

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์
และวาย ในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL MEDIA USAGE AND EMPLOYEE MOTIVATION OF
GENERATION X AND Y EMPLOYEES IN THAI PRIVATE ORGANIZATIONS WITH JAPANESE
WORKING CULTURE



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts

Common Course

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเอเรชันเอกซ์และวาย ในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น
โดย	น.ส.ทัศนวรรณ มานัสวิน
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรดา จงกฤษ์ธนาภรณ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรดา จงกฤษ์ธนาภรณ์)	
.....	กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ องค์กรุฑรักษา)	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ทัศนวรรณ มานัสวิน : ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย ในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น. (RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL MEDIA USAGE AND EMPLOYEE MOTIVATION OF GENERATION X AND Y EMPLOYEES IN THAI PRIVATE ORGANIZATIONS WITH JAPANESE WORKING CULTURE) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ธีรดา จงกลรัตน์นาภรณ์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในองค์กร เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการสื่อสารภายในองค์กร ให้พนักงานทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัดที่มีอายุงาน 3 เดือนขึ้นไป แบ่งเป็นพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ 100 คน และพนักงานเจนเนอเรชันวาย 100 คน รวม 200 คน เพื่อเป็นการวิจัยนำร่อง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการใช้สื่อในที่ทำงาน พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์มีความถี่แตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ระยะเวลาเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน 2) ในด้านความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์มีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวาย 3) พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ มีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวาย 4) ด้านการใช้สื่อในที่ทำงาน พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์มีความถี่ และระยะเวลาเฉลี่ยไม่สัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงาน ในขณะที่พนักงานเจนเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์ระหว่างความถี่และแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาเฉลี่ยและแรงจูงใจในการทำงาน 5) ในด้านความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน ในขณะที่พนักงานเจนเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6280015928 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: internal media usage, working motivation, generation

Tassanawan Manussawin : RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL MEDIA USAGE AND EMPLOYEE MOTIVATION OF GENERATION X AND Y EMPLOYEES IN THAI PRIVATE ORGANIZATIONS WITH JAPANESE WORKING CULTURE.

Advisor: Asst. Prof. TEERADA CHONGKOLRATTANAPORN, Ph.D.

The purpose of this research is to study the relationship between internal media usage and working motivation of employees in the organization for internal communication planning which aim to enhance all employees working together as efficiently as possible. This research was quantitative research conducting online questionnaire for data collection from respondents who work for 3 months and up in Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd. The total 200 respondents divided into Generation X and Y 100 people each for pilot research.

The results of the research showed that 1) in terms of internal media usage, frequency of Generation X was significantly different from Generation Y, while duration had no difference. 2) internal media usage satisfaction of Generation X was not different from Generation Y. 3) the working motivation of Generation X was not different from Generation Y. 4) in terms of internal media usage, frequency and duration of Generation X was not correlated with working motivation while frequency of Generation Y was significantly correlated with working motivation but there was no correlation between duration and working motivation. 5) in terms of internal media usage satisfaction, Generation X had no correlation between satisfaction and working motivation. Meanwhile, satisfaction of Generation Y was significantly correlated with working motivation.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิชาชีพฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยความช่วยเหลือและได้รับคำแนะนำอันเป็นประโยชน์จาก ผศ.ดร.ธีรดา จงกสิรัตนารัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิชาชีพ ขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง สำหรับการตอบตกลงเป็นที่ปรึกษาให้กับนิสิตที่ไม่ค่อยมีเวลาเลย และขอบคุณสำหรับความเข้าใจ ไว้วางใจ และกำลังใจที่มีให้เสมอมา จนทำให้สามารถทำงานชิ้นนี้ได้สำเร็จในที่สุด

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.พนม คลีฉายา และ รศ.ดร.วรวรรณ องค์กรุชรักษา ที่ได้ให้เกียรติและสละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบโครงการวิชาชีพ อีกทั้งยังช่วยตรวจ แก้ไข และให้คำแนะนำ จนทำให้โครงการวิชาชีพฉบับนี้ สำเร็จออกมาได้โดยสมบูรณ์ แตกต่างจากฉบับร่างเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ณัฐสุดา เต็มพันธ์ อาจารย์ประจำคณะจิตวิทยา จุฬาฯ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการค้นหาและส่งต่อแบบวัดแรงจูงใจในการทำงานที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานชิ้นนี้ และยังคงเป็นกำลังใจด้วยเรื่องราวน่ารัก ๆ ภายในครอบครัวผ่านหน้าไทม์ไลน์อยู่เสมอ

การมาศึกษาต่อปริญญาโทครั้งนี้ จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดการสนับสนุนจากตรีเพชรฯ ทั้งผู้บริหาร สมาชิก HRM และเพื่อนพนักงาน ไม่ว่าจะเป็ด้านทุนทรัพย์สำหรับทุนการศึกษาประจำปี พ.ศ. 2562 (ขอบคุณพี่ปิม น้องเมย์ และน้องเบสท์ สำหรับความช่วยเหลือเรื่องเอกสาร) ข้อมูลในการทำงาน กำลังใจ และความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทีม DER ไม่ว่าจะเป็พี่วาว พี่วุ้น หัวหน้าทั้งสองท่านที่เข้าใจ คอยสนับสนุน แบ่งเบางาน คอยเติมเชื้อไฟ และปลั่งใจให้สู้กับการเรียนและสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ และพี่เติ้ล ที่คอยรับงานหลายอย่างไปทำแทน และถามไถ่ให้กำลังใจตลอด 2 ปีที่ผ่านมา

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ น้องออม และครอบครัวทุกท่านที่เป็นที่พิักพิงให้เสมอ แม้ช่วงนี้จะติดอยู่ในสถานการณ์ COVID-19 และไม่คอยได้กลับไปเจอ แต่กำลังใจที่ส่งมาให้ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกห่างเหินเลย โดยเฉพาะอีกคนสำคัญในชีวิต คุณณเอน ขอขอบคุณที่อยู่ข้าง ๆ เสมอ คอยดึงให้เราพยายามและเต็มทีกับทุกอย่างที่เข้ามา ทั้งขู่เชิญ ทั้งปลอบโยน และยังคงช่วยทุกอย่างที่คุณทำได้อย่างเต็มที่

สุดท้าย ไม่พูดถึงไม่ได้เลย ขอขอบคุณเพื่อนพี่น้องชาวนิเทศ บ.โท นอกเวลา สำหรับความช่วยเหลือที่ผ่านมา โดยเฉพาะ ICM รุ่น 10 ที่คอยเป็นทั้งขุมพลัง และที่พึ่งพิงให้แก่กัน ไม่ว่าจะเป็ ปอ ปอ น้องข้าว น้องมอส น้องพริม น้องนนท์ น้องเอ็ม น้องหมง และน้องชั้น ทุกคนเก่งมาก พี่จำคนนี้ ขอขอบคุณอะไรก็ตามที่ทำให้เราได้มาเจอกันและรู้จักกัน

ทัศนวรรณ มานัสวิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	13
ที่มาและความสำคัญ.....	13
วัตถุประสงค์	16
คำถามนำวิจัย	16
สมมติฐานการวิจัย	17
ขอบเขตการวิจัย	17
นิยามศัพท์.....	17
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน.....	19
1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันเอกซ์ และการทำงาน.....	21
1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย และการทำงาน.....	22
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร	25
3. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน (Theory of Employee Motivation).....	31
4. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ (Theory of Media Use).....	32

5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	33
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
7. กรอบแนวคิดในงานวิจัย	37
บทที่ 3	38
ระเบียบวิธีวิจัย	38
รูปแบบการวิจัย	38
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
วิธีการเก็บข้อมูลและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	38
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
การวัดผลตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	41
การทดสอบเครื่องมือ	44
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	45
บทที่ 4	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	47
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้สื่อภายในองค์กร	49
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อภายในองค์กร	53
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงาน	54
บทที่ 5	76
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการวิจัย	77
อภิปรายผลการวิจัย	81
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้	85

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	86
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	88
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	89
ตารางรายงานผลการวิเคราะห์สถิติอ้างอิง Independent Sample t-Test ด้านแรงจูงใจเป็นราย ข้อ จำแนกตามเจเนอเรชันของพนักงานออกเป็นเจเนอเรชันเอกซ์และเจเนอเรชันวาย	95
ประวัติผู้เขียน.....	98



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	47
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	47
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสายงาน	48
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับตำแหน่ง	48
ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อภายในองค์กร จำแนกตามช่องทางของสื่อ.....	49
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อภายในองค์กร	51
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการใช้สื่อภายในองค์กร โดย เฉลี่ยครั้งละกี่นาที.....	52
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กร.....	52
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการใช้ สื่อภายในองค์กรจำแนกตามช่องทางของสื่อ.....	53
ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชัน เอกซ์ที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	55
ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชันวาย ที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	56
ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชัน เอกซ์ที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	58
ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชันวาย ที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม.....	59
ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชัน เอกซ์ที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจาก อัตลักษณ์.....	61

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชันวาย ที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจาก อัตลักษณ์.....	62
ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มี ต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	64
ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มี ต่อแรงจูงใจโดยรวมแต่ละประเภท	65
ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานจำแนกตามช่องทางของ สื่อ	66
ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานแต่ละครั้ง.....	67
ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานจำแนกตาม ช่องทางของสื่อ.....	68
ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานจำแนกตามประเภทของ แรงจูงใจ	69
ตารางที่ 22 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์.....	70
ตารางที่ 23 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์.....	70
ตารางที่ 24 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย.....	71
ตารางที่ 25 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย.....	71
ตารางที่ 26 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย.....	72
ตารางที่ 27 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย.....	72
ตารางที่ 28 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์	73

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย 74

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 74

ตารางที่ 31 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันด้านการใช้อีเมลในที่ทำงานของ พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 79

ตารางที่ 32 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันด้านความพึงพอใจต่อการใช้อีเมล ในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 79

ตารางที่ 33 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันด้านแรงจูงใจในการทำงานของ พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 80

ตารางที่ 34 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อีเมลในที่ทำงาน และ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 80

ตารางที่ 35 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้อีเมล ในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย 81

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพแสดงสัญลักษณ์ และอาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัทตรีเพชรฯ.....	26
ภาพที่ 2 ภาพแสดงสัญลักษณ์กลุ่มตรีเพชร	26
ภาพที่ 3 แสดงสัญลักษณ์ Mitsubishi Corporation Japan Co., Ltd. และ Isuzu Motors Co., Ltd.....	27
ภาพที่ 4 ภาพแสดงวัฒนธรรมการทำงานแบบผสมระหว่างไทย และญี่ปุ่น	28



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ในทุกองค์กรมักประกอบไปด้วยพนักงานที่หลากหลาย และมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะคนที่มาจากต่างเจเนอเรชัน ซึ่งเติบโตมาจากสภาวะแวดล้อมทางสังคมที่ต่างกัน มีเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต่างกัน ส่งผลให้คนที่อยู่ในแต่ละเจเนอเรชันมีความแตกต่างกัน ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความคิด ความเชื่อ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรมและการแสดงออกต่อเรื่องต่าง ๆ รวมไปถึงส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงานของคนในแต่ละเจเนอเรชันแตกต่างกันตามไปด้วย (Joshi, 2011)

