

บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Organizational Climate and Job Satisfaction Influencing Organizational Commitment
of Generation Y Employees Working in the Consumer Goods Industry Listed on the
Stock Exchange of Thailand

ณรินทร์ทิพ วงษ์ลูนบุตรดา^{1*} และเพ็ชร คชรัตน์²

^{1,2}สาขาการจัดการการบิน วิทยาลัยการบิน การศึกษาและวิจัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Narinthip Vongloonbooutda^{1*} and Petch Kotcharad²

^{1,2}Department of Aviation Management, College of Aviation Education and International Research,
Nakhon Phanom University, Thailand

*Corresponding author: Narinthiploon@gmail.com

Received: September 13, 2024 / Revised: 19 October 30, 2024 / Accepted: November 7, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 4-6 ปี บรรยากาศองค์กรโดยภาพรวม อยู่ในระดับดี ความพึงพอใจในงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานด้วยสถิติ Multiple regression analysis พบว่า บรรยากาศองค์กร และความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: บรรยากาศองค์กร; ความพึงพอใจในงาน; ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

The objectives of this research are: 1) to study the demographic characteristics, organizational climate, job satisfaction, and organizational commitment of Generation Y employees working in the consumer goods industry listed on the Stock Exchange of Thailand; and 2) to analyze the influence of organizational climate and job satisfaction on organizational commitment among Generation Y employees in this sector. The sample for this study consists of 400 Generation Y employees working in the consumer goods industry listed on the Stock Exchange of Thailand. We conducted descriptive data analysis using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results show that the majority of the respondents are female, hold a bachelor's degree, have an average monthly income of 40,001 Baht or more, and have been working for 4–6 years. Overall, the respondents rated the organizational climate as good, job satisfaction as high, and organizational commitment as high. Moreover, inferential analysis using multiple regression revealed that organizational climate and job satisfaction significantly influence the organizational commitment of Generation Y employees in the consumer goods industry listed on the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Organizational Climate; Job Satisfaction; Organizational Commitment

1. บทนำ

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยีที่รวดเร็วและซับซ้อน องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดในระยะยาว การบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบันต้องคำนึงถึงการบริหารทรัพยากรที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรบุคคล (man) การเงิน (money) วัสดุ (material) และการจัดการ (Management) โดยเฉพาะทรัพยากรบุคคลที่ถือเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนองค์กร ด้วยความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ดังนั้น การรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จในระยะยาว (Rossenberg et al., 2022)

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรในองค์กร (organizational commitment) นั้น ไม่ได้จำกัดเพียงการบริหารจัดการทั่วไป แต่ยังครอบคลุมถึง ปัจจัยเชิงลึกที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของบุคลากร (Nelson et al., 2020) เช่น บรรยากาศองค์กร (organizational climate) และความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกที่ บุคลากรเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และมีคุณค่าในการร่วมสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร การศึกษาก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่า บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มพนักงานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นกำลังแรงงานสำคัญในปัจจุบัน (Hikmat et al., 2023) พนักงานเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งครอบคลุมช่วงอายุระหว่าง 23-38 ปี เป็นกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะตัวด้านการงานที่ต้องการความยืดหยุ่น ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจภายในองค์กร (Magni & Manzoni, 2020) การรักษาความผูกพันของบุคลากรกลุ่มนี้ ถือเป็นความท้าทาย เนื่องจากความคาดหวังต่อองค์กร และแนวทางการทำงาน ที่แตกต่างไปจากเจนเอเรชั่นก่อนหน้า (Vihavainen, 2024) การที่ไม่สามารถ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างความผูกพันของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย อาจส่งผลให้เกิดอัตราการลาออกที่สูงขึ้น (บริษัท แบรินด์ เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด, 2565) และเพิ่มต้นทุนในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ อย่างมีนัยสำคัญ (AZZAM M.A., & HARSONO, 2021)



ในบริบทของอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พนักงานเจนอเรชั่นวาย มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่ไม่หยุดนิ่ง (Setiono et al., 2019) ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ในกลุ่มนี้จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และความคาดหวังของพนักงาน (Muda & Fook, 2020) แต่ในปัจจุบันยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจน เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานเจนอเรชั่นวายในบริบทของอุตสาหกรรมนี้

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจถึงอิทธิพล ของบรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงาน ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานเจนอเรชั่นวาย ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลลัพธ์จากการวิจัยจะช่วยให้ผู้บริหารองค์กร สามารถพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม กับพนักงานเจนอเรชั่นวาย อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความผูกพันที่ยั่งยืน ลดอัตราการลาออก และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 บรรยากาศองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนอเรชั่นวาย โดยมีบรรยากาศองค์กร และความพึงพอใจในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่าน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การทำความเข้าใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จะช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบ กลยุทธ์เพื่อการรักษาบุคลากร (talent retention) โดยเฉพาะในกลุ่มเจนอเรชั่นวาย ซึ่งมีแนวโน้มในการย้ายงานบ่อย หากไม่รู้ลึกถึงความผูกพันต่อองค์กร
2. การศึกษาเรื่องบรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจในงานในกลุ่มเจนอเรชั่นวายจะช่วยให้องค์กรมีข้อมูลที่มีคุณค่า สำหรับการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในตลาดแรงงาน
3. ข้อมูลจากการวิจัย จะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจ ถึงความสำคัญของบรรยากาศองค์กร และความพึงพอใจในงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนอเรชั่นวาย ทำให้สามารถออกแบบ นโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการสร้างความพึงพอใจในงานได้อย่างเหมาะสม
4. องค์กรที่สามารถรักษาและพัฒนาบุคลากรได้ดี จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด เนื่องจากพนักงานที่มีความผูกพันและพึงพอใจจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรในแง่ของประสิทธิภาพและนวัตกรรม

2. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร

ในอดีตที่ผ่านมา มีนักวิชาการหลายคน ได้ให้นิยามเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร (Organizational Climate : OC) อาทิ Suprayitno & Hermawan (2022) กล่าวว่า บรรยากาศองค์กร หมายถึง บรรยากาศภายในขององค์กร ที่สมาชิกในองค์กรได้รับรู้ ในระหว่างการดำเนินกิจกรรม เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับ Soetjipto et al. (2020) อธิบายว่า บรรยากาศองค์กร เป็นการรับรู้ของ เกี่ยวกับคุณภาพของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร อันเป็นสิ่งที่รู้สึกร่วมกัน และส่งผลต่อพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน บรรยากาศภายในองค์กร เป็นสิ่งที่ค่อนข้างคงทน และเป็นลักษณะเฉพาะขององค์กร ที่ได้รับการรับรู้จากสมาชิก โดยบรรยากาศองค์กร ที่เอื้ออำนวยจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในงานของ โดยสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ดี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจริง (Mendoza-Vargas et al., 2022) นอกจากนี้ Suprayitno & Hermawan (2022) อธิบายว่า บรรยากาศองค์กร เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่รับรู้ และมีอิทธิพล ต่อทัศนคติและพฤติกรรม และได้เพิ่มการวิเคราะห์องค์ประกอบเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) โครงสร้างองค์กร (2) ความรับผิดชอบ (3) รางวัล (4) ความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน (5) ความอบอุ่น (6) การสนับสนุน (7) มาตรฐานการปฏิบัติงาน (8) ความขัดแย้ง (และ) (9) การระบุด่วน

จากนิยามของบรรยากาศองค์กรข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ สังคม และจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของ เป็นสิ่งที่รับรู้ และมีประสบการณ์ร่วมกัน ในองค์กร เช่น นโยบาย วิถีปฏิบัติงาน ค่านิยม บรรยากาศการทำงาน นอกจากนี้ บรรยากาศองค์กรที่ดี จะส่งผลให้มีแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการปฏิบัติงานที่ดี ตลอดจน การประเมินบรรยากาศองค์กร จะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจประสบการณ์และความรู้สึกของมากขึ้น และบรรยากาศองค์กรที่ดี จะนำไปสู่ประสิทธิภาพและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น บรรยากาศองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ ที่มีผลต่อพฤติกรรม และผลการปฏิบัติงานของ ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและพยายามสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมเพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน

ในอดีตที่ผ่านมา มีนักวิชาการหลายคน ได้ให้นิยามเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction: JS) อาทิ Ramirez et al. (2024) อธิบายว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง การรับรู้และทัศนคติของที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น สภาพการทำงาน ภาระงาน การสนับสนุนจากผู้บริหาร การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และค่าตอบแทน Murwidiastomo (2021) อธิบายว่า ความพึงพอใจในงานเป็นปฏิกิริยาทางสติปัญญาหรืออารมณ์ของที่มีต่อแง่มุมต่างๆ ของงานของตน โดยที่มีระดับความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ดีจะมีทัศนคติที่ดีต่องานของตน ในขณะที่ที่ไม่พึงพอใจกับงานของตนจะมีพฤติกรรม ที่ไม่ดีต่องานของตน นอกจากนี้ Ramirez et al. (2024) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจในงาน เป็นการสะท้อนการรับรู้ และทัศนคติของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานของตน ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยปัจจัยหลายอย่าง โดยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของ มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (relationship with supervision) (2) สถานที่ทำงานทางกายภาพ (physical work space) (3) ความสำเร็จในอาชีพ (professional fulfillment) และ (4) การฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ (training and decision-making opportunities)

จากนิยามของความพึงพอใจในงานข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกของที่มีต่องานของตนเอง ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งทัศนคติเหล่านี้ เกิดจากการประเมินหรือการรับรู้ของต่อองค์ประกอบต่างๆ ในงาน ทั้งด้านลักษณะงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ผลตอบแทน โอกาสก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ฯลฯ โดยที่มีความพึงพอใจในงานสูง มักจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดงานน้อย และมีแนวโน้มที่จะทำงานกับองค์กรนั้นต่อไป ในทางกลับกันความไม่พึงพอใจอาจนำไปสู่ปัญหาการขาดงาน ประสิทธิภาพการทำงานลดลง หรือการลาออกจากงานในที่สุด



แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ในอดีตที่ผ่านมา มีนักวิชาการหลายคน ได้ให้นิยามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment หรือ OC) อาทิ Sihombing & Iqbal (2024) อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับความรู้สึกผูกพันหรือการมีส่วนร่วมของกับองค์กรนั้น ๆ ในรูปแบบของความปรารถนา ความต้องการ และความรับผิดชอบต่อองค์กร Laila et al. (2022) อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่เป็นลักษณะเฉพาะของความสัมพันธ์ ระหว่างสมาชิกกับองค์กร และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคล ในการดำรงสมาชิกภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงทัศนคติของความจงรักภักดีและความเต็มใจที่จะทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อองค์กร นอกจากนี้ Nelson et al. (2020) อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นรูปแบบของการแสดงออกทางพฤติกรรมของ ต่องานที่ตนเองครอบครอง ความผูกพันเป็นรูปแบบหนึ่งของการระบุตัวตนของสถานการณ์ของ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรแห่งนั้น และเป้าหมายและความปรารถนาในการรักษาสมาชิกภาพขององค์กรนั้น ซึ่งมี 3 องค์ประกอบได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก (affective commitment) ความผูกพันต่อเนื่อง (continuance commitment) ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม (normative commitment)

จากนิยามของความผูกพันต่อองค์กรข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกที่มีต่อองค์กร แสดงออกถึงความจงรักภักดี การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร และความปรารถนาที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร เพื่อลดอัตราการลาออก การขาดงาน ช่วยรักษาที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญ ในการดำรงรักษา เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

Sonarita et al. (2019) อธิบายว่า บรรยากาศองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความผูกพันของต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Seyyedmoharram et al. (2019) พบว่า บรรยากาศองค์กรที่ดี มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ หากรับรู้ถึงบรรยากาศองค์กรที่ดี เช่น มีการสนับสนุน มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น และมีแนวโน้มเกิดการเหนี่ยวนำจากการทำงานน้อยลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Imron et al. (2020) พบว่า บรรยากาศองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวก ต่อความผูกพันของต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่า ยิ่งองค์กรสามารถสร้างบรรยากาศองค์กร ที่ดีขึ้นเท่าใด ก็จะแสดงความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้ Nelson et al. (2020) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลกระทบเชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cahyono et al. (2020) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลกระทบเชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurfitriyana & Muafi (2023) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ บุคคลที่มีความพึงพอใจในงานสูง จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น และบุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง จะมีความพึงพอใจในงานมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Muhsinin et al. (2023) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลกระทบเชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร ของอาจารย์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่า เมื่ออาจารย์มีระดับความพึงพอใจในงานสูง จะส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์เพิ่มขึ้นด้วย ในทางกลับกัน เมื่อระดับความพึงพอใจในงานของอาจารย์ต่ำลง ก็จะส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ลดลง

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเจนเนอเรชันวาย

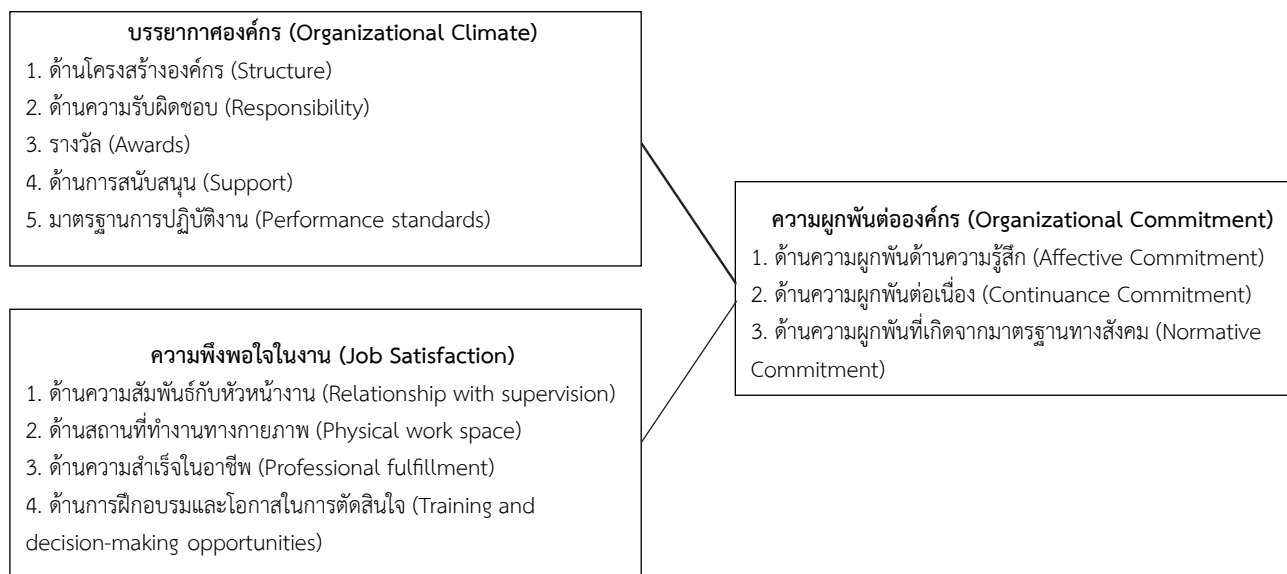
กลุ่มเจนเนอเรชันวาย เป็นกลุ่มคนที่เกิดในปี ค.ศ. 1980 - 1996 ในช่วงที่เทคโนโลยี มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว กลุ่มนี้จะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ตามภูมิภาค สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กลุ่มนี้ จะมีความคุ้นเคยกับการสื่อสาร สื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะทำให้เป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์ ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีความตื่นตัวและมีผลิตภาพสูง โดยกลุ่มนี้จะนำเทคโนโลยี มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในทุกด้าน (Ramli et al., 2020) แม้ว่ากลุ่มนี้ จะคุ้นเคยกับเทคโนโลยีมาตลอดชีวิต แต่ก็ยังถูกจำกัดเรื่องความแตกต่างของเวลา สำหรับองค์กรระดับโลก กล่าวคือ

