

ปัจจัยความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการให้บริการของบุคลากรมหาวิทยาลัยต่างรุ่นอายุ

HAPPINESS IN WORKPLACE AND ORGANIZATIONAL ENGAGEMENT FACTORS, AFFECTING
TO SATISFACTION OF SERVICES AMONG DIFFERENCE UNIVERSITY STAFF GENERATIONS

บุรเทพ โชคนานุกูล¹ และนภเรณู สัจจรักษ์ ชีระฐิติ²

Burathep Chokthanakoon¹ and Nopraenue Sajarax Dhirathiti²

¹สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ²คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

¹Institute for Population and Social Research, Mahidol University

²Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรมหาวิทยาลัยต่างรุ่นอายุ และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารงานทางด้านทรัพยากรมนุษย์ที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมกับบุคลากรมหาวิทยาลัยในแต่ละรุ่นอายุ โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามทำการสำรวจแบบสามะโนในบุคลากรของหน่วยงานแห่งหนึ่งในสังกัดมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญในการให้บริการสื่อสารสนเทศและเอกสารทางวิชาการทั้งระดับภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และในเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในสามรุ่นอายุ ได้แก่ Baby Boomer, Generation X และ Generation Y จากนั้นนำผลการวิจัยทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์ร่วมกัน ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรรุ่น Baby Boomer ปัจจัยความสุขในการทำงานสามารถใช้พยากรณ์ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการ คือ หากบุคลากรรุ่น Baby Boomer มีความสุขเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.620 หน่วย และบุคลากรรุ่น Generation Y พบว่า ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรสามารถใช้พยากรณ์ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการ คือ หากบุคลากรรุ่น Generation Y มีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1.128 หน่วย ในขณะที่รุ่น Generation X ไม่ปรากฏผลของปัจจัยทั้งสองที่สามารถใช้พยากรณ์ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการ ดังสอดคล้องกับการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่ารุ่น Generation X มุ่งเน้นความสำเร็จที่ผลงานเป็นสำคัญ โดยไม่ได้ตระหนักถึงปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร

คำสำคัญ: ความสุขในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในการให้บริการ รุ่นอายุทางประชากร

Abstract

The objectives of this research to 1) study the happiness in workplace and organization engagement factors affecting to satisfaction of services of difference generation of university staff, and 2) provide guidelines for the Human Resources Management to development of appropriate university staff in each generation. The research employed both quantitative and qualitative methodology. The quantitative used questionnaires to collect data as census in the one of the department of autonomous university. Where they are important role in providing academic media information, and academic papers both inside and outside the university. The qualitative used semi-structured interview, was employed in-depth interview in three generations including the Baby Boomer, the generation X, and the generation Y. The results of both methodologies were analyzed together, the results showed that in the Baby Boomer happiness in workplace factors able to predictive satisfaction of services. That is, if the Baby Boomer staff has happiness in workplace increase one unit, satisfaction of services will increase 0.620 units. Generation Y, organization engagement able to predictive satisfaction of services. That is, if the generation Y staff has organization engagement increase one unit, satisfaction of services will increase 1.128 units. While generation X does not appear as a result both of two factors that able to predictive satisfaction in services. Consistent with the qualitative study, generation X focused on performance and success of work are important, and not recognizing the happiness in workplace and organization engagement factors.

Keywords: Happy in workplace, Organization engagement, Satisfaction in services, Generation

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารงานขององค์กร การที่องค์กรจะสามารถดำเนินงานให้สำเร็จตามยุทธศาสตร์จำเป็นต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ที่มีประสิทธิภาพ สิ่งดังกล่าวจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยที่เหมาะสมต่อการพัฒนาและความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร (Dobre, 2013: 53-54) ดังนั้น องค์กรในปัจจุบันจึงได้ดำเนินการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการ การเติบโตในสายงาน การให้การยกย่องและการยอมรับจากองค์กร การส่งเสริมความท้าทาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา

(Wangphaicharoensuk & Utsahajit, 2015: 194) โดยสิ่งดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยในการรักษารักขาคบุคลากรและลดอัตราการลาออก (Ertas, 2015: 407) เท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพของตน และนำไปสู่ประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร

องค์กรภาคเอกชนในปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันในด้านบุคลากรที่รุนแรง เพื่อรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างผลกำไรสูงสุดให้กับองค์กร ในขณะที่เป้าหมายขององค์กรภาครัฐในปัจจุบัน แม้ว่าจะไม่ได้มุ่งเน้นผลกำไรเป็นหลักสำคัญ แต่มุ่งเน้นในผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และนำพาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ (Pitaktepsombati,

Wattanasin & Panyasiri, 2009: 155) ดังนั้น ปัจจัยความสุขและความผูกพันต่อองค์กร จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง อันจะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน ดังเห็นได้จากงานวิจัยของ Kathryn & Brodrick (2009: 454-455) ที่ได้ทำการศึกษายถึงปัจจัยความผาสุกของพนักงานที่ส่งผลสำคัญต่อองค์กร โดยผลการวิจัยพบว่า ความผาสุกของพนักงานมีผลสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีขององค์กร เช่น ในด้านการลาออกและประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งสิ่งดังกล่าวมีผลสำคัญต่อผลประกอบการและผลกำไรขององค์กร