เจเนอเรชันของคนวัยทำงานแบ่งออกตามความนิยมได้เป็น 4 กลุ่ม โดยใช้ปีที่เกิดเป็นเกณฑ์ ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) คือกลุ่มพนักงานที่เกิดระหว่างปีพ.ศ.2489-2507 กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) คือกลุ่มพนักงานที่เกิดระหว่างปีพ.ศ.2508-2522 กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) คือกลุ่มพนักงานที่เกิดระหว่างปีพ.ศ.2523-2540 และกลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันซี (Generation Z) คือกลุ่มพนักงานที่เกิดหลังปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ que เริ่มก้าวเข้าสู่สังคมการทำงานในปัจจุบัน (มนัสวี ศรีนนท์ , 2561)

องค์กรที่สนใจศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัท ตรีเพชรรีซูซูเซลส์ จำกัด (TIS) หรือ ตรีเพชรฯ ซึ่งกำลังเผชิญกับสถานการณ์ความหลากหลายของเจเนอเรชันอยู่เช่นกัน ตรีเพชรฯ เป็นองค์กรร่วมทุนข้ามชาติ ระหว่างผู้ถือหุ้นคนไทย และบริษัท มิตรซูบิซิคอร์ปอเรชัน โดเกียว โดยมีบริษัท คู่ค้าสำคัญคือบริษัทอีซูซูมอเตอร์ เจแปน จำกัด ในการบริหารและดำเนินงานต่าง ๆ ตรีเพชรฯ ใช้วัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นกับพนักงานทุกคน ซึ่งพนักงานร้อยละ 95 เป็นคนไทย ตรีเพชรฯ เน้นรูปแบบการทำงานเป็นทีม มีการแบ่งทีมออกเป็นทีมย่อยคือส่วนงาน และให้อำนาจผู้จัดการส่วนงานในการบริหารจัดการงานภายในทีมของตนเอง โดยมีขอบเขตการตัดสินใจอยู่ภายใต้การดูแลของผู้จัดการฝ่าย ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลทุกทีมย่อยภายใต้ฝ่ายเดียวกัน มีความเข้มงวดแตกต่างจากวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรไทยทั่วไป ทั้งในด้านระเบียบวินัย เช่น เรื่องเวลาในการทำงาน โดย ตรีเพชรฯ มีเวลาในการเข้างานคือ 8:30 น. และออกจากงานเวลา 17:00 น. หากพนักงานเข้างานสายคือเข้างานตั้งแต่ 8:31 น. - 9:00 น. จะมีการบันทึกเข้างานสาย 1 ครั้ง โดยอนุโลมให้พนักงานสามารถสายได้ 5 ครั้งภายในระยะเวลา 1 ปี และจำนวนครั้งในการสายจะถูกนำไปคิดร่วมกับการประเมินผลงาน และมีผลต่อการเลื่อนระดับประจำปีอีกด้วย ซึ่งระบบการบันทึกเวลาการทำงานของ ตรีเพชรฯ ใช้ระบบการตรวจจับใบหน้า ควบคุมดูแลโดยระบบคอมพิวเตอร์อัตโนมัติ ตั้งค่าจาก

ระเบียบข้อบังคับของบริษัทที่มีรายละเอียดปลีกย่อยลงไปถึงหน่วยงานที เป็นต้น ด้านมารยาทในที่ทำงาน ที่ยังคงให้ความสำคัญกับความอาวุโส และระดับชั้นการบริหารงาน รวมถึงระบบทีมในการทำงานที่แบ่งออกเป็นทีมย่อย และบริหารงานภายใต้ฝ่าย นอกจากนี้ยังแบ่งพนักงานออกเป็นหลายระดับและกำหนดขอบเขตของอำนาจ หน้าที่ รวมถึงการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างชัดเจนและแตกต่างกันตามลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย

ดังนั้น นอกจากวัฒนธรรมขององค์กรที่ใช้รูปแบบของญี่ปุ่นอย่างเคร่งครัดแล้วนั้น รูปแบบการสื่อสารและสื่อที่ใช้ภายในตรีเพชรฯ จึงเป็นลักษณะผสมผสานกันทั้งเรื่องของภาษา ระหว่างภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลักที่ใช้ในองค์กร และภาษาไทย อีกทั้งรูปแบบวัฒนธรรมการทำงานมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น ที่มีความแข็งแกร่งด้านการทำงานเป็นทีม มีระบบการรายงานและแจ้งเพื่อทราบที่บังคับใช้อย่างเคร่งครัดและชัดเจน กับความยืดหยุ่นและเป็นกันเองของคนไทย เช่น การปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงานเฉพาะหน้าในสถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ หรือการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานที่อายุงานไม่มาก หรือไม่อาวุโสเท่าคนอื่น ๆ ในทีม เพื่อนำความคิดเห็นส่วนรวมมาหาวิธีการทำงานต่อไปร่วมกัน เป็นต้น ตรีเพชรฯ จึงจำเป็นต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงพนักงานทั้งหมด และเพื่อให้เนื้อหาข่าวสารนั้น ๆ ส่งต่อไปยังพนักงานแต่ละระดับได้อย่างเหมาะสม โดยเนื้อหาของข่าวสารที่ตรีเพชรฯ สื่อสารไปยังพนักงาน แบ่งเป็นหลายระดับด้วยกัน ตั้งแต่เรื่องที่เป็นทางการ เช่น การเผยแพร่นโยบายการบริหารและดำเนินงานขององค์กร การเปลี่ยนแปลงผังองค์กร การประกาศกฎระเบียบต่างๆ เป็นต้น ไปจนถึงเรื่องที่สามารถใช้การสื่อสารแบบเป็นกันเองได้ เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในของหน่วยงานต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการทำงาน เป็นต้น (จก. ตรีเพชรอีซูซุเซลส์, 2021)

จากวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นของตรีเพชรฯ ที่เน้นการทำงานเป็นทีม ตรีเพชรฯ อาศัยความแตกต่างและหลากหลายของพนักงาน โดยเฉพาะความหลากหลายของพนักงานในแต่ละเจเนอเรชัน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการแบ่งปันและรวบรวมความคิด แนวคิดริเริ่มเกี่ยวกับธุรกิจ และพัฒนาต่อยอดธุรกิจมาโดยตลอด ซึ่งมักเกิดปัญหาเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันของพนักงานที่อยู่ในเจเนอเรชันที่แตกต่างกัน โดยอาจเกิดจากพื้นฐานของความคิด และมุมมองที่แตกต่างกัน รวมไปถึงลักษณะของการใช้สื่อภายในองค์กรที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานที่อยู่ในแต่ละเจเนอเรชันมีความแตกต่างกันตามไปด้วย

สำหรับตรีเพชรฯ ปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องหลักที่กระทบกับการทำงานที่เน้นรูปแบบทีม และการบริหารทรัพยากรบุคคล ในด้านการรักษาพนักงานให้อยู่ทำงานกับบริษัทต่อไป (Retention)

โดยเฉพาะความต้องการขององค์กรที่ต้องการจูงใจให้พนักงานอยากทำงานให้องค์กรอย่างเต็มที่ แม้จะต้องทำงานกับคนที่อยู่ในเจเนอเรชันที่แตกต่างกันก็ตาม การจูงใจพนักงานในแต่ละเจเนอเรชันที่อาจจะมีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกัน ย่อมต้องอาศัยการวางแผน ในขณะที่การสื่อสารภายในองค์กรเอง ก็เป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเข้าถึงพนักงานในทุกเจเนอเรชันได้อย่างทั่วถึง และได้ประสิทธิภาพ

Mathooko และ Mutuku (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลของการสื่อสารภายในองค์กรต่อแรงจูงใจของพนักงาน ในกรณีศึกษาขององค์กร NOKIA SIEMENS NETWORKS ประเทศเคนยา พบว่าช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร และการสื่อสารภายในองค์กรตามหลักการ 7Cs มีผลต่อแรงจูงใจของพนักงานใน Nokia Siemens Networks Kenya ในระดับมาก ช่องทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงานสูงที่สุดคือการสื่อสารด้วยวาจา รองลงมาได้แก่การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร การสื่อสารด้วยภาพ (ทั้งภาพนิ่งและคลิปวิดีโอ) และการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด (น้ำเสียง การสัมผัส สกิลินและ การเคลื่อนไหวของร่างกาย) สำหรับด้านการสื่อสารภายในองค์กรตามหลักการของ 7Cs ทั้ง 7 องค์ประกอบได้แก่ ความชัดเจน ความสุภาพ ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ความกระชับ ความรอบคอบในการพิจารณาเนื้อหาของสาร และความเป็นรูปธรรม ล้วนมีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานทั้งหมด จากผลการวิจัยดังกล่าว สังเกตได้ว่าการสื่อสารที่เหมาะสม และเปิดกว้างสำหรับพนักงานนำไปสู่ความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องวิสัยทัศน์ เป้าหมายขององค์กร และการทำงานก่อให้เกิดการเปิดกว้างและความไว้วางใจร่วมกันภายในทีมงาน และพนักงานในองค์กรมีแนวโน้มที่จะมีขวัญกำลังใจในการทำงานสูงขึ้นและมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้นด้วย การศึกษานี้ยังพบอีกว่าการสื่อสารด้วยวาจาแบบตัวต่อตัว ถือเป็นสื่อที่สื่อสารได้อย่างสมบูรณ์มากกว่าการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร เนื่องจากสามารถส่งต่อข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเปิดโอกาสให้สามารถซักถามและชี้แจงข้อสงสัยต่าง ๆ ในเนื้อหาของสารได้ทันที นอกจากนี้การสื่อสารภายในองค์กรควรคำนึงถึงข้อจำกัดด้านเวลา รูปแบบของสื่อ และโครงสร้างขององค์กร ซึ่งล้วนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารและการดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กร

วัฒนธรรมการทำงานและโครงสร้างของตรีเพชรฯ เป็นรูปแบบเฉพาะที่หาได้ยากจากองค์กรอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะรูปแบบการทำงานผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมการทำงานแบบไทยและญี่ปุ่น ที่เน้นการทำงานเป็นทีม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานทุกเจเนอเรชันและต้องทำงานร่วมกันภายในทีมอย่างเต็มที่ แรงจูงใจของพนักงานในแต่ละเจเนอเรชัน จึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร เพื่อช่วยทั้งการจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และช่วยในการรักษาบุคลากรขององค์กร สื่อที่องค์กรใช้ในการสื่อสารกับพนักงาน จึงเป็นช่องทางสำคัญในการสร้าง หรือ