ความแตกต่างของเวลา สภาพแวดล้อมการทำงานที่จำกัด และการทำงานที่มีความยืดหยุ่นน้อย อาจส่งผลให้เกิดการขาดสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว รวมถึงปัญหาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร (Afff, 2019)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มเจเนอเรชันวาย ต้องการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ให้ความสำคัญกับงานที่มีความหมาย ทำหาย มีโอกาสเรียนรู้และพัฒนา ดังนั้น องค์กรที่มุ่งรักษากลุ่มเจเนอเรชันวาย ให้ผูกพันต่อองค์กร ควรมีผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจ มีบรรยากาศการทำงานที่ยืดหยุ่น และมีการมอบหมายงานที่น่าสนใจ ทำหาย รวมถึงมีโอกาสนำหน้าในสายอาชีพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจเนอเรชันวาย ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ ตัวแปรต้น ได้แก่ บรรยากาศองค์กร (organizational climate) พัฒนาแนวคิดมาจากงานวิจัยของ (Suprayitno & Hermawan, 2022) และความพึงพอใจในงาน พัฒนาแนวคิดมาจากงานวิจัยของ (Ramirez et al., 2024) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร พัฒนาแนวคิดมาจากงานวิจัยของ (Muhsinin et al., 2023)



นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บรรยากาศองค์กร หมายถึง บรรยากาศภายในองค์กรที่บุคลากรในองค์กรได้รับรู้ ในระหว่างการดำเนินกิจกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร
2. ความพึงพอใจในงาน หมายถึง การรับรู้และทัศนคติของบุคลากรที่มีต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน
3. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับความรู้สึกผูกพันหรือการมีส่วนร่วมของบุคลากรกับองค์กรนั้น ๆ
4. อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค หมายถึง กลุ่มบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าของผู้ใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (2) กลุ่มสินค้าของผู้ใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน และ (3) กลุ่มสินค้าแฟชั่น

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจเนอเรชันวาย ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) การศึกษาแบบตัดขวาง (cross-sectional study) ด้วยวิธีการสำรวจ (survey research method) ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียด ในเรื่องกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร การสุ่มตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 63 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สามารถใช้สูตร Bluman, A. G. (2012) ซึ่งเป็นสูตรที่เหมาะสมสำหรับการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากประชากรไม่จำกัดจำนวนหรือกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรชัดเจน โดยสูตรคือ:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p)}{e^2}$$

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่น (Confidence level) จากตาราง Z เช่น:

P คือ อัตราส่วนความน่าจะเป็นที่ปรากฏ (ซึ่งถ้าไม่ทราบค่า p ให้ตั้งค่าไว้ที่ 0.5 เพื่อใช้ค่าอนุรักษ์นิยม)

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Margin of error) เช่น 0.05 หรือ 5%

จากการวิจัยครั้งนี้ ต้องการขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% (e = 0.05) โดยตั้งค่า p = 0.5 จะคำนวณได้ ดังนี้:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือ 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการวิจัยโดยการแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยแบบสอบถาม 1 ฉบับแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-list) ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยใช้มาตรวัดตัวแปรเป็น มาตรนามบัญญัติ (nominal scale) และมาตรจัดลำดับ (ordinal scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านโครงสร้างองค์กร (2) ด้านความ รับผิดชอบ (3) ด้านรางวัล (4) ด้านการสนับสนุน (5) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีคำถามจำนวน 20 ข้อ โดยคำถามเกี่ยวกับ บรรยากาศองค์กร นำเสนอแจกแจงในรูปของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักเกณฑ์ แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 = ดีที่สุด 3.51- 4.50 = ดี 2.51-3.50 = พอใช้ 1.51-2.50 = แย่ 1.00-1.50 = แย่ที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (2) ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ (3) ด้านความสำเร็จในอาชีพ และ (4) ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ มีคำถาม จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก (2) ด้านความผูกพันต่อเนื่อง และ (3) ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม มีคำถามจำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 2-4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale มี 5 ระดับ และส่วนที่ 3-4 คำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร นำเสนอแจกแจงในรูปของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51- 4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