จึงกล่าวได้ว่าความสุขของพนักงานในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาบุคคลและช่วยให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางที่ดี และเชื่อว่าคนที่มีสุขย่อมมีประสิทธิภาพในการทำงาน ดังในงานศึกษาวิจัยของ Fisher (2010: 48-49) ที่ระบุว่า พนักงานที่มีความสุขย่อมสามารถผลิตงานได้มากกว่า และพนักงานที่มีความพึงพอใจในงานของตนย่อมมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีกว่า

ดังนั้น การสร้างความสุขและส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ (Pitaktepsombati, Wattanasin & Panyasiri, 2009: 155-156) ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ Page & Brodrick (2009 cited in Watthanarat, 2013: 1) ที่พบว่า ความสุขของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีขององค์กร ส่งผลต่อการพัฒนาบุคคลและองค์กรในทิศทางที่ดี

ในปัจจุบัน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้มีความสุข จนเกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร และพัฒนาเป็นความพึงพอใจในการให้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น จึงนับเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ไม่เพียงแต่ในภาคเอกชนที่มุ่งเน้นในเรื่องการเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการเพื่อเพิ่มผลกำไรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงภาครัฐที่ได้มุ่งเน้นความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญในประเด็นความหลากหลายของรุ่นอายุ (Generation)

ของการทำงานในองค์กร ซึ่งความแตกต่างของรุ่นอายุนำไปสู่การมีทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม และการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน และในบางครั้งพบว่า ความแตกต่างดังกล่าวได้เป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดมุมมองในการทำงานที่ต่างกันและนำไปสู่ความขัดแย้งในองค์กร (Dechawattanapaisa, 2009: 2) ซึ่งองค์กร และผู้บริหารขององค์กรในปัจจุบันควรทำความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นความหลากหลายทางอายุของประชากร เพื่อสร้างเสริมให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Mazur, 2010: 5-6) และเกิดประสิทธิผลต่อสังคม

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความสุขในการทำงาน และปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรมหาวิทยาลัยต่างรุ่นอายุ
- 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมกับบุคลากรมหาวิทยาลัยต่างรุ่นอายุ

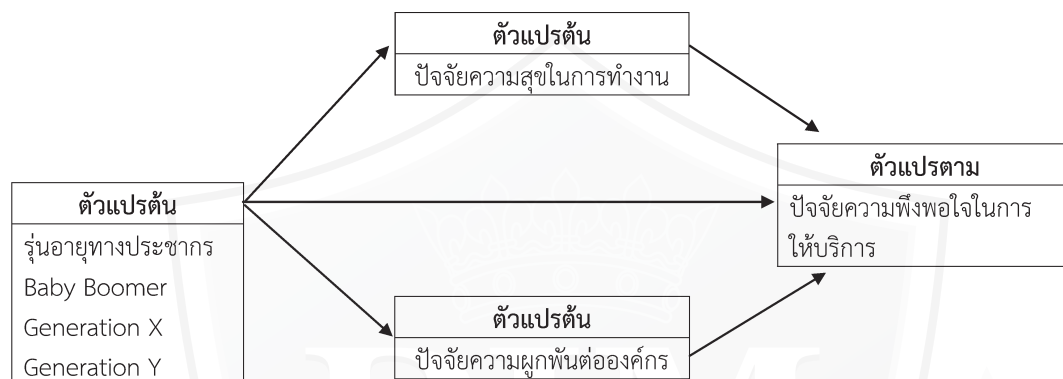
กรอบแนวคิดการวิจัย

1. ปัจจัยรุ่นอายุทางประชากร ประกอบด้วย 3 รุ่นอายุ ได้แก่ รุ่นอายุ Baby Boomer รุ่น Generation X และรุ่น Generation Y (Thongthai, 2009: 262-266)
2. ปัจจัยความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย 9 มิติ ตัวชี้วัดความสุขในการทำงาน (Kittisuksatit, 2012: 26) ได้แก่ สุขภาพกายดี (Happy Body) ผ่อนคลายดี (Happy Relax) น้ำใจดี (Happy Heart) จิตวิญญาณดี (Happy Soul) ครอบครัวดี (Happy Family) สังคมดี (Happy Society) ใฝ่รู้ดี (Happy Brain) สุขภาพเงินดี (Happy Money) และการงานดี (Happy Work-life)
3. ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ การพูด (Say) การอยู่กับองค์กร (Stay) การรับใช้ (Serve) และการเพิ่มผลผลิต การบริการต่อ

ลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน (Strive) (Strellioff, 2003 cited in Pitaktepsombati, Wattanasin & Panyasiri, 2009: 177-178; Aon Hewitt Associates, 2014: 14)

4. ปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) ประสิทธิภาพในการ

ให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (Timely service) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Progression service) และประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Continuous service) (Millet, 1954: 4)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนาม (Field Study) โดยใช้วิธีการศึกษาในลักษณะผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจ ใช้วิธีการสำรวจแบบสำมะโน (Census) โดยทำการสำรวจข้อมูลจากบุคลากรทุกคนในองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้ทำการศึกษาประเด็นดังกล่าวในหน่วยงานแห่งหนึ่งที่มีบทบาทและหน้าที่ในด้านการให้บริการทางด้านสื่อสารสนเทศและเอกสารทางวิชาการ ซึ่งนับได้ว่าเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญอย่างสูงต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยในด้านการเรียนการสอน การค้นคว้า และการศึกษาวิจัยตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

โดยหน่วยงานที่ทำการศึกษามีจำนวนบุคลากรทั้งหมดจำนวน 121 คน ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 74 คน (ร้อยละ 61.15) แต่ในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้ตัดแบบสอบถามฉบับที่ตอบไม่สมบูรณ์ในข้อมูลปัจจัยความสุขในการทำงาน ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร และปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการออก ดังนั้นจึงเหลือแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์จริงจำนวน 69 ชุด (ร้อยละ 50.02) สามารถแบ่งกลุ่มอายุผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 รุ่นอายุ ได้แก่ 1) รุ่น Baby Boomer จำนวน 20 คน 2) รุ่น Generation X จำนวน 30 คน และ 3) รุ่น Generation Y จำนวน 13 คน ทั้งนี้ มีแบบสอบถามที่ไม่ได้ระบุอายุจำนวน 6 ชุด โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 12 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ลักษณะงาน สถานภาพการจ้างงาน และระยะเวลาการทำงาน ประเภทบุคลากร สายงาน ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน

2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความสุขและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร โดยแบบสำรวจดังกล่าวผู้วิจัยได้รับการอนุญาตให้ใช้เครื่องมือแบบสำรวจความสุขคนทำงาน (HAPPINOMETER) จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งประกอบด้วยคำถามจำนวน 56 ข้อ โดยแบ่งมิติความสุขออกเป็น 9 มิติ ได้แก่ 1) สุขภาพกายดี - Happy Body 2) ผ่อนคลายดี - Happy Relax 3) น้ำใจดี - Happy Heart 4) จิตวิญญาณดี - Happy Soul 5) ครอบครัวดี - Happy Family 6) สังคมดี - Happy Society 7) ใฝ่รู้ดี - Happy Brain 8) สุขภาพเงินดี - Happy Money และ 9) การงานดี - Happy Work-life

โดยผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยความสุข สามารถแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ย 0.00-24.99 หมายถึง ไม่มีความสุขอย่างยิ่ง: Very Unhappy 2) คะแนนเฉลี่ย 25.00-49.99 หมายถึง ไม่มีความสุข: Unhappy 3) คะแนนเฉลี่ย 50.00-74.99 หมายถึง มีความสุข: Happy และ 4) คะแนนเฉลี่ย 75.00-100.00 หมายถึง มีความสุขอย่างยิ่ง: Very Happy (Kittisuksatit et al., 2014: 81)

สำหรับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 13 ตัวแปร โดยแบ่งเป็น 4 ประการ ได้แก่ 1) การพูด (Say) คือ การกล่าวถึงองค์กรในทางที่ดีให้บุคคลอื่นฟัง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ 2) การอยู่กับองค์กร (Stay) คือ ความต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป แม้หน่วยงานอื่นจะให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า และ 3) การรับใช้ (Serve) คือ มีความภูมิใจในงานที่ปฏิบัติ ซึ่งได้มีส่วนสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อองค์กร และ 4) Strive คือ พนักงานต้องการที่จะเพิ่มผลผลิต หรือบริการต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน (Strellioff, 2003 cited in Pitaktepsombati, Wattanasin & Panyasiri, 2009: 177-178; Aon Hewitt Associates, 2014: 11)

โดยผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันต่อ

องค์กร สามารถแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ย 0.00-24.99 หมายถึง ไม่มีความผูกพันอย่างยิ่ง: Very Unengagement 2) คะแนนเฉลี่ย 25.00-49.99 หมายถึง ไม่มีความผูกพัน: Unengagement 3) คะแนนเฉลี่ย 50.00-74.99 หมายถึง มีความผูกพัน: Engagement และ 4) คะแนนเฉลี่ย 75.00-100.00 หมายถึง มีความผูกพันอย่างยิ่ง: Very Engagement (Kittisuksatit et al., 2014: 81)

3. คำถามปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการตามแนวคิดของ Millet (1954: 4) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างเท่าเทียม 2) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างเพียงพอ 4) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ 5) ประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างก้าวหน้า สำหรับการแปลผล ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในการแปลความหมายของคะแนน ได้แก่ คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการสูงกว่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง “ความพึงพอใจในการให้บริการสูง” และคะแนนความพึงพอใจในการให้บริการต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง “ความพึงพอใจในการให้บริการต่ำ”