กระตุ้นแรงจูงใจของพนักงานทั้งหมดขององค์กร งานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในองค์กร (บริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด) โดยมุ่งศึกษากับพนักงานจากทั้งเจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวาย เพื่อนำผลของการสำรวจครั้งนี้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผน และออกแบบการสื่อสารภายในองค์กร ให้พนักงานทุกเจเนอเรชันสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างในการใช้สื่อของพนักงานในที่ทำงานระหว่างพนักงานต่างเจเนอเรชัน
5. เพื่อศึกษาความแตกต่างของพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานระหว่างพนักงานต่างเจเนอเรชัน
6. เพื่อศึกษาความแตกต่างของแรงจูงใจในการทำงานระหว่างพนักงานต่างเจเนอเรชัน
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร

คำถามนำวิจัย

1. การใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเป็นอย่างไร
3. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเป็นอย่างไร
4. พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีการใช้สื่อในที่ทำงานแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
6. พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
7. การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

8. ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. การใช้อีเมลในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
3. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
4. การใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กัน
5. ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อมุ่งศึกษาการใช้อีเมลในที่ทำงาน ภายในองค์กรของบริษัท ตรีเพชโรชิชูเซลส์ จำกัด (TIS) เท่านั้น
2. การวิจัยครั้งนี้เลือกเก็บข้อมูลจากพนักงานในบริษัท ตรีเพชโรชิชูเซลส์ จำกัด (TIS) ที่มีอายุงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปเท่านั้น โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์จำนวน 200 ชุด ซึ่งทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2564

นิยามศัพท์

การใช้อีเมลในที่ทำงาน หมายถึง รายละเอียดพฤติกรรมการใช้อีเมลภายในองค์กรของพนักงานในด้านความถี่ในการใช้อีเมล ด้านช่วงเวลาในการเลือกใช้อีเมล ด้านระยะเวลาในการใช้อีเมลภายในองค์กรเพื่อเข้าถึงข้อมูลแต่ละครั้ง และด้านเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล

ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน หมายถึง การที่พนักงานใช้อีเมลในที่ทำงานแต่ละช่องทาง แล้วเกิดความสนใจ และทัศนคติทางบวกต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง เจือ้นไข และแรงผลักดันต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ที่ส่งผลให้พนักงานต้องการทำงานต่อไป โดยวัดจากคะแนนการรายงานตนเองของพนักงานผ่านมาตรวัดแรงจูงใจในแบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภทย่อย ได้แก่

1. แรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก
2. แรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากการปลุกฝังทางสังคม

3. แรงจูงใจแบบอิสระแบ่งออกเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากอัตลักษณ์
4. แรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน

องค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น หมายถึง องค์กรที่มีการร่วมทุนระหว่างไทย และญี่ปุ่น ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทยแต่ยังคงมีบรรยากาศในการทำงานแบบญี่ปุ่น และใช้รูปแบบการจัดการองค์กรที่ได้รับมาจากญี่ปุ่นในการดำเนินงาน ในการวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาบริษัท ตรีเพชรอิชูเซลส์ จำกัด เป็นหลัก

พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ หมายถึงพนักงานที่ทำงานในบริษัท ตรีเพชรอิชูเซลส์ จำกัด โดยมีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป และเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2507 – 2523

พนักงานเจเนอเรชันวาย หมายถึงพนักงานที่ทำงานในบริษัท ตรีเพชรอิชูเซลส์ จำกัด โดยมีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป และเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2524 - 2540

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อวิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมของพนักงาน และนำไปวางแผนในการรักษาบุคลากรที่มีคุณค่ากับองค์กรต่อไปได้
2. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดวิธีการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถสื่อสารไปถึงพนักงานได้อย่างถูกต้องและทั่วถึง
3. การวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เพื่ออ้างอิงสำหรับการศึกษาและวิจัยในองค์กรอื่นๆ ได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย ในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น” ได้ใช้ทฤษฎี แนวคิด รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร
3. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ
5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน

แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนาขึ้นในช่วง 60 - 70 ปีก่อน โดยมีพื้นฐานมาจากการศึกษาสังคมวิทยาในช่วงศตวรรษที่ 20 คำว่าเจนเนอเรชันในตอนเริ่มต้น มีความหมายพื้นฐานถึงรุ่นของคนในครอบครัวเป็นหลัก เช่น รุ่นคุณปู่-คุณย่า-คุณตา-คุณยาย รุ่นคุณพ่อ-คุณแม่ รุ่นลูก รุ่นหลาน เป็นต้น เพื่อใช้เป็นเพียงเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มคนในการศึกษาโดยไม่ได้มีการให้ความหมายที่ชัดเจน จนกระทั่ง Mannheim (1923) นักสังคมศาสตร์ชาวฮังการี ได้ตีพิมพ์งานที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะร่วมของผู้คนในสังคมที่ได้รับอิทธิพลจากบริบททางสังคม และเหตุการณ์ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในแต่ละช่วงเวลาาร่วมกัน ในช่วงอายุใกล้เคียง ๆ กัน เช่น สงครามโลก นวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นต้น โดยอิทธิพลของสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลกับตัวบุคคลทั้งในด้านพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก โดยคนที่เติบโตมาในช่วงเวลาเดียวกัน จะได้รับรู้เหตุการณ์สำคัญดังกล่าวในช่วงอายุเดียวกัน และทำให้เกิดความรู้สึกร่วมต่อเหตุการณ์นั้น ๆ จนนำไปสู่การมีความรู้สึกร่วมในสถานการณ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงบางอย่างร่วมกันได้ (Eyerman and Turner, 1998)

Kupperschmidt (2000) ได้ให้คำนิยามที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายของคำว่าเจนเนอเรชันเอาไว้ว่า เจนเนอเรชัน คือผู้คน กลุ่มคน หรือรุ่นของคนที่เกิดในปีใกล้เคียงกัน และมีประสบการณ์ในแต่ละช่วงเวลาของชีวิตที่ผ่านมาใกล้เคียงกัน ได้รับอิทธิพล หรือผลกระทบจากเหตุการณ์และปัจจัยหลายอย่างคล้ายกัน โดยปัจจัยในที่นี้หมายถึงรวมถึงทัศนคติของสังคมแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง และเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เช่น สงครามเวียดนาม หรือแม้กระทั่งการลดขนาดองค์กรในปัจจุบัน เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลทำให้คนในแต่ละรุ่นเกิดบุคลิกหรือลักษณะร่วมกันบางอย่างขึ้น ซึ่งจะเป็นบุคลิกหรือลักษณะที่

คนในรุ่นนั้นมีคล้ายกันแม้แต่ปะเจกบุคคลจะมีความแตกต่างกันก็ตาม โดยบุคลิกหรือลักษณะร่วมดังกล่าว ครอบคลุมไปถึงการให้คุณค่าและความหมายในสิ่งต่าง ๆ ทศนคติ ความชื่นชอบ และพฤติกรรมของคนในแต่ละรุ่นด้วย

Kingl (2020) กล่าวเกี่ยวกับความแตกต่างของเจเนอเรชัน โดยพิจารณาเพิ่มเติมด้านการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลและเทคโนโลยีในปัจจุบันของคนในแต่ละเจเนอเรชันด้วย เนื่องจากคนในแต่ละเจเนอเรชัน มีช่วงเวลาในการก้าวเข้าสู่ยุคดังกล่าวต่างกัน โดยคนในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลในช่วงวัยกลางคน คนในเจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น คนในเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลตั้งแต่ช่วงวัยเด็กที่มีอัตราการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับที่สูง และคนในเจเนอเรชันซี (Generation Z) ที่เกิดมาในยุคดิจิทัล นี่จึงเป็นความแตกต่างสำคัญสำหรับคนในแต่ละเจเนอเรชัน

นอกจากนี้ Kotler, Kartajaya and Setiawan (2021) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของความแตกต่างทางสิ่งแวดล้อมของสังคมวัฒนธรรม และประสบการณ์ชีวิต ของคนในแต่ละเจเนอเรชันที่เติบโตมาในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างของลักษณะความชื่นชอบ และทัศนคติของคนในแต่ละเจเนอเรชันในด้านการตลาด แม้นักการตลาดจะมีความเชื่อพื้นฐานว่าคนแต่ละคนมีความชื่นชอบ และทัศนคติความแตกต่างกันก็ตาม แต่ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ยังต้องพึ่งพาการสื่อสารการตลาดในระดับ Mass เจเนอเรชันก็ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นเกณฑ์เพื่อแบ่ง Mass-Marketing Segment และทำการศึกษาแต่ละเจเนอเรชันเพื่อดูแนวโน้มของคนในแต่ละเจเนอเรชัน และนำแนวโน้มดังกล่าวไปประยุกต์กับการบริหารจัดการการสื่อสารการตลาดเพื่อเป้าหมายคือความนิยมชมชอบจากคนในระดับ Mass นั่นเอง

ในด้านการบริหารงานบุคคลขององค์กร ความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันเองก็ส่งผลต่อการบริหารจัดการไม่แพ้งานด้านการตลาด และจากความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันที่ถูกแบ่งคร่าว ๆ โดยปีเกิด และประสบการณ์ต่างๆในแต่ละช่วงเวลาของชีวิต (Joshi, 2011) องค์กรในยุคปัจจุบันโดยทั่วไปที่มักประกอบไปด้วยคนจาก 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ เจเนอเรชัน Veterans ปีเกิดอยู่ในระหว่าง ค.ศ. 1925 - 1942, เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) ปีเกิดอยู่ในระหว่าง ค.ศ. 1943 - 1960, เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) ปีเกิดอยู่ในระหว่าง ค.ศ. 1961 - 1981 และ เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ปีเกิดอยู่ตั้งแต่ ค.ศ. 1982 ในการบริหารงานด้านบุคคลที่ต้องจัดการงานต่างๆเกี่ยวข้องกับบุคคลในองค์กรโดยตรง จึงต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันนี้อยู่เสมอ เช่น การให้คุณค่าในการทำงานหนัก การเคารพในสถานะและอำนาจตามระบบบังคับบัญชา ของการทำงาน การเชื่อมั่นในกฎระเบียบและกฎหมาย ระดับของความอดทนสูง และความสำคัญ

ระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งแต่ละเจเนอเรชันก็มีความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อเรื่องต่างๆเหล่านี้ต่างกัน

โดยในครั้งนี้เลือกศึกษาเจเนอเรชันเอกซ์และวาย ซึ่งเป็น 2 เจเนอเรชันหลักที่กำลังอยู่ในวัยทำงาน โดยเฉพาะในประเทศไทย และเป็นกลุ่มประชากรเกือบทั้งหมดขององค์กรในประเทศไทยในปัจจุบัน โดยอ้างอิงหลักการแบ่งเจเนอเรชันจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งให้หลักเกณฑ์เอาไว้ในเอกสารหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ “เจาะเทรนด์โลก 2021 โดย TCDC” ว่า เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) คือ กลุ่มคนที่มีปีเกิดอยู่ระหว่าง ค.ศ. 1965 - 1980 และเจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ มิลเลนเนียล (Millennial) ตามที่ระบุในเอกสาร คือ คนที่มีปีเกิดอยู่ระหว่าง ค.ศ. 1981 - 1996