2.2 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความตรง (validity) และความเที่ยง (reliability) ดังนี้

1. ความตรง (validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ ผู้เชี่ยวชาญ ในการพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording) เพื่อนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงโดยแต่ละคำถามจะต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1997)

2. ความเที่ยง (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (try-out) จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง กับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษา เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ด้วยการใช้อนุสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ที่ได้นำเสนอไว้ คือ ค่าแอลฟา (α) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Nunnally, 1978) ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มี ความน่าเชื่อถือซึ่งจากเครื่องมือการ วิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ค่าความเชื่อมั่น $\alpha = 0.909$ ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ จึงนำเอาแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



3. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนุมาน ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบบรรยากาศองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

สมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

กรณีที่จำนวนข้อมูลตัวอย่างที่นำมาใช้ในการพยากรณ์มีจำนวนน้อย ($n < 30$) การพิจารณาค่า R^2 ที่ได้จากการคำนวณจะมีค่าสูงเกินความเป็นจริง เพื่อขจัดปัญหานี้จึงมีการปรับแก้ค่า R^2 โดยเรียกว่าค่า R^2 ที่ปรับปรุงแล้ว (Adjust R^2)

การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระเพื่อไม่ให้มีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไป (multicollinearity)

1. ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยกันเองต้องไม่เกิน 0.7
2. ค่า VIF (Variance inflation factor) ต้องน้อยกว่า 10
3. ค่า Tolerance ต้องมากกว่า 0.1
4. ค่า Autocorrelation หรือ Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5
5. ระดับความสัมพันธ์ของค่า R

0.00 - 0.19: ความสัมพันธ์มีน้อยหรือไม่มีเลย

0.20 - 0.39: ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

0.40 - 0.59: ความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

0.60 - 0.79: ความสัมพันธ์ในระดับสูง

0.80 - 1.00: ความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

4. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการคำนวณหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมา เพศชาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 4-6 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7-10 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มากกว่า 10 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร นำเสนอแจกแจงในรูปของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51- 4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ พบว่า บรรยากาศองค์กรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.18 คือ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณา อันดับความสำคัญของบรรยากาศองค์กร พบว่า ด้านโครงสร้างองค์กร มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.38 คืออยู่ในระดับดีที่สุด รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ด้านรางวัล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.26 คืออยู่ในระดับดี อันดับที่ 3 คือ ด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.33 คืออยู่ในระดับดี อันดับที่ 4 คือ ด้านการสนับสนุน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.24 คืออยู่ในระดับดี และอันดับที่ 5 คือ ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.30 คืออยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ความพึงพอใจในงานโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.21 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา อันดับความสำคัญของความพึงพอใจในงาน พบว่า ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.32 คืออยู่ในระดับมากรองลงมาอันดับที่ 2 คือ ด้านความสำเร็จในอาชีพ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.33 คืออยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.30 คืออยู่ในระดับมาก และ อันดับที่ 4 คือ ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.30 คืออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.24 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา อันดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ด้านความผูกพันต่อเนื่อง มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.26 คืออยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.49 คืออยู่ในระดับมาก และ อันดับที่ 3 คือ ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.28 คืออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบบรรยากาศองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตาราง 1

ทดสอบบรรยากาศองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรต่าง ๆ	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig.	Collinearity statistics	
	β	Standard Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.765	0.218		3.515***	0.000		
1. ด้านโครงสร้างองค์กร (x_1)	0.239	0.023	0.368	10.311***	0.000	0.981	1.019
2. ด้านความรับผิดชอบ (x_2)	-0.104	0.028	-0.141	-3.682***	0.000	0.847	1.181
3. ด้านรางวัล (x_3)	0.188	0.038	0.199	4.889***	0.000	0.757	1.320
4. ด้านการสนับสนุน (x_4)	0.079	0.043	0.077	1.841	0.066	0.712	1.404
5. ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน (x_5)	0.397	0.034	0.484	11.561***	0.000	0.712	1.405
R	R²	Adjusted R²	SE (est.)	F	Sig.	Durbin-Watson	
0.712*	0.508	0.501	0.17511	81.243***	0.000	0.733	

*** P-value $\leq$ 0.001

จากตารางที่ 1 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า ตัวแปร ต่าง ๆ ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจาก Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) ด้านโครงสร้างองค์กร (2) ด้านความรับผิดชอบ (3) ด้านรางวัล (4) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน และตัวแปรตาม มีค่าเท่ากับ 0.712 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ความผูกพันต่อองค์กร (R^2) เท่ากับ 0.508 หมายความว่า ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ขึ้นอยู่กับ (1) ด้านโครงสร้างองค์กร (2) ด้านความรับผิดชอบ (3) ด้านรางวัล (4) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ร้อยละ 50.80 ส่วนค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.501 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม เมื่อขจัดอิทธิพลของค่า R^2 ที่เกิดจากจำนวนตัวอย่าง (1) ด้านโครงสร้างองค์กร (2) ด้านความรับผิดชอบ (3) ด้านรางวัล (4) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ได้ร้อยละ 50.10 และมีค่า SE (est.) เท่ากับ 0.175 หน่วย หมายความว่า ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการประมาณค่าที่เกิดจากการใช้โมเดลนี้จะมีค่าเท่ากับ 0.175 หน่วย โดยมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 81.243 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เข้าสมการข้อมูลดิบ (Unstandardized coefficients) ได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

$$Y = 0.765^{***} + 0.239 (x_1)^{***} - 0.104 (x_2)^{***} + 0.188 (x_3)^{***} + 0.397 (x_5)^{***}$$

