่มนี้จึงชอบการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความสามารถในการทำงาน และมีผู้บังคับบัญชาคอยตรวจสอบเป็นระยะ จะทำให้รู้สึกดีต่อการทำงานมากขึ้น และพนักงานกลุ่ม Generation Z ยังให้ความสำคัญกับด้านนโยบายและสวัสดิการ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เนื่องจากพนักงานกลุ่ม Generation Z มีความต้องการในการสร้างการก้าวหน้าในสายอาชีพ และต้องการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับตัวเอง จึงมีการพัฒนาการเรียนรู้ และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ รวมถึงมีความต้องการในการได้รับสวัสดิการที่เป็นธรรมจากทางองค์กร ซึ่งจะทำให้เกิดความพอใจต่อองค์กร และเกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของอารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา อัมหมัด (2566) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยพบว่า ถ้าทางองค์กรมีการมอบหมายงาน และมอบหมายอำนาจที่ชัดเจน มีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานเป็นไปอย่างยุติธรรม องค์กรมีการสื่อสารนโยบายการบริหารงานให้พนักงาน มีความรู้ ความเข้าใจในนโยบายของบริษัท จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกถึงความเป็นธรรมในการทำงาน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ แรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

(1) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเอกชน กลุ่ม Generation Z ในกรุงเทพมหานครได้ถูกต้อง ได้เพียงร้อยละ 7.9 ซึ่งเป็นค่าการพยากรณ์ที่ค่อนข้างต่ำ บ่งบอกถึงว่าแบบจำลองการถดถอยไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้อย่างเหมาะสม หรืออาจมีตัวแปรอิสระที่ไม่จำเป็นจำนวนมาก ควรมีการปรับปรุงโดยการลดจำนวนตัวแปรที่จำเป็น การเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง หรือการเลือกใช้ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

(1) การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่น ขยายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาหรือขยายพื้นที่ในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่อาจจะแตกต่างกัน และมีความหลากหลายมากขึ้น

(2) ควรศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านอื่นๆ เพิ่มเติม ที่คาดว่าจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับ ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งของทฤษฎีแรงจูงใจของเฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก

(3) ควรมีการศึกษาปัญหาเชิงลึก ของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากการถามคำถามปลายเปิด หรือการสัมภาษณ์ในประเด็นที่สนใจมาศึกษาเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2567). โลกการทำงานของ 'Gen Z' ทำไมองค์กรชอบาย เป็นตัวปัญหา...จริงหรือ!!.

สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com>.

ขวัญฤตา กุลสวัสดิ์พร และทศพร มะหะหมัด. (2562). แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทออนไลน์ เอม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. วารสารวิจัยรำไพพรรณี. 13(2), 102-110.

เดชพงศ์ โพธิ์สุวรรณ. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

ธัญลักษณ์ สุขงาม. (2560). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท เอ็มอาร์เอ็นจีเนียร์ริ่ง เซอร์วิส จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.

ปริศรา ธานีใหญ่. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน Generation Z. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะบริหารธุรกิจ.

ปารมี ตันติพานิช. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่น Z บริษัท เบ็นซ์มาร์ค อิเลคทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). วารสารมหาวิทยาลัย คริสเตียน. 30(1), 65-76.

เพชรวิภา ช่างเก็บ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

มินตรา เภาแก้ว. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน GEN Z ในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการบัญชี

ราชบัณฑิตยสถาน. (2560). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

- สำนักบริหารการทะเบียน. (2567). สถิติประชากร. สืบค้นจาก <https://stat.bora.dopa.go.th>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2564). รายงานสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจ การแรงงานระหว่างประเทศ และการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ ไตรมาสที่ 4/2564. สืบค้นจาก <http://warning.mol.go.th>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). คำจำกัดความโครงการ : สถานภาพการทำงาน. สืบค้นจาก <https://statstd.nso.go.th>.
- อารีรัตน์ เสสตะญาติ และกฤษฎา มูฮัมหมัด. (2566) ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 13(2). 161-176.
- Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2003). The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process. *Journal of Management*, 29(1), 99-118.
- Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). Herzberg's two-factor theory. *Life Science Journal*, 14(5), 12-16.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66, 32-40.
- Beresford Research. (2025). ช่วงอายุตามรุ่น. สืบค้นจาก <https://www.beresfordresearch.com>
- Herzberg, F. I., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). The motivation to work (2nd ed.). New York: John Wiley.
- HREX.asia. (2562). สิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานคืออะไร. สืบค้นจาก <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/whyimportantmotivation>.
- Jones, T. L. (2011). Effects of motivating and hygiene factors on job satisfaction among school nurses. Walden University.
- Kanter, R. M, (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in utopian communities. *American Sociological review*, 33(4), 499-517.
- Mowday, R., Porter, L. and Steers, R. (1982). Employee Organization Linkages: The Psychology of Commitment, *Absenteeism, and Turnover*. Academic Press, New York.
- Sathaporn Manee. (2025). ปลุกไฟในใจพนักงานด้วยทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg. สืบค้นจาก <https://warinmed.wordpress.com>.