1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันเอกซ์ และการทำงาน

คนในเจเนอเรชันเอกซ์ คือ กลุ่มคนที่มีปีเกิดอยู่ระหว่าง ค.ศ. 1965 - 1980 และเติบโตมาท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดเมื่อเทียบกับทุกเจเนอเรชัน ซึ่งเป็นยุคที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ได้เข้าไปถึงการศึกษาระดับสูง เติบโตขึ้นมาในครอบครัวที่มีขนาดเล็กกว่าเจเนอเรชันก่อนหน้า ในยุคที่มีอัตราการเกิดของเด็กลดลง และอัตราการหย่าร้างที่ก่อให้เกิดครอบครัวเลี้ยงเดี่ยวเพิ่มสูงมากขึ้น พ่อหรือแม่ของคนในเจเนอเรชันเอกซ์มักได้รับการศึกษาในระดับที่สูง ส่งผลให้ทั้งพ่อหรือแม่ส่วนใหญ่ของคนเจเนอเรชันเอกซ์ต้องออกไปทำงานในระหว่างการเลี้ยงดูมากกว่าเจเนอเรชันก่อนหน้า (Sok, Lub and Blomme, 2014)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้สรุปและนำเสนอสิ่งที่คนในเจเนอเรชันเอกซ์ให้ความสำคัญ คือการมีเวลาเป็นของตนเอง โดยให้คุณค่าผ่านงานอดิเรกที่ดีและแปลกใหม่ และถือว่างานอดิเรกดังกล่าว หรือการมีกิจกรรมทำในช่วงเวลาของตนเองนั้น เป็นสิ่งที่ช่วยลดความเครียด ไม่ว่าจะเป็งานอดิเรกที่เกี่ยวข้องกับการกิน การออกกำลังกาย หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้คนในเจเนอเรชันเอกซ์ยังให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงอีกด้วย สำหรับการใช้สื่อประเภทโซเชียลมีเดีย เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่คนในเจเนอเรชันเอกซ์ให้ความสนใจและสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากชาวเจเนอเรชันเอกซ์มักให้ความสนใจกับสิ่งใหม่ ๆ หรือกระแสรอบ ๆ ตัวที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลมาจากเจเนอเรชันซีที่เป็นลูกหลานอีกด้วย โดยเฉพาะสื่อที่เกี่ยวข้องและตรงกับสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น สินค้าที่วางขายโดยตรงจากผู้ผลิตผ่านสื่อออนไลน์ การโหลดแอปพลิเคชันฟังเพลง หรือพอดแคสต์เพื่อฟังข่าว แต่ในขณะเดียวกัน คนเจเนอเรชันเอกซ์ก็ยังไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ได้มากเท่าคนเจเนอเรชัน

วายหรือเจเนอเรชันซี ซึ่งจะพบเห็นได้จากการสร้างกิจกรรมประจำวันใหม่ ๆ หรือทำพฤติกรรมใหม่ ๆ ตามเคล็ดลับบนอินเทอร์เน็ต

ในด้านการทำงาน Purry (2014) ได้ระบุค่านิยมของคนเจเนอเรชันเอกซ์ไว้ว่า คนในเจเนอเรชันเอกซ์ถูกรับรู้ว่าเป็นคนเปื่อง่าย มีคาบเวลาของความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งสั้น และคาดหวังที่จะเห็นผลสำเร็จหรือได้รับผลตอบแทน หรือความพึงพอใจจากการกระทำใด ๆ ในระยะเวลาอันสั้น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นกลุ่มคนที่พึ่งพาตนเองเป็นหลัก สามารถปรับตัวเข้ากับ ความหลากหลายต่าง ๆ ได้ดี และเรียนรู้ข้อมูลต่าง ๆ จากหลากหลายแหล่งได้ดี มีค่านิยมหลักคือ เรื่องของความซื่อสัตย์ และความสมดุลในการใช้ชีวิต

นอกจากนี้ Sok, Lub and Blomme (2014) ได้อธิบายการให้คุณค่าสำหรับด้านการ ทำงานของคนเจเนอเรชันเอกซ์ ว่าคนเจเนอเรชันเอกซ์มีแนวโน้มที่จะยึดการทำงานเป็นหลักน้อยกว่าคนในเจเนอเรชันก่อนหน้า เนื่องจากเกิดและเติบโตมาในยุคที่มีอัตราการหย่าร้างสูง ประกอบกับการเห็นคนเป็นพ่อหรือแม่ที่ต้องทำงาน เนื่องจากเป็นยุคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงมาก ทำให้พ่อและแม่ของคนเจเนอเรชันเอกซ์ต้องออกไปทำงานนอกบ้านทั้งคู่ และมีเวลาให้กับครอบครัวและการเลี้ยงดูตนเองน้อยลง จึงเป็นที่มาของการให้ความสำคัญกับสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวมากขึ้นกว่าชีวิตการทำงาน

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันวาย และการทำงาน

คนในเจเนอเรชันวาย คือ กลุ่มคนที่มีปีเกิดอยู่ระหว่าง ค.ศ. 1981 - 1996 เกิดมาในยุคแห่งความเจริญรุ่งเรือง ที่มีอัตราการถือครองอสังหาริมทรัพย์ และการเติบโตของรายได้สูงมาก ซึ่งเกิดจากการเติบโตทางการศึกษาที่สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตของคนในเจเนอเรชันวาย ต้องเติบโตขึ้นมาพบกับยุคที่สภาวะทางเศรษฐกิจไม่มั่นคง ทำให้ตลาดงานของคนในเจเนอเรชันวายจึงไม่มั่นคงตามไปด้วย นอกจากนี้ คนในเจเนอเรชันวายยังเติบโตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการใช้งานโดยทั่วไปอย่างแพร่หลายและทั่วถึง (Sok, Lub and Blomme, 2014)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้สรุปและนำเสนอสิ่งที่คนในเจเนอเรชันวายหรือถูกเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าชาวมิลเลนเนียล (Millennial) ว่าเป็นกลุ่มคนที่ยึดถือเรื่องสุขภาพ (Wellness) มากที่สุด จนกลายเป็นกลุ่มสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนกระแสเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวให้กลายเป็นกระแสสังคม ตลอดจนกลายเป็นธุรกิจหรือสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความสมดุลในชีวิตและหน้าที่การงานที่เป็นค่านิยมหลักของคนเจเนอเรชันวาย คนเจเนอเรชัน

วายนเน้นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Travel) ที่มุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่นั้นๆ เพื่อความสมดุลของร่างกายและจิตใจให้ได้พักผ่อนจากการทำงานที่เคร่งเครียด ด้านเปิดรับเทคโนโลยีหรือสื่อสังคม คนเจนเนอเรชันวายสามารถปรับตัวเปิดรับเทคโนโลยีหรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และกลายเป็นกลุ่มคนที่เสพติดโซเชียลมีเดีย เมื่อทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามจะต้องโพสต์เรื่องราวเหล่านั้นลงบนสื่อของตนเอง เมื่อยิ่งใช้มากขึ้น ก็ยิ่งทำให้คนเจนเนอเรชันวายเกิดความเหงามากขึ้น และพยายามหากิจกรรมอื่น ๆ ทำในวันหยุดหรือวันที่ต้องการพักผ่อน ทำให้เกิดความพยายามหลีกเลี่ยงชีวิตดิจิทัล และมองหากการพบปะสังสรรค์ในชีวิตจริง ไม่ว่าจะเป็นการนัดสังสรรค์ หรือแม้กระทั่งการหาสัตว์เลี้ยง หรือปลูกต้นไม้ แต่ในขณะเดียวกัน ก็มองหากการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมของตนผ่านทางออนไลน์มากจนกลายเป็นกลุ่มลูกค้าอันดับหนึ่งของธุรกิจการทำตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ ยังเกิดเป็นกระแสที่คนเจนเนอเรชันยานิยมทำงานฟรีแลนซ์ และทำงานจากบ้านเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองค่านิยมของความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต (Work-Life Balance) นั้นเอง

ในด้านการทำงาน Purry (2014) ได้ระบุค่านิยมของคนเจนเนอเรชันวายไว้ว่า คนในเจนเนอเรชันยามักมุ่งหวังผลสำเร็จของทีม ให้ความสำคัญกับการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม และความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างคนในทีม ในขณะเดียวกันก็นำเทคโนโลยีที่ตนเองคุ้นเคยมาช่วยลดภาระในการทำงานมากกว่าคนในเจนเนอเรชันอื่น ๆ คนในเจนเนอเรชันวายมีค่านิยมหลัก คือการโหม่งโลกในแง่ดี ความมั่นใจในตนเอง ความสำเร็จ การเข้าสังคม ความมีคุณธรรม และให้ความสำคัญกับเรื่องของความหลากหลายในสังคม

Sok, Lub and Blomme (2014) กล่าวถึงคนในเจนเนอเรชันวายในด้านของการทำงานว่าเป็นกลุ่มคนที่นำเทคโนโลยีมาช่วยในชีวิตการทำงานให้เกิดความยืดหยุ่น ซึ่งส่งผลไปถึงขอบเขตของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวที่ค่อย ๆ หายไป และทำให้เกิดการหลอมรวมกันระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว คนในเจนเนอเรชันวายจึงมองหากการทำงานที่ผ่อนคลายมากกว่าคนในเจนเนอเรชันเอกซ์ เช่น การพิจารณาเลือกงานที่ให้ผลตอบแทนเป็นวันหยุดมากกว่า เป็นต้น อีกทั้งจากการเติบโตขึ้นมาในครอบครัวที่ทั้งพ่อและแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากกว่าเจนเนอเรชันเอกซ์ และการเติบโตของเทคโนโลยีและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ก้าวกระโดด ทำให้คนในเจนเนอเรชันวายได้รับการปลูกฝังทางความคิดและความเชื่อจากสื่อที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลถึงความคิดความเชื่อของคนในเจนเนอเรชันวาย ทำให้เกิดการให้คุณค่าเรื่องความเท่าเทียมระหว่างเพศชายและเพศหญิง ทั้งบทบาทด้านการทำงานและชีวิตส่วนตัว