เข้าสมการมาตรฐาน (Standardized coefficients) ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.368 (x_1)^{***} - 0.141 (x_2)^{***} + 0.199 (x_3)^{***} + 0.484 (x_5)^{***}$$

สมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตาราง 2

ทดสอบความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรต่าง ๆ	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig.	Collinearity statistics	
	β	Standard Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.999	0.169		5.912***	0.000		
1. ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (x_1)	0.169	0.041	0.211	4.114***	0.000	0.416	2.406
2. ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ (x_2)	0.135	0.029	0.168	4.582***	0.000	0.815	1.226
3. (3) ด้านความสำเร็จในอาชีพ (x_3)	0.385	0.040	0.514	9.662***	0.000	0.385	2.598
4. ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ (x_4)	0.084	0.030	0.112	2.842**	0.005	0.708	1.412
R	R^2	Adjusted R^2	SE (est.)	F	Sig.	Durbin-Watson	
0.754*	0.569	0.565	0.16360	130.442	0.000*	0.335	

** P-value $\leq$ 0.01

จากตารางที่ 1 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า ตัวแปร ต่าง ๆ ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจาก Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร และผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (2) ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ (3) ด้านความสำเร็จในอาชีพ และ (4) ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ และตัวแปรตาม มีค่าเท่ากับ 0.754 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ความผูกพันต่อองค์กร (R^2) เท่ากับ 0.569 หมายความว่า ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ขึ้นอยู่กับ (1) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (2) ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ (3) ด้านความสำเร็จในอาชีพ และ (4) ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ ร้อยละ 56.90 ส่วนค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.565 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม เมื่อขจัดอิทธิพลของค่า R^2 ที่เกิดจากจำนวนตัวอย่าง (1) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (2) ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ (3) ด้านความสำเร็จในอาชีพ และ (4) ด้านการฝึกอบรมและโอกาสในการตัดสินใจ สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ได้ร้อยละ 56.50 และมีค่า SE (est.) เท่ากับ 0.16360 หน่วย หมายความว่า ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานจากการประมาณค่าที่เกิดจากการใช้โมเดลนี้จะมีค่าเท่ากับ 0.16360 หน่วย โดยมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 130.442 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เข้าสมการข้อมูลดิบ (Unstandardized coefficients) ได้ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

$$Y = 0.999^{***} + 0.169(x_1)^{***} + 0.135(x_2)^{***} + 0.385(x_3)^{***} + 0.084(x_4)^{**}$$

เข้าสมการมาตรฐาน (Standardized coefficients) ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.211(x_1)^{***} + 0.168(x_2)^{***} + 0.514(x_3)^{***} + 0.112(x_4)^{**}$$

6. อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบบรรยากาศองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บรรยากาศองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านโครงสร้างองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร มีค่าเบต้าสูงที่สุด กล่าวคือ โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนและเป็นระบบ ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงและเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของตน ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น โครงสร้างที่ดีอาจรวมถึงความชัดเจนในการสื่อสาร การแบ่งหน้าที่ที่เหมาะสม และการมีขั้นตอนการดำเนินงานที่โปร่งใส สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aminyan (2019) พบว่า บรรยากาศองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความผูกพันต่อองค์กรของ อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อองค์กรสามารถสร้างบรรยากาศองค์กรที่ดี เช่น การมีความสัมพันธ์ที่ดี การมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม จะส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้น นอกจากนี้ บรรยากาศองค์กรด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร กล่าวคือ พนักงานที่รู้สึกว่ามีความรับผิดชอบมากเกินไป หรือรู้สึกว่าภาระงานเกินกำลัง อาจนำไปสู่ความเครียด ความเหนื่อยล้า และในที่สุดอาจทำให้พนักงานรู้สึกท้อแท้หรือไม่ผูกพันกับองค์กร การบริหารจัดการความรับผิดชอบที่ไม่เหมาะสมอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ลดทอนความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nejati et al. (2020) พบว่า บรรยากาศองค์กรด้านความรับผิดชอบมีผลกระทบเชิงลบต่อ ความผูกพันต่อองค์กร กล่าวคือ เมื่อพนักงานได้รับผิดชอบงานมากเกินไป สามารถทำให้เกิดความเครียดและความเหนื่อยล้า ผลที่ตามมา คือ พนักงานอาจเริ่มมีความคิดที่จะลาออกหรือลดระดับของความผูกพันต่อองค์กร