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และได้แบ่งโครงสร้างของแนวคำถามออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) ปัจจัยความสุขในที่ทำงาน 3) ปัจจัยความผูกพันองค์กร 4) ความพึงพอใจในการให้บริการ 5) มุมมองของบุคลากรในแต่ละรุ่นอายุ และ 6) มาตรการ หรือนโยบายของหน่วยงานในการเสริมสร้างความสุข ความผูกพัน และส่งเสริมความพึงพอใจในการให้บริการ

โดยการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักอย่างเฉพาะเจาะจงในบุคลากร 3 รุ่นอายุ ได้แก่ รุ่น Baby Boomer คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2503

(อายุ 54-68 ปี) รุ่น Generation X คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2504-2523 (อายุ 34-53 ปี) และรุ่น Generation Y คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524-2545 (อายุ 12-33 ปี) (Thongthai, 2009: 262-266) รุ่นอายุละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน

ในส่วนของคุณภาพแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence - IOC) พบว่า ข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทั้งหมดและมีค่าอยู่ในระดับ 0.67-1.0 และได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองใช้ (Try out) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในประเด็นความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (เครื่องมือ HAPPINOMETER) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) = 0.951 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง และแบบสอบถามในด้านความพึงพอใจในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) = 0.930 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน จึงกล่าวได้ว่าข้อคำถามดังกล่าวมีคุณภาพและมีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ดี

ในด้านของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทั้งในรูปแบบของการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรขององค์กรด้วยสถิติ Multiple Linear Regression แบบ Stepwise เพื่อพิจารณาแบบจำลองที่ดีที่สุดสำหรับใช้พยากรณ์ความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรตามรุ่นอายุ จากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การมีบุตร ลักษณะงาน สถานภาพการจ้างงาน ระดับการปฏิบัติงาน รายได้ ความสุขในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยความสุข ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในการให้บริการ และความแตกต่างระหว่างรุ่นอายุในองค์กร เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทั้ง 3 รุ่นอายุ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.8) และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 71.0) เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละรุ่นอายุพบว่า รุ่น Baby Boomer ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 63.6) และมีบุตร (ร้อยละ 45.5) มีลักษณะงานที่รับผิดชอบเป็นงานด้านอื่นๆ (ร้อยละ 45.5) มีสถานภาพการจ้างเป็นสัญญาจ้าง (ร้อยละ 59.1) โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 21-30 ปี (ร้อยละ 54.5) และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 81.8) สำหรับในรุ่น Generation X พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 61.3) แต่ไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.1) มีลักษณะงานที่รับผิดชอบเป็นงานด้านบริการ (ร้อยละ 67.7) มีสถานภาพการจ้างเป็นแบบประจำ (ร้อยละ 60.0) โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 21-30 ปี (ร้อยละ 48.4) และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 50.0) และในรุ่น Generation Y ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 66.7) ลักษณะงานที่รับผิดชอบเป็นงานด้านบริการ (ร้อยละ 57.1) มีสถานภาพการจ้างเป็นแบบสัญญาจ้าง (ร้อยละ 51.5) โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 1-10 ปี (ร้อยละ 85.7) และมีรายได้อยู่ที่ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 64.3)

2. ปัจจัยความสุขในการทำงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

มีความสุขในการทำงานในองค์กรในภาพรวม (ร้อยละ 69.4 หมายถึง มีความสุข) และเมื่อจำแนกความสุขตามรายมิติพบว่า มิติที่มีค่าคะแนนสูงที่สุดคือ มิติครอบครัวดี (ร้อยละ 69.1 หมายถึง มีความสุข) รองลงมาคือ จิตวิญญาณดี (ร้อยละ 68.4 หมายถึง มีความสุข) ส่วนมิติที่มีค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ ผ่อนคลายดี (ร้อยละ 53.3 หมายถึง มีความสุข)

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสุขของคนทำงานในองค์กรจำแนกตามรุ่นอายุของบุคลากรพบว่า บุคลากรในแต่ละรุ่นอายุมีปัจจัยความสุขในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน โดยรุ่น Baby Boomer มีความสุขสูงที่สุดในมิติครอบครัวดี (ร้อยละ 75.0) รุ่น Generation X มีความสุขสูงที่สุดในมิติครอบครัวดี (ร้อยละ 53.1) และรุ่น Generation Y มีความสุขสูงที่สุดในมิติสุขภาพกายดี (ร้อยละ 85.7)

ในส่วนผลจากการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่า บุคลากรให้ความสำคัญกับประเด็นการทำงานเป็นครอบครัว ความสัมพันธ์อันดีเพื่อน และเห็นเพื่อนร่วมงานเป็นเหมือนกับคนในครอบครัว

“...ทำงานร่วมกัน สนับสนุน รักกัน ทำให้ผูกพันกัน และทำงานสำเร็จเป็นอย่างดี” (Generation X, หญิง 46 ปี)