จากความไม่ชัดเจนเรื่องขอบเขตระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวนี้เอง คนในเจเนอเรชันวาย จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตทั้ง 2 ด้านน้อยลง แต่ต้องการการควมรวบรวมระหว่างชีวิตทั้ง 2 ด้านมากขึ้นโดยไม่มีการแบ่งแยกอีกต่อไป จากการศึกษาของ Anderson (2021) คนในเจเนอเรชันวายเติบโตขึ้นมาพร้อมกับการเห็นภาพของคนในครอบครัวออกจากบ้านไปทำงานข้างนอกเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ทำให้คนในเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่มักมีภาพที่ไม่ดี หรือมีทัศนคติแง่ลบต่อการทำงานนั่งโต๊ะ ที่ถูกกำหนดกรอบอย่างชัดเจน พวกเขาต้องการความยืดหยุ่น และการเปิดกว้าง ทั้งในแง่มุมมองของการทำงาน และกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบการทำงานที่ไม่จำเป็นต้องนั่งอยู่กับโต๊ะ หรือเข้าไปทำในสำนักงานแต่เพียงอย่างเดียว สิ่งเหล่านี้ไม่ได้หมายความว่าคนในเจเนอเรชันวายไม่ชอบทำงาน เพียงแต่คนในเจเนอเรชันวายต้องการสภาวะแวดล้อมในการทำงานที่ยืดหยุ่น และทำให้พวกเขารู้สึกผ่อนคลายไปพร้อมกับการทำงานได้ โดยจากผลการศึกษาพบว่า หากคนเจเนอเรชันวายอยู่ในสภาวะแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมแล้ว พวกเขาสามารถทำงานได้มากถึงสัปดาห์ละ 60 ถึง 70 ชั่วโมง หรือแม้กระทั่งยอมทำงานล่วงเวลาในช่วงเย็นและวันหยุดอย่างเต็มที่ด้วย

นอกจากนี้คนในเจเนอเรชันวายยังมุ่งหวังต่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการทำงานของพวกเขา โดยเป็นปัจจัยที่ถูกจัดอันดับให้เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ Rook (2015) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าคนในเจเนอเรชันวายเติบโตมาในยุคสมัยที่การจับจองที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์เป็นเรื่องยากเกินตัว เนื่องจากอยู่ในสภาวะถดถอยของเศรษฐกิจและตลาดแรงงาน ส่งผลไปถึงความยากลำบากในการหางานของคนเจเนอเรชันนี้ด้วย Rook ได้อ้างถึงการศึกษาของ Metlife ว่าคนในเจเนอเรชันวายมากถึงร้อยละ 86 ระบุว่าตนให้ความสำคัญกับการได้รับผลประโยชน์หรือเงินค่าตอบแทนที่คุ้มค่าและเหมาะสมกับสถานการณ์และอายุของพวกเขาแต่ละคน และมีคนมากถึงร้อยละ 68 ที่ระบุให้ค่าตอบแทนเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำงานของพวกเขา

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวายข้างต้นทั้งหมด สามารถสังเกตเห็นความแตกต่างของทั้ง 2 เจเนอเรชัน ในเรื่องของการปรับตัวเข้าสู่เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งการสื่อสารเองก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี จึงเป็นไปได้ว่าคนในแต่ละเจเนอเรชันอาจมีความแตกต่างกันในเรื่องของการใช้สื่อ และเรื่องของคุณค่าและค่านิยมต่าง ๆ ในการทำงาน ที่แต่ละเจเนอเรชันมีแตกต่างกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร

องค์กรเปรียบเสมือนที่ตั้ง หรือสถานที่ที่คนหรือพนักงานมารวมตัวกัน โดยมีจุดประสงค์คือ การมาทำงานและดำเนินกิจกรรมต่างๆ การสื่อสารในองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยถ่ายทอดข้อมูล และความรู้ระหว่างสมาชิกภายในองค์กรและสร้างความเข้าใจที่ตรงกันให้กับคนทั้งองค์กรได้ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและการดำเนินงานขององค์กร (ณัฐชูดา, 2553)

Miller (2008) ระบุถึงที่มาของการสื่อสารภายในองค์กร ว่าเป็นการนำแนวคิดที่ซับซ้อน 2 แนวคิดมารวมกัน ได้แก่แนวคิดเกี่ยวกับองค์กร และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวทางในการศึกษา และอธิบายการสื่อสารภายในองค์กรต้องเกี่ยวพันกับความสนใจเฉพาะทางที่หลากหลายจำนวนมาก นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า องค์กร คือสังคมย่อยสังคมหนึ่งที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมเดียวกัน มี การทำกิจกรรมหลายอย่างซึ่งล้วนสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันเพื่อความสำเร็จและเป้าหมายของ องค์กร ดังนั้น แนวทางในการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรจึงมักอธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของ บริบทภายในองค์กรที่ส่งผลต่อขั้นตอนของการสื่อสาร และอธิบายลักษณะของการสื่อสารที่ในแต่ละ องค์กร ว่ามีผลทำให้แต่ละองค์กรมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ อย่างไร

Cowan (2017) กล่าวถึงการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ว่าเรามักได้เห็นรูปแบบการสื่อสารแบบ ตอบโต้กันไปมาในกล่องสนทนาเป็นปกติ เป็นรูปแบบการสื่อสาร 2 ทางที่ผู้คนเข้าถึงและจับต้องได้ ซึ่งกลายเป็นมาตรฐานของการสื่อสาร และกลายเป็นจุดเด่นสำคัญที่แตกต่างจากการสื่อสารในยุคผ่าน ๆ มา ในยุคปัจจุบัน การสื่อสารภายในองค์กรต้องมองหาวิธีในการสื่อสารใหม่ ๆ ที่มีชีวิตชีวา มี รูปแบบหลากหลายและไม่อยู่นิ่ง โดยเน้นทิศทางในการสื่อสารครบรอบด้านทั้ง 3 ทิศทาง ได้แก่ การ สื่อสารจากด้านล่างขึ้นด้านบน (Up) การสื่อสารจากด้านบนลงด้านล่าง (Down) และ การสื่อสาร ภายในระดับเดียวกัน (Across) โดยต้องการให้คนในองค์กรมีส่วนร่วมอย่างมากในการสื่อสารทั้ง 3 ทิศทาง กระบวนการดังกล่าวนี้ Cowan เรียกว่า Infusion และในกระบวนการดังกล่าวยังมี 3 ปัจจัย สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ระบบการสื่อสารภายในองค์กร ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร และการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพ และมีความดึงดูดต่อพนักงานทั้ง ในแง่มุมมองการทำงาน และมุมมองส่วนตัวของพนักงาน ทั้ง 3 ปัจจัยเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คำว่า องค์กรถูกเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสถานที่ที่คนมาอยู่รวมกันเพื่อทำงาน กลายเป็นสังคมที่คนมา ทำงานร่วมกัน ดังนั้น การสื่อสารจึงกลายเป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องลงทุนเพื่อผลสำเร็จต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นแง่ของการบริหารจัดการความรู้ต่าง ๆ ในองค์กรอย่างเป็นระบบ เกิดความ ชัดเจนในการส่งต่อเป้าหมาย นโยบายและรายละเอียดในการทำงาน เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

ระหว่างพนักงานในองค์กร และทำให้พนักงานสามารถแสดงความสามารถเพื่อผลสำเร็จขององค์กรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

1. การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท ตรีเพชรอิซูซุเซลส์ จำกัด (ตรีเพชรฯ)

ภาพที่ 1 ภาพแสดงสัญลักษณ์ และอาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัทตรีเพชรฯ



อ้างอิงข้อมูลแนะนำองค์กรภายในเว็บไซต์ของบริษัท ตรีเพชรอิซูซุเซลส์ จำกัด กลุ่มตรีเพชรดำเนินธุรกิจครบวงจรเกี่ยวกับการขายส่งรถยนต์และรถบรรทุกอิซูซุ (Isuzu) โดยมีบริษัทในกลุ่มทั้งหมด 11 บริษัท ได้แก่

ภาพที่ 2 ภาพแสดงสัญลักษณ์กลุ่มตรีเพชร



CHULALONGKORN UNIVERSITY

- | | |
|--|---|
| 1) Tri Petch Isuzu Sales Co., Ltd. | 7) Isuzu Andaman Sales Co., Ltd. |
| 2) Tri Petch Isuzu Leasing Co., Ltd. | 8) Tri Petch Isuzu Sales Cambodia Co., Ltd. |
| 3) Tri Petch Insurance Service Co., Ltd. | 9) Pattana Thai Borikarn Co., Ltd. |
| 4) Tri Petch IT Solutions Co., Ltd. | 10) Tri Petch Holding Co., Ltd. |
| 5) Tri Petch Isuzu Service Co., Ltd. | 11) Omakase Car Co., Ltd. |
| 6) Auto Technic (Thailand) Co., Ltd. | |

บริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด (ตรีเพชรฯ) เป็นบริษัทหลักจากทั้งหมด 11 บริษัทของกลุ่มตรีเพชรฯ และเป็นองค์กรร่วมทุนระหว่าง Mitsubishi Corporation Japan Co., Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น Isuzu Motors Co., Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น และผู้ถือหุ้นคนไทย เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2517 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 3,000,000,000 (สามพันล้าน) บาท เป็นผู้ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์อีซูซุเพื่อการพาณิชย์ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขึ้นส่วนอะไหล่อีซูซุ และซ่อมบำรุงรถอีซูซุในประเทศไทย รวมทั้งการจัดจำหน่ายรถยนต์อีซูซุเพื่อการพาณิชย์ขนาดเล็กในประเทศลาว และกัมพูชา บริษัทมีเครือข่ายการจำหน่าย รวมทั้งศูนย์บริการและอะไหล่กว่า 300 แห่งทั่วประเทศ

ภาพที่ 3 แสดงสัญลักษณ์ Mitsubishi Corporation Japan Co., Ltd.

และ Isuzu Motors Co., Ltd.



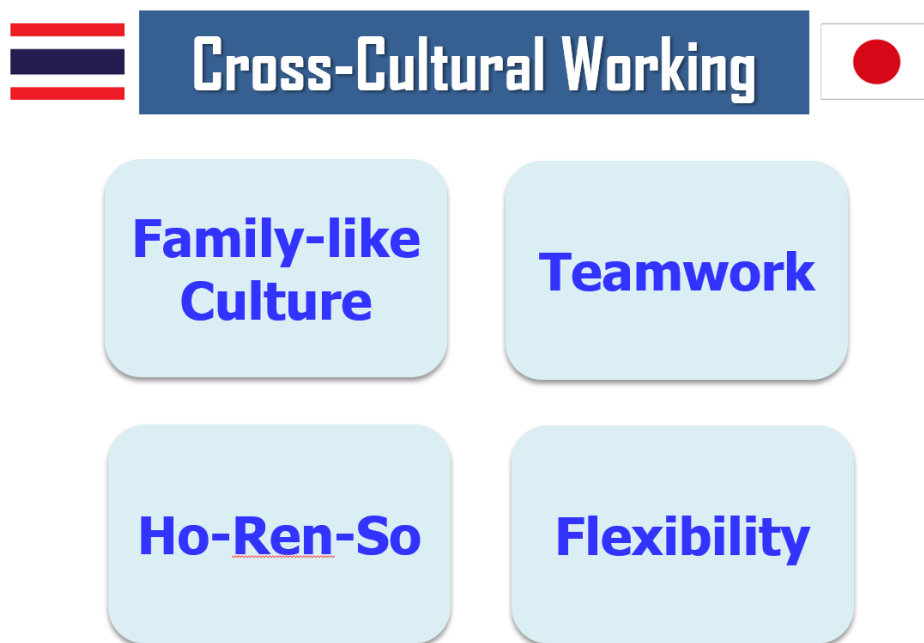
ปัจจุบัน ตรีเพชรฯ มีพนักงานคนไทยทั้งหมดประมาณ 700 คน คิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด โดยแบ่งตามช่วงอายุดังนี้