อย่างไรก็ตาม บรรยายาสององค์กรด้านการสนับสนุน พบว่า ด้านการสนับสนุนไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แสดงว่าการสนับสนุนจากองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้ความช่วยเหลือ การให้คำปรึกษา หรือการให้ทรัพยากร อาจไม่ได้มีผลกระทบโดยตรง ต่อการสร้างความผูกพันของพนักงานกับองค์กร ซึ่งอาจเป็นเพราะพนักงานไม่ได้เห็นว่า การสนับสนุนนี้เป็นปัจจัยหลักในการสร้างความผูกพัน หรือลักษณะของการสนับสนุนนั้นอาจไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของพนักงาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบความพึงพอใจในงาน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันวายมักให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในชีวิตการทำงาน ซึ่งรวมถึงการได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากองค์กร เมื่อพวกเขาารู้สึกว่าได้รับการยอมรับและการสนับสนุนอย่างเต็มที่ในงานของตน ความพึงพอใจนั้นจะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เพราะพวกเขามองว่าองค์กรให้คุณค่าและมีส่วนช่วยในการสร้างเสริมชีวิตและความสำเร็จของพวกเขา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurfitriyana & Muafi (2023) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ บุคคลที่มีความพึงพอใจในงานสูง จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น และบุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง จะมีความพึงพอใจในงานมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Muhsinin et al. (2023) พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีผลกระทบเชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร ของอาจารย์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่า เมื่ออาจารย์มีระดับความพึงพอใจในงานสูง จะส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์เพิ่มขึ้นด้วย ในทางกลับกัน เมื่อระดับความพึงพอใจในงานของอาจารย์ต่ำลง ก็ส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suroya et al. (2023) พบว่า ความพึงพอใจในงานมีผลกระทบเชิงบวก ต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่า โรงแรม 4 ดาว ที่มีความพึงพอใจในงานสูง จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงเช่นกัน

7. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า บรรยายาสององค์กร ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น องค์กรควรมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และผู้บริหารควรกำกับและติดตามพนักงานทุกคนให้ทำงานให้ได้มาตรฐานตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ ตลอดจนมีการตรวจสอบและประเมินผลการทำงานอย่างเป็นระบบ

2. จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในงาน ด้านสถานที่ทำงานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นองค์กรควรมีการจัดสภาพแวดล้อม และบรรยากาศทั่วไปในที่ทำงาน เช่น เสียง แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศมีความเหมาะสมและส่งเสริมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้สะดวก ตลอดจนมีการจัดบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ห้องพัก ห้องน้ำ ห้องส้วม ที่เพียงพอกับความต้องการ การจัดสถานที่ในการทำงานเป็นสัดส่วน สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสะดวกต่อการทำงาน และมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินตลอดเวลาที่ปฏิบัติงานภายในองค์กร

3. จากผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นองค์กรควรสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับพนักงาน ให้รู้สึกว่าการปฏิบัติงานมีความสำคัญต่อองค์กร เปรียบเสมือนคนในครอบครัว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาเฉพาะขอบเขต ซึ่งการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่าง กว้างขึ้น เก็บกลุ่มตัวอย่างในทุกอุตสาหกรรมในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในครั้งนี้ และในอนาคตต่อไป

2. ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

8. เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). รายชื่อบริษัทอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.set.or.th>
- บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด. (2565). อุตสาหกรรมไหน Turnover เยอะ ที่สุด. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566, จาก <https://brandage.com/article/33474>).
- Afif, M. R. (2019). Millennials engagement: Work-life balance vs work-life integration. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Proceedings of the Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2018)*, 284-290. DOI 10.2991/sores-18.2019.67
- Aminyan, R. (2019). Investigation of Structural Relationship between Organizational Climate and Job Satisfaction and Organizational Commitment among Employees of Paknam Company. *International Journal of Business Management*, 4(4), 42-49.
- AZZAM, M.A., & HARSONO, M. (2021). Organizational Commitment and Loyalty: A Millennial Generation Perspective in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1371-1383. doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1371
- Bluman, A. G. (2012). *Elementary statistics: A step by step approach* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Cahyono, Y., Novitasari, D., Sihotang M., Aman M., Fahlevi, M., Nadeak M., Siahaan, M., Asbari, M., & Purwanto, A. (2020). The Effect of Transformational Leadership Dimensions on Job Satisfaction and Organizational Commitment: Case Studies in Private University Lecturers. *Solid State Technology*, 63(1), 158-179.
- Hikmat, Munandar, D., & Izzatusholekha, I. (2023). Looking at the Impacts of Transformational Leadership Skills and Organizational Climate on Job Satisfaction and Business Performance. *Edukasi: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 10(2), 121-134. <https://doi.org/10.19109/ejpp.v10i2.20423>
- Imron, H., Indradewa, R., & Tantri, Y. R. S. (2020). Compensation Effects and Organizational Climate on Employees' Performance by Organizational Commitment. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(5), 300-307.
- Laila, F., Irawanto, D.W., & Susilowati, C. (2022). The effect of organizational culture and transformational leadership style on organizational commitment with knowledge management practices as mediating variables. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(5), 218-224. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1843>
- Magni, F., & Manzoni, B. (2020). Generational differences in workers' expectations: Millennials want more of the same things. *European Management Review*, 17(4), 901-914. <https://doi.org/10.1111/emre.12405>
- Mendoza-Vargas, J. M., Burbano-Pantoja, V. M., & Mendoza-Vargas, H. H. (2022). Relación entre clima organizacional y desempeño laboral: estudio focalizado en el laboratorio empresarial LAEMCO en Tunja (Colombia). *Información Tecnológica*, 33(6), 157-166. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642022000600157>
- Muda, A. L., & Fook, C. Y. (2020). Psychological Empowerment and Organizational Commitment among