“...ที่นี้ทำงานแบบพี่น้อง ไม่ถือตำแหน่ง ไม่ต้องเรียนท่าน ไม่ต้องเรียกคุณ ผู้บริหารแทนตัวเองว่าพี่ ทำงานด้วยแบบไม่ถือตำแหน่ง...ทำงานร่วมกัน กินข้าวด้วยกัน ไม่แบ่งชั้น...บางคนเห็นเราเป็นเหมือนน้องสาว พี่สาว คุยกันได้ การทำงานก็มีประสิทธิภาพมากขึ้น” (Generation Y, หญิง 32 ปี)

3. ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า บุคลากรทุกรุ่นอายุส่วนใหญ่มีความผูกพันกับองค์กรในระดับ “มีความผูกพัน” โดยรุ่น Baby Boomer (ร้อยละ 63.2) รุ่น Generation X (ร้อยละ 63.0) และรุ่น Generation Y (ร้อยละ 100.0) ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้

เป็นข้อมูลที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากรุ่น Generation Y ทั้งหมดมีระดับความผูกพันต่อองค์กร

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณพบว่า รุ่น Generation Y มีความผูกพันต่อองค์กรสูง อาจมีความแตกต่างกับงานวิจัยส่วนใหญ่ ดังเช่น งานศึกษาของกังวาน ยอดวิเศษศักดิ์ ซึ่งพบว่ารุ่น Generation Y มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่ารุ่นอายุอื่นๆ (Yodvisitsak, 2014: 8) แต่เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกัน โดยรุ่น Generation Y ให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมงาน การทำกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรร่วมกัน และการทำงานแบบพี่น้องที่ไม่ยึดติดระบบ อันทำให้เกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร

“องค์กรนี้ คือ ส่วนหนึ่งในชีวิต มีความสุขกับทุกวันที่มาทำงาน ต้องทำงานเสาร์อาทิตย์ แต่เหนื่อยแบบมีความสุข...ไม่ได้ค่าชม หรือตัวเงิน แต่เราทำกับเพื่อน มีความสุข ทำให้องค์กร...” (Generation Y, หญิง 28 ปี)

“เราผูกพันแล้วเราก็ทำงานได้ดี...เราก็อยากทำงานที่นี้ต่อ...เวลาไม่สบายใจจะมีมุมให้เข้าไปนั่งและก็ขอให้เพื่อนมาทำงานแทนได้...” (Generation Y, หญิง 32 ปี)

สำหรับรุ่น Baby Boomer และรุ่น Generation X ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณมีบางส่วนที่พบว่า ไม่มีความผูกพัน เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ทั้งสองรุ่นอายุให้ความสำคัญในการสร้างผลงานต่อองค์กรมากกว่าการคำนึงถึงความผูกพันต่อองค์กร

“...ต้องให้ทำผลงาน จะได้มีเงินเพิ่ม เด็กเข้ามาใหม่ให้เริ่มทำเลย ถ้าเขามีเงิน เขาก็จะผูกพัน” (Baby Boomer, หญิง 56 ปี)

“...แม้ว่าเราไม่ผูกพัน แต่ก็ต้องทำงานให้สำเร็จทุกคนเข้ามาต้องทำงาน แม้จะไม่ happy แต่เราได้เงินเดือนมาก็ต้องทำ” (Generation X, หญิง 38 ปี)

4. ความพึงพอใจในการให้บริการ

รุ่น Baby Boomer มีความพึงพอใจในการให้บริการสูงในระดับสูงที่สุด (ร้อยละ 70.0) รองลงมาคือ รุ่น Generation Y (ร้อยละ 64.3) และน้อยที่สุดรุ่น Generation X (ร้อยละ 58.6) ในขณะที่ระดับของความ

พึงพอใจในการให้บริการต่ำ พบในรุ่น Generation X สูงที่สุด (ร้อยละ 41.4) รองลงมาคือ รุ่น Generation Y (ร้อยละ 35.7) และน้อยที่สุดคือ รุ่น Baby Boomer (ร้อยละ 30.0) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละความพึงพอใจในการให้บริการ จำแนกตามรุ่นอายุ

ระดับ	รุ่นอายุ						รวม	
	Baby Boomer		Gen X		Gen Y			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจในการให้บริการต่ำ	6	30.0	12	41.4	5	35.7	23	36.5
ความพึงพอใจในการให้บริการสูง	14	70.0	17	58.6	9	64.3	40	63.5
รวม	20	100.0	29	100.0	14	100.0	63	100.0

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณในด้านความพึงพอใจในการให้บริการ จากจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ 63 ชุด (เนื่องจากมีแบบสอบถามที่ไม่ได้ระบุอายุผู้ตอบจำนวน 6 ชุด) พบว่า รุ่น Generation X เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจในการให้บริการน้อยที่สุด เมื่อนำข้อมูลในเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาใช้วิเคราะห์ร่วม พบว่า มีข้อมูลทั้ง 2 ลักษณะ คือ มุมมองที่สอดคล้องและมุมมองที่แตกต่าง