- | | | |
|----------------------------------|--|--------------|
| 1) อายุมากกว่า 56 ปี | เจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) | จำนวน 10 คน |
| 2) อายุ 42 - 56 ปี | เจนเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) | จำนวน 299 คน |
| 3) อายุ 25 - 41 ปี | เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) | จำนวน 419 คน |
| 4) อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี | เจนเนอเรชันซี (Generation Z) | จำนวน 11 คน |

2. บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร

เนื่องจากตรีเพชรฯ เป็นองค์กรร่วมทุนระหว่างไทยและญี่ปุ่น อีกทั้งมีพนักงานคนญี่ปุ่นดำรงตำแหน่งสำคัญในองค์กรหลาย ๆ ตำแหน่ง ทำให้วัฒนธรรมขององค์กรเป็นรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างญี่ปุ่น และไทย คือทำงานหนัก จริงจัง มีระบบ และเป็นระเบียบแบบญี่ปุ่น แต่ก็ยังมีความเป็นไทยตรงความเป็นกันเองในทีม หัวหน้าใกล้ชิดกับลูกน้อง รวมถึงการพูดจาอ่อนคลายได้ในที่ทำงาน และมีความประนีประนอมซึ่งเป็นจุดร่วมของลักษณะแบบไทย และญี่ปุ่น และมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างทำงานตลอดเวลา โดยมี 4 รูปแบบการทำงานที่ตรีเพชรฯ ระบุเป็นวัฒนธรรมภายในองค์กรอย่างเป็นทางการในเอกสารแนะนำและต้อนรับพนักงานใหม่ ได้แก่

ภาพที่ 4 ภาพแสดงวัฒนธรรมการทำงานแบบผสมระหว่างไทย และญี่ปุ่น ในเอกสารแนะนำและต้อนรับพนักงานใหม่ของตรีเพชรฯ



2.1. กล่องรับความคิดเห็น

จะถูกจัดวางอยู่ในจุดที่พนักงานเข้าถึงได้ง่าย เช่น ด้านข้างบอร์ดประชาสัมพันธ์ บริเวณหน้าชั้นสำนักงาน บริเวณทางเข้าห้องอาหาร เป็นต้น เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานที่ไม่มีโอกาสหรือไม่กล้าเข้าถึงฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นนั้น ๆ และนำความคิดเห็นนั้นมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาการดำเนินงานขององค์กร โดยกล่องจะมีลักษณะเป็นกล่องปิด และทึบแสง ไม่สามารถมองเห็นด้านในได้ และถูก

สื่อด้วยแม่กุญแจ ซึ่งลูกกุญแจจะอยู่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้พนักงานว่าการแสดงความคิดเห็นของพนักงานจะถูกส่งตรงหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยไม่ถูกพบเห็นหรือแทรกแซงโดยบุคคลอื่น

รวมไปถึงช่องทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและผลการปฏิบัติงาน ได้แก่

2.2. การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ประจำปีระหว่างผู้จัดการฝ่ายกับพนักงาน

2.3. การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ประจำปีระหว่างหัวหน้าทีมกับพนักงาน

3. เนื้อหาของสารที่มีอยู่ในการสื่อสารขององค์กร

เนื้อหาของสารที่มีอยู่ในการสื่อสารภายในตรีเพชรฯ ปัจจุบันแบ่งออกได้เป็น 5 หมวดใหญ่ ๆ ได้แก่

3.1. สารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายในการดำเนินงาน และแนวทางการบริหารงานขององค์กร เช่น การประกาศเปลี่ยนแปลงอำนาจ และหลักเกณฑ์การอนุมัติงานด้านต่าง ๆ การประกาศเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการส่งเอกสารเพื่อขออนุมัติงบประมาณ การประกาศคณะกรรมการเพื่อพิจารณาเอกสารเฉพาะอย่าง เป็นต้น

3.2. กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนประกาศทางการต่าง ๆ ขององค์กรที่ต้องการให้พนักงานรับทราบและปฏิบัติตามโดยทั่วกัน เช่น การประกาศเปลี่ยนแปลงสวัสดิการ การประกาศเพิ่มเงินช่วยเหลือ การประกาศเปลี่ยนแปลงจำนวนวันลา เป็นต้น

3.3. การแจ้งและอัปเดตความเคลื่อนไหว ข่าวสาร และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น การประกาศเปลี่ยนแปลงบุคลากร การประกาศเลื่อนระดับประจำปี ข้อความสำคัญประจำปีจากผู้บริหาร เป็นต้น

3.4. การอัปเดตความเคลื่อนไหวของแต่ละบริษัทในกลุ่ม เช่น การประกาศยกระดับกลุ่มบริษัท การประกาศบริษัทใหม่ในกลุ่มบริษัท การประกาศเปลี่ยนแปลงขอบเขตงานของบริษัทในกลุ่ม เป็นต้น

3.5. การอัปเดตความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่จัดกับลูกค้า หรือบุคคลภายนอก เช่น ข่าวโครงการการตลาดใหม่ ๆ ในแต่ละไตรมาส กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน กิจกรรมเพื่อสังคมให้น้ำเพื่อชีวิต เป็นต้น

4. กิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ (Employee Relation)

นอกจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่องค์กรจัดให้มีข้างต้นแล้ว องค์กรยังมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และระหว่างพนักงานด้วยกันเองดังนี้

4.1. กิจกรรมพูดคุยอย่างเป็นกันเองระหว่างพนักงานและประธานหรือผู้บริหารท่านอื่น

กิจกรรมพูดคุยอย่างเป็นกันเองระหว่างมืออาหาร ของตัวแทนพนักงานที่สุ่มเลือกจากพนักงานทั้งหมด และผู้บริหารระดับสูงขององค์กร มีการจัดเป็นประจำทุกปี โดยเฉลี่ยจะจัดปีละ 2 - 3 ครั้ง เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของตนเอง รวมถึงเป็นโอกาสในการถ่ายทอดแนวความคิดและมุมมอง จากทั้งตัวผู้บริหารสู่พนักงาน และตัวพนักงานถึงผู้บริหารด้วย เช่น กิจกรรม Hearty Talk กิจกรรม Creative Talk กิจกรรม ChillChill Talk เป็นต้น

4.2. กิจกรรม Team Building ระหว่างฝ่ายภายในกลุ่มงาน และระหว่างกลุ่มงาน

เป็นการสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยระหว่างพนักงานที่อยู่ต่างฝ่าย หรือต่างกลุ่มงาน แต่ต้องมีการประสานงานระหว่างกัน เพื่อคาดหวังให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารกันหลังจบกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.3. กิจกรรม Summer Trip ภายในกลุ่มงาน

เป็นการสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยระหว่างพนักงานที่อยู่ภายในกลุ่มงานเดียวกัน และคาดหวังให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารกันหลังจบกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.4. กิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในแต่ละปี

เป็นการสร้างความสัมพันธ์และสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง สนุกสนาน ให้เกิดขึ้น และคาดหวังให้พนักงานได้มีโอกาสผ่อนคลาย ตลอดจนได้สื่อสารอย่างเป็นกันเองกับทั้งผู้บริหารและพนักงานคนอื่น ๆ ผ่านกิจกรรมที่จัดให้ เช่น กิจกรรมกีฬา กิจกรรมเดิน-วิ่งมินิมาราธอน กิจกรรมโบว์ลิ่ง กิจกรรมพามาแม่ดูหนัง เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน (Theory of Employee Motivation)

Pinder, 1998 (อ้างถึงใน อรพินทร์ ชูชม, 2558) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจในการทำงานว่า คือเงื่อนไข และแรงผลักดันต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล ซึ่งมีความเข้มข้นและระยะเวลาเพียงพอสอดที่จะกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการทำงาน โดยมีความสำคัญในการช่วยอธิบายและทำนายเหตุผลในการทำงานที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลได้ ดังนั้น การทราบแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการบริหารจัดการให้พนักงานเกิดพฤติกรรมที่องค์กรต้องการได้ เมื่อมองพนักงานเป็นผู้รับสารที่มีสิทธิเลือก (Active Audience) ที่จะรับหรือไม่รับสื่อภายในองค์กรตามมุมมองของงานวิจัยชิ้นนี้แล้ว

งานวิจัยชิ้นนี้จึงแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภท โดยสามารถจัดเป็น 2 รูปแบบของแรงจูงใจ ตามการกำหนดด้วยตนเองของพนักงาน (Gagné & Deci (2005) (อ้างถึงในเจณิกา วังสลาพร, 2555)) ดังนี้

รูปแบบแรงจูงใจแบบควบคุม (Controlled Motivation) คือ ประเภทของแรงจูงใจที่เกิดจากอิทธิพลภายนอก เกี่ยวข้องกับความต้องการของตัวพนักงานเองในระดับต่ำ หรือไม่เกี่ยวข้องเลย แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. การควบคุมจากภายนอก (External Regulation Behavior)

คือ พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกเมื่อถูกควบคุมด้วยความกลัวในการถูกลงโทษ หรือการได้รับการเสริมแรงต่าง ๆ ไม่ได้เป็นผลมาจากความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง เช่น ความกลัวว่าจะถูกปลดออก หรือถูกจูงใจด้วยเงิน

2. การควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคม (Introjected Regulation Behavior)

คือ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการภายใน (Internalization) ที่เป็นผลจากการที่บุคคลยอมรับมาตรฐาน ความคาดหวัง ค่านิยม หรือการตัดสินต่าง ๆ จากสังคมภายนอกเข้ามาเป็นคุณค่าในตนเอง และรับรู้คุณค่าเหล่านั้น เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดอารมณ์ทางลบและการตำหนิตนเองจากการไม่ทำตามความคาดหวังของสังคม เช่น การทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ หรือทำเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นคนไร้ค่า เป็นต้น

รูปแบบแรงจูงใจแบบอิสระ (Autonomous Motivation) คือ ประเภทของแรงจูงใจที่บุคคลสามารถกำหนดได้ด้วยตนเอง แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

3. การควบคุมจากอัตลักษณ์ (Identified Regulation Behavior)

คือ พฤติกรรมที่คนแสดงออกเพื่อระบุความเป็นตนเอง เป็นผลมาจาก 2 กระบวนการ ได้แก่ การรับเอามาตรฐานจากภายนอกเข้ามา ร่วมกับการผสมผสานจนมาตรฐานเหล่านั้นกลายเป็นส่วนหนึ่งของตนเอง เช่น การทำงานเพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพ ที่บุคคลเกิดความรับรู้ในตนเองว่าต้องการที่จะเติบโตจึงทำเฉพาะงานที่เป็นทักษะเฉพาะด้าน การแสดงพฤติกรรมเหล่านี้ บุคคลจะเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของในพฤติกรรมของตน

4. การควบคุมแบบผสมผสาน (Integrated Regulation Behavior)

คือพฤติกรรมที่คนสามารถระบุถึงเหตุผลของตนเองได้ในการกระทำ มีความคงเส้นคงวา รับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของพฤติกรรมนั้นๆ จนเกิดการผสมผสานกลายเป็นส่วนหนึ่งของตนเองขึ้น เช่น การต้องการให้ผลงานออกมาได้ดีที่สุด หรือการทำในสิ่งที่ตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมที่บุคคลกำหนดได้ด้วยตนเองอย่างแท้จริง

4. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ (Theory of Media Use)

ในการใช้สื่อ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบในการเลือกเปิดรับ ในกระบวนการของการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) ที่บุคคลกระทำเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสารที่ถูกส่งมา และนำความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องหรือสารนั้น ไปใช้ประโยชน์ หรือนำไปประกอบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสารมีองค์ประกอบที่แบ่งโดย Klapper อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร (2554) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

การเปิดรับสารของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน เป็นผลมาจากทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกเปิดรับเป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่อยู่ตลอดเวลา เนื่องจากบุคคลจะเลือกรับรู้เพียงข่าวที่ตนพิจารณาแล้วว่ามิใช่ประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น โดยไม่เปิดรับสารทั้งหมดที่ผ่านเข้ามาสู่ตน เนื่องจากมีจำนวนมหาศาลมากเกินไปจนขอบเขตความสามารถของบุคคลที่จะเปิดรับได้

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

แต่ละบุคคลมีความคิดเห็น และความสนใจแตกต่างกันไป บุคคลจะเลือกสนใจเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้องกับความรู้อุณหภูมิ ความคิด และความสนใจของตนเองที่มีอยู่เดิม และจะเลือกสนใจข่าวจาก

บางแหล่งเท่านั้น เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดภาวะความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ที่จะก่อให้เกิดความไม่สบายใจกับบุคคลนั้น ๆ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

สิ่งที่แต่ละบุคคลรับรู้จากสารที่สื่อมามีความแตกต่างกัน แม้จะเป็นสารเดียวกันที่ถูกส่งออกมาจากผู้ส่งสารคนเดียวกัน ผ่านสื่อเดียวกัน เนื่องจากความเข้าใจเกี่ยวกับสารนั้น ๆ ล้วนถูกตีความตามพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งความสนใจ ทักษะ และความคาดหวังต่าง ๆ นอกจากความแตกต่างเหล่านี้จะทำให้เกิดการตีความของแต่ละคนที่แตกต่างกันแล้ว ยังทำให้เกิดการบิดเบือนข่าวสารตามความพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

สารต่าง ๆ ที่ไหลผ่านเข้ามาทำให้บุคคลรับรู้และสนใจแล้ว ย่อมมีทั้งสารที่บุคคลสนใจให้ความสำคัญ ตรงกับความต้องการ หรือเห็นด้วยกับสารนั้น บุคคลจึงเลือกที่จะจดจำสารต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อ และในขณะเดียวกันก็ต้องมีสารที่บุคคลไม่ให้ความสำคัญ สารนั้นไม่ตรงกับความต้องการ หรือแม้กระทั่งเป็นสารที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นที่บุคคลมีอยู่เดิม ซึ่งบุคคลมักเลือกที่จะลืมสารเหล่านั้นเช่นกันเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งหรือไม่สบายใจ

โดยในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการใช้สื่อภายในองค์กร โดยศึกษารายละเอียด 6 ด้าน คือ ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน ด้านความถี่ในการใช้งาน ด้านระยะเวลาในการใช้สื่อภายในองค์กรเพื่อเข้าถึงข้อมูลแต่ละครั้ง ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล ด้านประสบการณ์ในการใช้งาน และด้านเหตุผลในการเลือกใช้สื่อภายในองค์กร

5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อสามารถระบุแหล่งที่มาที่แตกต่างกันได้อย่างน้อย 3 แหล่ง ได้แก่ เนื้อหาของสื่อ การเปิดเผยตนเองต่อสื่อ และบริบททางสังคมแวดล้อมที่เป็นปัจจัยในการกำหนดสถานการณ์ระหว่างการใช้สื่อต่างๆ ของผู้ใช้สื่อ โดยการผสมผสานองค์ประกอบเหล่านี้ที่ต่างกันในการสื่อสารแต่ละครั้ง อาจทำให้ความพึงพอใจจากการใช้สื่อในแต่ละครั้งแตกต่างกันไป (Katz, Gurevitch และ Haas, 1973)

Downs and Hazen's (1977) ได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร โดยทำการวิจัยในบริบทของการสื่อสารภายในองค์กร และระบุข้อค้นพบเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในบริบทของการสื่อสารภายในองค์กรจากการวิจัย 4 ประการ ได้แก่

1. ความพึงพอใจในการสื่อสารเป็นโครงสร้างหลายมิติ เนื่องจากองค์ประกอบในการสื่อสารแต่ละครั้ง และองค์ประกอบความพึงพอใจในงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่หลากหลาย และแตกต่างกัน
 2. มิติหลักของความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร สามารถจำแนกออกได้เป็น 8 มิติ ซึ่งนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (CSQ) และได้รับการยืนยันถึงความถูกต้องและเชื่อถือได้จากการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายองค์กรและหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา บริเตนใหญ่ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ไทย เกาหลี ญี่ปุ่น จีน และสเปน เป็นต้น โดยองค์ประกอบทั้ง 8 มิติ ได้แก่ บรรยากาศการสื่อสาร ความคิดเห็นส่วนตัว การบูรณาการการดำเนินงานขององค์กร การสื่อสารในเรื่องที่เกี่ยวกับองค์กรกับผู้บังคับบัญชา การสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ และคุณภาพของสื่อภายในองค์กร โดยงานวิจัยระบุว่ามิติการสื่อสารที่สำคัญที่สุด และเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน ได้แก่ คำติชมส่วนบุคคล ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน และบรรยากาศการสื่อสาร
 3. ปัจจัยต่างๆ ที่ค้นพบจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีค่าทางสถิติจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่เสถียรเป็นอย่างมาก
 4. ปัจจัยต่างๆ ที่ค้นพบมีองค์ประกอบหลักส่วนใหญ่ที่สะท้อนถึงการทำงาน ในแง่ความเกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของพนักงาน ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงาน และบรรยากาศในการทำงาน
- ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า มิติต่างๆ ของความพึงพอใจในการสื่อสาร ในบริบทของการสื่อสารภายในองค์กร สามารถอ้างอิงไปถึงคุณภาพของการดำเนินงานต่างๆ ภายในองค์กร ตลอดจนการสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างแม่นยำ และสามารถกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบด้านชีวิตการทำงานของพนักงาน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชานนท์ ศิริธร (2554) ระบุสาเหตุของความแตกต่างเรื่องพฤติกรรมและรูปแบบในการดำเนินชีวิตของคนแต่ละเจนเนอเรชัน ว่ามาจากสังคมที่แตกต่างกัน ทำให้ได้รับการปลูกฝังทางความเชื่อ ค่านิยม และความคิดที่แตกต่างกัน โดยอธิบายคนใน 2 เจเนอเรชัน ได้แก่ เจเนอเรชันเอกซ์ และ เจเนอเรชันวาย ดังนี้

1. เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507 - 2523 เติบโตมากับสภาพทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ส่งผลให้มีความขยัน อดทน และพยายามทำงานอย่างหนัก พร้อมทั้งจะเรียนรู้สิ่งใหม่หรือทักษะใหม่ๆ ได้รับการศึกษาที่ดี และมุ่งหวังความมั่นคงในชีวิต

2. เจเนอเรชันวาย (Generation Y) คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2539 เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ มีทักษะที่หลากหลาย ทำกิจกรรมหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกันมีการใช้สื่อหลายชนิด รวมถึงอินเทอร์เน็ตและข้อมูลดิจิทัลต่าง ๆ รักอิสระ มั่นใจในตนเอง และมีความเป็นตัวของตัวเองสูง

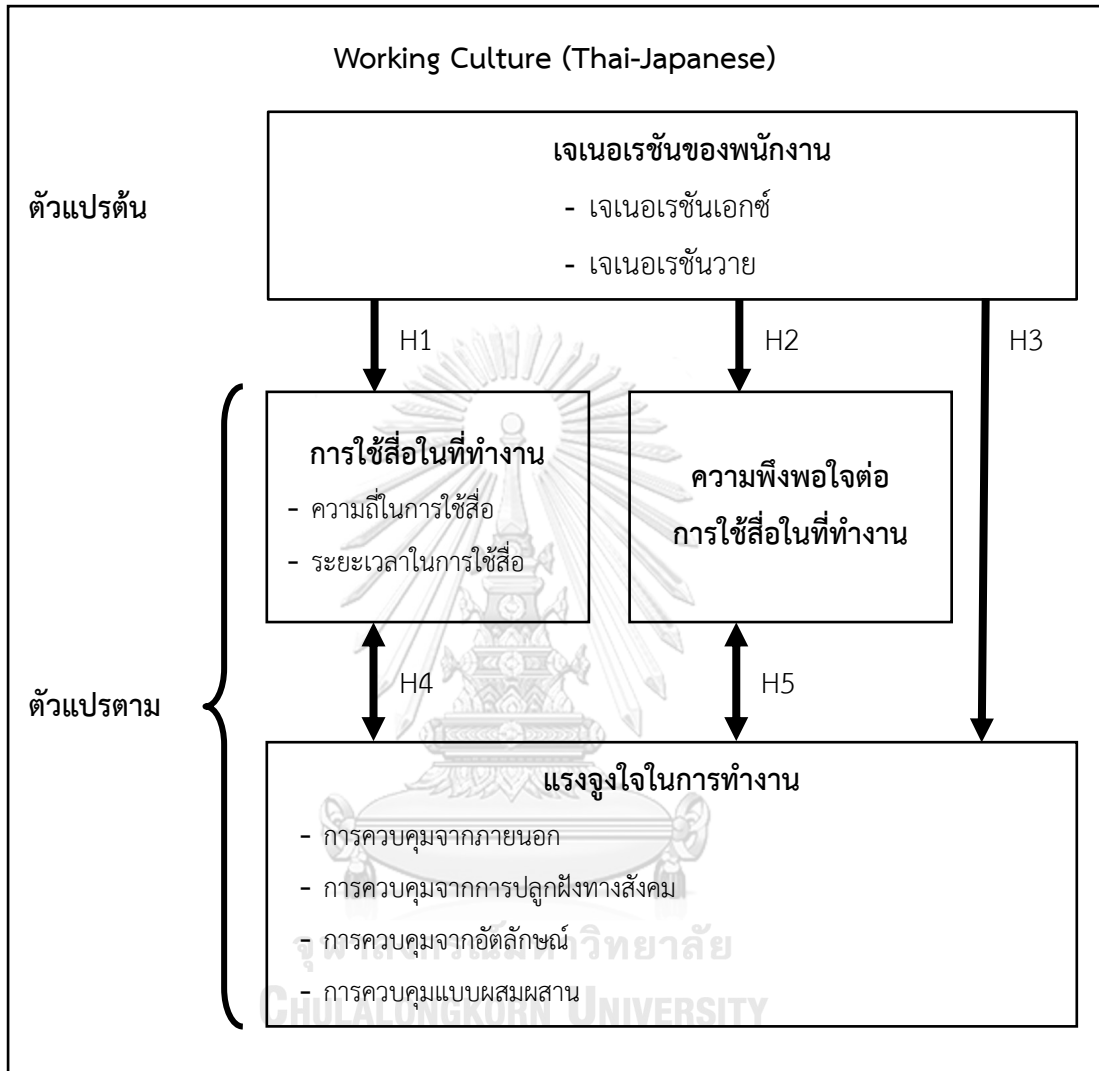
มนัสวี ศรีนนท์ (2561) ที่ได้อธิบายเรื่องเจเนอเรชันไว้ว่ามีการแบ่งไว้หลายรูปแบบ บางรูปแบบก็แบ่งออกเป็น 4 เจเนอเรชัน บางรูปแบบก็แบ่งออกเป็น 5 เจเนอเรชัน ซึ่งมักมีความแตกต่างกันที่การแยก Silent Generation ออกจาก เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เนื่องจากความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มเจเนอเรชันนี้น้อย โดยรายละเอียดของแต่ละเจเนอเรชันทั้ง 5 เจเนอเรชัน ได้แก่