- Academic Staff of Public Universities in Malaysia. *Asian Journal of University Education*, 16(2), 26. <https://doi.org/10.24191/ajue.v16i2.10292>
- Muhsinin, U., Yamin, M., & Hidayat, H. (2023). The Influence of Transformational Leadership, Interpersonal Communication, and Job Satisfaction on Organizational Commitment (A Survey at the Islamic Higher Education Institution in Province of Jambi). *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, 5(3), 302-315. <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i3>
- Murwidiastomo, B. (2021). Influence of organizational climate and job satisfaction on organizational citizenship behavior mediated by motivation variables. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 974-990. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i6>
- Nejati, M., Brown, M. E., Shafaei, A., & Seet, P. (2020). Employees perceptions of corporate social responsibility and ethical leadership: are they uniquely related to turnover intention? *Social Responsibility Journal*, 17(2), 181–197. <https://doi.org/10.1108/srj-08-2019-0276>
- Nelson, S., Dewiana, N., Didi, S., Ardian, S., Masduki, A., Yayah, Y., Joko, S., & Ahmad, F. (2020). The relationship of transformational leadership, organizational justice and organizational commitment: A mediation effect of job satisfaction. *Journal of critical reviews*, 7(19), 89-108.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nurfitriyana, N., & Muafi, M. (2023). The effect of green organizational culture, green transformational leadership, and job satisfaction on organizational citizenship behavior: the role of mediating organizational commitment. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 12(3), 594-606.
- Ramirez, C.A., Sucapuca, C., Morales, G.M., Álvarez, V.D., Flores, S.A., & Morales, G.W.C. (2024). Validation of a Job Satisfaction Scale among Health Workers. *Data and Metadata*, 3(2024), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.56294/dm2024260>
- Ramli, Y., Soelton, M., Priyono., Suprpto., & Ali., A.J. (2020). Implementing transformational leadership to cope with the implication of millennial workforce. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 17(5), 52-68.
- Rossenber, van. Y.G.T., David, C., & Juani, S. (2022). An HRM perspective on workplace commitment: Reconnecting in concept, measurement and methodology. *Human Resource Management Review*, 32(4), 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100891>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Setiono, B., Pangaribuan, C.H., & Widya, A. (2019). MeilaniThe role of transformational leadership style in developing employee engagement among generation Y in Jakarta. *International Journal of Research Science & Management*, 6(3), 1-12. DOI: 10.5281/zenodo.2587516
- Seyyedmoharram, I., Dehag, B.F., Abbaspou, S., Zand, A., Tatar, M., Teimori, G., & Torbati, A.G. (2019). The Relationship Between Organizational Climate, Organizational Commitment and Job Burnout: Case Study Among Employees of the University of Medical Sciences. *The Open Public Health Journal*, 12, 94-100. DOI: 10.2174/1874944501912010094

- Sihombing, O.N., & Iqbal, M.A. (2024). The Effect of Transformational Leadership and Organizational Commitment with Job Satisfaction as Intervening Variable on Organizational Citizenship Behavior for the Environment (OCBE) – Case Study of Employees in Agency of Labor, Transmigration and Energy Special Capital Region of Jakarta. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(1), 127-146. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i1.8246>
- Soetjipto, N., Priyohadib, N.D., Sulastria, S., & Riswantoc, A., (2020). The effect of company climate, organization citizenship behavior, and transformational leadership on work morale through employee jobsatisfaction. *Management Science Letters*, 11(4), 1197-1204. DOI: 10.5267/j.msl.2020.11.019
- Sonarita, G., Sudjarwo, S., & Hariri, H. (2019). Relationships between Organizational Climate and Organizational Commitment: A Literature Review in the Asian Context. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 3(5), 167-171.
- Suprayitno, D., & Hermawan, E. (2022). The Effect of Organizational Climate and Competence on the Performance of PT. Saharjo Enam Sembilan. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 19(3), 929-944.
- Suroya, A.F., Bagis, F., Widhiandono, H., & Rahmawati, I.Y. (2023). Examining the Influence of Transformational Leadership and Job Satisfaction to Reduce Turnover Intention with Organizational Commitment as a Mediator. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(24), 124-140. DOI: 10.9734/AJEBA/2023/v23i241192
- Vihavainen, A. (2024). *Organizational factors impacting affective commitment of Generation Y*. School of Management Master's thesis International Business, Vaasan yliopisto University of Vaasa. Osuva. <https://osuva.uwasa.fi/handle/10024/17132>.