“...รุ่นกลางๆ เขาก็ทำแค่นี้ แค่นี้ก็พอแล้ว...คนรุ่นนี้จะเป็นอีกแบบ บางคนรับได้ บางคนรับไม่ได้ แต่เราแนะนำอย่างจริงจัง” (Baby Boomer, หญิง 56 ปี)

“...งานสำเร็จเป็นอย่างดี...สำเร็จได้ทุกครั้ง และไปได้อย่างดีทุกครั้งด้วย เนื่องจากมีประสบการณ์ มีทักษะในการทำงาน ต่อให้เป็นงานใหม่ก็ไม่ยาก...” (Generation X, หญิง 46 ปี)

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในแต่ละรุ่นอายุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear regression analysis) แบบ Stepwise เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ โดยใส่ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรเป็นตัวแปรต่อเนื่องเข้าไปเป็นขั้นตอนซึ่งพิจารณาจากรุ่นอายุเป็นหลักพบว่า รุ่น Baby Boomer ตัวแปรอิสระความสุขในการทำงานสามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจในการให้บริการของประชากรรุ่น Baby Boomer ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.01 และตัวแปรอิสระมีอิทธิพลตัวแปรตาม ถึงร้อยละ 51.5 โดยตัวแปรความสุขในการทำงานสามารถใช้อธิบายความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรรุ่น Baby Boomer ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.01 กล่าวคือ ถ้าประชากร

รุ่น Baby Boomer มีความสุขเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น 0.620 หน่วย

สำหรับรุ่น Generation X จากการวิเคราะห์ ด้วยวิธีดังกล่าว ไม่พบว่ามีตัวแปรอิสระใดที่สามารถใช้ พยากรณ์ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจในการให้บริการ ของประชากรรุ่น Generation X ได้อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ จึงไม่ปรากฏผลการวิเคราะห์ และสำหรับรุ่น Generation Y จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีดังกล่าว พบว่า ตัวแปรอิสระความผูกพันต่อองค์กรสามารถใช้พยากรณ์

ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจในการให้บริการของ ประชากรรุ่น Generation Y ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับน้อยกว่า 0.01 และตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อ ตัวแปรตาม ถึงร้อยละ 51.8 โดยตัวแปรความผูกพันต่อ องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากร รุ่น Generation Y ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ น้อยกว่า 0.01 กล่าวคือ ถ้าประชากรรุ่น Generation Y มีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีความพึง พพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1.128 หน่วย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจในการให้บริการจำแนกตามรุ่นอายุ

ตัวแปร	Baby Boomer		Gen Y	
	Coeff.	S.E.	Coeff.	S.E.
จำนวน	15		12	
F-test	13.789 (0.003)		10.756 (0.008)	
R ²	0.515		0.518	
Constant	35.395**	11.202	5.723	21.918
ความสุข (HAPPINOMETER)	0.620**	0.167		
ความผูกพันต่อองค์กร			1.128**	0.344

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อนำผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ ร่วมกับผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพในด้าน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการในแต่ละ รุ่นอายุ พบว่ามีทั้งลักษณะที่มีความสอดคล้อง และ แตกต่างกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยรุ่น Baby Boomer ให้ความสำคัญกับปัจจัยความสุขในการทำงาน และรุ่น Generation Y ให้ความสำคัญกับปัจจัยความผูกพันต่อ องค์กร แต่ในขณะที่รุ่น Generation X พบว่า ให้ความสำคัญต่อหน้าที่และมุ่งมั่นและความรับผิดชอบในการ ทำงาน แม้ว่าจะมีความสุขในการทำงาน แต่จำเป็นต้องทำหน้าที่ให้ดี

“ความผูกพันทำให้เกิดความสุข ความสุขทำให้ มีความพึงพอใจในการให้บริการทำงาน 3 ตัวนี้ เชื่อมโยงกันหมด ถ้าทุกเข้ามีความสุขก็จะพร้อม ให้บริการ ก็จะทำงานได้ดี” (Baby Boomer, หญิง 56 ปี)

“เกียวกะ ยิ่งทำงานสนุกก็มีความสุขและทำให้เรา อยากทำงานไม่ทำให้เราท้อถอย คนที่ไม่มีความสุข ก็อาจจะนิ่งเฉย เบื่อหน่าย ไม่มีขวัญกำลังใจไม่มี เป้าหมาย” (Baby Boomer, หญิง 56 ปี)

“...บางครั้งเราผูกพันตัวคน ตัวองค์กร ถ้าทำงาน ไม่มีความสุข เบื่อ ความพึงพอใจในการให้บริการ

ก็ไม่เกิดขึ้น ถ้าเราเน้นความพึงพอใจในการให้บริการ ไม่สนใจคนอื่น ก็ทำให้องค์กรอยู่ยาก เพราะว่าทุกคนพร้อมที่จะเหยียบกัน” (Generation Y, หญิง 32 ปี)

“ความสุข ความผูกพัน และความพึงพอใจในการให้บริการ มันเชื่อมโยงกัน ง่ายๆ เลยถ้ามีความสุขเราก็อยากผูกพัน และทำให้งานดีขึ้น แต่แม้ว่าไม่มีความสุขงานก็ต้องออกมาดี...จะมีความสุข ทุกข์ งานก็ต้องออกมาดี ทำเพื่องาน แม้ว่าไม่มีแรงกดดันก็ต้องทำงาน...คนที่มีความสุขอย่างไรรู้ก็ต้องทำงาน” (Generation X, หญิง 38 ปี)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการให้บริการของบุคลากรในแต่ละรุ่นอายุพบว่า รุ่น Baby Boomer ปัจจัยความสุขในการทำงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.01 กล่าวคือ หากบุคลากรในรุ่น Baby Boomer มีความสุขในการทำงานเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้ความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มมากขึ้นด้วย

ซึ่งผลการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณดังกล่าวได้สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในบุคลากรรุ่น Baby Boomer ที่ได้ระบุว่า ประเด็นความสุขในการทำงานและความพึงพอใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งจากข้อมูลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Fisher ที่ระบุว่า พนักงานที่มีความสุขย่อมสามารถผลิตงานได้มากกว่า (Fisher, 2010: 48) และผลการศึกษาของ Page & Brodrick (2009 cited in Watthanarat, 2013: 1) จึงกล่าวได้ว่า ความสุขของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีขององค์กร ส่งผลต่อการพัฒนาบุคคลและองค์กรในทิศทางที่ดี

สำหรับในรุ่น Generation Y พบว่า ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.01 กล่าวคือ หากบุคลากรในรุ่น Generation Y มีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้มีความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน และเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในบุคลากรรุ่น Generation Y มาวิเคราะห์ร่วมพบว่า คนในรุ่นดังกล่าวระบุว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ เพราะความผูกพันทำให้คนอยากทำงานร่วมกับองค์กร

ซึ่งจากข้อมูลการวิจัยสามารถกล่าวได้ว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kanter (1968 cited in Borchers & Teahen, 2001: 204) ที่ระบุว่า ความรู้สึกผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรที่เกิดจากพนักงานรู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร ส่งผลให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในองค์กร มีความตั้งใจ มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และงานศึกษาของ Robinson (2006 cited in Kular et al., 2008: 12) ที่ระบุว่า ความผูกพันเป็นทัศนคติในเชิงบวกที่มีต่อองค์กรและคุณค่าขององค์กร (Values) อันรวมถึงความตระหนักที่มีต่อบริบทแวดล้อมในเชิงธุรกิจขององค์กร เพื่อนำมาปรับปรุงการทำงาน นำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์กร

ส่วนในรุ่น Generation X ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณไม่พบว่า ปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรส่งผลต่อแรงจูงใจในการให้บริการ แต่ในขณะที่ข้อมูลในเชิงคุณภาพกลับพบว่า มีผลทั้งในลักษณะที่สอดคล้องและขัดแย้งกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประเด็นดังกล่าวนี้ว่าเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจที่ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม เนื่องจาก Generation X ย่อมต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร เพื่อสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการให้บริการ ตัวอย่างเช่น ผลการศึกษาของ Perry & Wise (1990:

368) พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อแรงจูงใจในการบริการสาธารณะ

2. เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และแนวทางในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติหน้าที่ในด้านการให้บริการเพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพของบุคลากร

จากผลการศึกษาออกมาแล้วได้ว่า ปัจจัยความสุขในการทำงานและปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของบุคลากรในมหาวิทยาลัย และย่อมให้ผลที่แตกต่างกันในแต่ละรุ่นอายุของบุคลากร ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างเสริมความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรให้กับบุคลากรในแต่ละรุ่นอายุอย่างเหมาะสม โดยองค์กรจำเป็นต้องศึกษาบริบทของการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม โดยอาศัยการบูรณาการแนวคิดความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดสำคัญในการขับเคลื่อนบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการในด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้องค์กรสามารถบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการที่หลากหลาย

ของบุคลากรในแต่ละรุ่นอายุ

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรควรจัดทำหลักเกณฑ์สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาของบุคลากรในด้านที่เกี่ยวข้องกับความสุขและความผูกพันต่อองค์กร เพื่อให้เป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรและเป็นการส่งเสริมให้บุคลากรตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว เพราะประเด็นความสุขและความผูกพันมักถูกนำเสนอเป็นเพียงกิจกรรมขององค์กรเท่านั้น ส่งผลให้บุคลากรไม่เห็นถึงความสำคัญและผลที่เกิดจากการดำเนินการดังกล่าว ดังนั้น เพื่อไม่ให้เป็นเพียงสิ่งที่ปฏิบัติแต่ไม่สามารถนำมาใช้ได้จริง องค์กรจึงควรมีหลักเกณฑ์ในประเด็นความสุขและความผูกพัน เพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

2. องค์กรควรมีการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในองค์กรให้เป็นเสมือนครอบครัว เพราะการทำงานในความสัมพันธ์แบบครอบครัวนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างเสริมความสุขและความผูกพัน เพื่อพัฒนาต่อยอดระดับองค์กร เพราะหากบุคลากรเกิดความสุขและความผูกพันต่อองค์กรย่อมส่งประโยชน์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับองค์กรในท้ายที่สุด

References

- Aon Hewitt Associates. (2014). *Trends in Global Employee Engagement*. Retrieved January 19, 2016, from http://www.aon.com/attachments/thoughtleadership/Trends_Global_Employee_Engagement_Final.pdf
- Arkardjang, W. (2013). The Factors that Affect the Willingness of Talent in the Bureaucratic to Resignation. *WMS Journal of Management*, 2(2), 47-58. [in Thai]
- Borchers, A. & Teahen, J. (2001). *Organizational commitment of part-time and distance faculty*. Retrieved February 22, 2016, from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1480&context=amcis2001>
- Chokthanakoon, B. et al. (2014). *Happiness Watch Report, year 1 Round 2: July-December*. Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]

- Dechawattanapaisa, D. (2009). Recognition of Generation Y and Work Motivation: Views among Various Generation in Organization. *Chulalongkorn Business Review*, 31(121), 1-25. [in Thai]
- Dobre, O. (2013). Employee motivation and organizational performance. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 5(1), 53-60.
- Ertas, N. (2015). Turnover Intentions and Work Motivations of Millennial Employees in Federal Service. *Public Personnel Management*, 44(3), 401-423.
- Fisher, C. D. (2010). *Happiness at work*. Retrieved January 23, 2016, from <http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1307&content=business-pubs>
- Kathryn, P. & Brodrick, V. (2009). *The 'What', 'Why' and 'How' of Employee Well-Being: A New Model*. Retrieved January 22, 2016, from <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11205-008-9270-3>
- Kittisuksatit, S. et al. (2012). *HAPPINOMETER: The Happiness Self-Assessment*. Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Kittisuksatit, S. et al. (2014). *Quality of Life, Work and Happiness* (2nd ed.). Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Kular, S., Gatenby, M., Rees, C., Soane, E. & Truss, K. (2008). *Employee engagement: a literature review: Kingston Business School*. Retrieved January 19, 2016, from <http://eprints.kingston.ac.uk/4192/1/19wempen.pdf>
- Mazur, B. (2010). Cultural Diversity in Organisational Theory and Practice. *Journal of Intercultural Management*, 2(2), 5-15.
- Millett, J. (1954). *Management in Public Service*. New York: McGraw-Hill Education.
- Morrison, A. (1992). *The New leaders: Guidelines on leadership diversity in America*. San Francisco: Josey Bass.
- Perry, J. L. & Wise, L. R. (1990). *The Motivational Bases of Public Service*. Retrieved January 19, 2016, from http://www.indiana.edu/~jlpweb/papers/The_Motivational_Bases_of_Public_Service_Perry_&_Wise%201990.pdf
- Peter, W. (2007). *Work, Happiness, and Unhappiness*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pitaktesombati, P., Wattanasin, J. & Panyasiri, C. (2009). *Job Satisfaction and Organization Engagement: Meaning, Theory, Research Methods, Measurement, and Research*. Bangkok: Sematham. [in Thai]
- Thongthai, V. (2009). American Society through Various Generation. In C. Phothisita & S. Thaweessit (Eds.). *Population and Social 2009: "Thai Families in the Social and Demographic Transitions"*. Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Wangphaicharoensuk, W. & Utsahajit, W. (2015). Creating and Promoting Work Happiness: A Case Study of Happy Workplace. *Panyapiwat Journal*, 7(3), 191-201. [in Thai]

- Watthanarat, A. (2013). *Transformational Leadership, Happy Management and Happiness at Work*. Thesis of Human Resource and Organizational Development, National Institute of Development Administration. [in Thai]
- Yodvisitsak, K. (2014). Gen-Y Building up Employee Engagement through Happy Workplace Concept in Gen-Y Employees. *WMS Journal of Management*, 3(2), 1-10. [in Thai]



Name and Surname: Burathep Chokthananukoon

Highest Education: Master's degree in Political Science (International Relations), Chulalongkorn University

University or Agency: Mahidol University

Field of Expertise: Public Policy, Engagement in Organization, Public Management

Address: Institute for Population and Social Research, Mahidol University



Name and Surname: Nopraenue Sajjarax Dhirathiti

Highest Education: Ph.D. in Politics and International Studies, University of Warwick (U.K.)

University or Agency: Mahidol University

Field of Expertise: Lifelong learning policy, Lifelong learning policy for the elderly people, Human Security policy, Higher Education Management, Engagement in Organization, and ASEAN Higher Education Integration

Address: Faculty of Graduate Studies, Mahidol University