1. Silent Generation คือคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2468-2488 มีจำนวนไม่มากเท่ารุ่นอื่นๆ เติบโตในยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 และเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้เป็นคนมีระเบียบแบบแผนมาก ทำงานหนัก และมีความจงรักภักดี
2. เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2489-2507 ได้รู้เห็นความลำบากของพ่อแม่ตนเองตลอดระยะเวลาการเติบโต ส่งผลให้มีความอดทนสูง สู้งาน ประสบความสำเร็จด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังยึดมั่นในระบบชนชั้น เชื่อฟังคำสั่งของผู้นำหรือผู้บังคับบัญชา
3. เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) คือคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2508-2522 ได้รับผลกระทบจากช่วงประชารวมมากเกินไปจนต้องคุมกำเนิด อยู่ในยุคที่มีเริ่มการพัฒนาด้านเทคโนโลยี จึงส่งผลให้มีความอดทนลดลง จึงเลือกทำงานที่ชอบ รักอิสระ ยึดมั่นระบบชนชั้นน้อยลง และมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น
4. เจเนอเรชันวาย (Generation Y) คือคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2523-2540 เกิดมาในยุคที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย รวมทั้งหาองค์ความรู้ได้ง่าย จึงส่งผลให้มีความอดทนน้อย เปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบระบบชนชั้น ชอบการทำงานเป็นทีมมากกว่าการรับคำสั่ง และไม่ชอบการบังคับ
5. เจเนอเรชันซี (Generation Z) คือคนที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ.2540 เป็นต้นไป เติบโตมากับการเลี้ยงดูที่เตรียมพร้อมไว้เป็นอย่างดี ในยุคที่เทคโนโลยีและองค์ความรู้ทันสมัย และแพร่หลาย จึงส่งผลให้คนในกลุ่มนี้ชอบความสะดวกสบาย และชอบทำหลายอย่างพร้อมกัน

ปรีชญา แม้นมินทร์ (2558) ระบุความแตกต่างของแต่ละเจนเนอเรชันออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ความหมายหรือช่วงเวลา และลักษณะเฉพาะของแต่ละเจนเนอเรชัน โดยในแต่ละเจนเนอเรชันจะมีระยะเวลาในการแบ่งที่ประมาณ 20 ปี คนแต่ละเจนเนอเรชันจึงมีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงชีวิตต่างกันซึ่งส่งผลให้ประสบการณ์ และค่านิยมแตกต่างกันตามไปด้วย โดยแบ่งออกเป็นเจนเนอเรชัน ดังนี้

1. เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) คือคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2489 – 2507 ช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 คนเจนเนอเรชันนี้อธิบายตนเองผ่านการทำงาน ต้องการการยอมรับ ต้องการผลงานที่ชัดเจนและต้องการอยู่ในหน่วยงานเป็นเวลานาน มีทัศนคติเกี่ยวกับสังคมในแบบเฉพาะของตนเอง
2. เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) คือคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2508 – 2523 เกิดมาพร้อมกับโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ ที่ปลูกฝังให้มีความคิดแบบโลกาภิวัตน์ ต้องการอิสระ เปิดรับความแตกต่าง ต้องการความเป็นตัวของตัวเอง และความสมดุลระหว่างชีวิตและงาน จึงชอบที่จะทำงานที่ตนเองชอบ หรือทำกิจการของตนเองมากกว่าที่จะจงรักภักดีกับองค์กร
3. เจเนอเรชันวาย (Generation Y) คือคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2543 เกิดมาพร้อมกับวิทยาการสมัยใหม่ มีการใช้สื่อหลายชนิด สามารถทำกิจกรรมหลายอย่างได้พร้อมกัน เคารพความแตกต่างและหลากหลายทางวัฒนธรรม สนใจและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม รวมถึงต้องการการเป็นที่ยอมรับของสังคมผ่านการสร้างตัวตนและภาพลักษณ์ ทั้งในสังคมจริงและสังคมออนไลน์

7. กรอบแนวคิดในงานวิจัย



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลการใช้สื่อ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร และนำไปวางแผนปรับปรุงแบบแผนการวางกลยุทธ์เรื่องสื่อที่ใช้งานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยนำร่อง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานของบริษัทตรีเพชรอิชูซูเซลส์ จำกัด ที่มีอายุงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป จำนวน 739 คน

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 200 คนในการศึกษาวิจัย เพื่อเป็นการวิจัยนำร่อง โดยแบ่งเป็นพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ 100 คน และพนักงานเจเนอเรชันวาย 100 คน

วิธีการเก็บข้อมูลและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะพนักงานที่มีอายุงานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป และมีอายุอยู่ในช่วงอายุของเจเนอเรชันเอกซ์และวายกลุ่มละ 100 คน เริ่มต้นจากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ให้กับตัวแทนพนักงานที่รู้จักในแต่ละสายงาน สายงานละ 1 - 3 คน และขอความอนุเคราะห์จากพนักงานตัวแทนทั้งหมดให้ช่วยส่งต่อไปยังพนักงานในฝ่ายของตนเอง นอกจากนี้ สำหรับพนักงานที่อยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอกซ์ ยังได้รับความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาในสายงานบริหาร ช่วยนำแบบสอบถามออนไลน์ไปส่งต่อให้กับกลุ่มผู้บังคับบัญชาด้วยกันเองด้วย โดยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้นประมาณ 2 สัปดาห์ในช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2564

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในแต่ละสมมติฐานดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 การใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
- ตัวแปรต้น เจเนอเรชัน
- ตัวแปรตาม การใช้สื่อในที่ทำงาน
- สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
- ตัวแปรต้น เจเนอเรชัน
- ตัวแปรตาม ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน
- สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน
- ตัวแปรต้น เจเนอเรชัน
- ตัวแปรตาม แรงจูงใจในการทำงาน
- สมมติฐานที่ 4 การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร มีความสัมพันธ์กัน
- ตัวแปรที่ 1 การใช้สื่อในที่ทำงาน
- ตัวแปรที่ 2 แรงจูงใจในการทำงาน
- สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร มีความสัมพันธ์กัน
- ตัวแปรที่ 1 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน
- ตัวแปรที่ 2 แรงจูงใจในการทำงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านทาง Google Form ในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อภายในองค์กร และคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นพนักงานภายในองค์กรเอกชนที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น ขอคำถามที่ใช้จึงขึ้นอยู่กับข้อมูลของพนักงานที่สนใจนำมาศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สายงาน และระดับตำแหน่ง โดยสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้ (Multiple Choice) หรือระบุตัวเลขตามข้อมูลของผู้สมัคร

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อภายในองค์กร ได้แก่ ประเภทของสื่อภายในองค์กรที่เลือกใช้ ความถี่ในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้สื่อภายในองค์กรแต่ละครั้ง ระยะเวลาในการใช้สื่อภายในองค์กรเพื่อเข้าถึงข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล โดยข้อคำถามเป็นลักษณะปลายปิดให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบจากหลายตัวเลือกที่กำหนดไว้ให้ (Multiple Choice) คำถามในส่วนนี้พัฒนาจากการศึกษาและอ้างอิงจากการสื่อสารภายในองค์กรจริงเป็นหลัก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อภายในองค์กร โดยข้อคำถามทั้งหมดเป็นข้อคำถามชนิดปลายปิดแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน เลือกใช้มาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานของเจดนิกา วังสถาพร (2555) ซึ่งพัฒนามาจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานจาก The Revised Motivation at Work Scale (R-MAWS) in 10 languages ของ Gagne และคณะ (2011) ประกอบด้วยข้อคำถาม 26 ข้อ โดยแบ่งตามประเภทของแรงจูงใจ 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจแบบควบคุม 16 ข้อ และแรงจูงใจแบบอิสระ 10 ข้อ ซึ่งแต่ละประเภทแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ โดยแรงจูงใจแบบควบคุมแบ่งออกเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก 9 ข้อ และแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากการปลูกฝังทางสังคม 7 ข้อ และแรงจูงใจแบบอิสระแบ่งออกเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากอัตลักษณ์ 6 ข้อ และแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน 4 ข้อ โดยทั้งหมดเป็นข้อคำถามชนิดปลายปิดแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale)

การวัดผลตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. เจเนอเรชัน

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับอันดับมาตรา (Ordinal Scale)

2. การใช้สื่อในที่ทำงาน

2.1. ด้านความถี่ในการใช้สื่อ

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับอันตรภาค (Interval Scale) จากข้อคำถามชนิดปลายปิดแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ คือ

- มากที่สุด (5) หมายถึง มีการใช้สื่อนั้นเป็นประจำ และบ่อยครั้งมากต่อวัน
 มาก (4) หมายถึง มีการใช้สื่อนั้นเป็นประจำทุกวัน
 ปานกลาง (3) หมายถึง มีการใช้สื่อนั้นบ่อยครั้ง แต่ไม่ได้ใช้เป็นประจำทุกวัน
 น้อย (2) หมายถึง มีการใช้สื่อนั้นบ้าง ในบางครั้ง
 น้อยที่สุด (1) หมายถึง มีการใช้สื่อนั้นน้อยครั้งมาก หรือไม่เคยใช้เลย

แบบทดสอบส่วนนี้สามารถแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นดัชนีการแบ่งระดับการประเมิน ซึ่งกำหนดแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับโดยการคำนวณค่าพิสัยจากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

นำช่วงคะแนนที่ได้ไปบวกเพิ่มจากคะแนนต่ำสุด จะได้เป็นระดับช่วงคะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับมากที่สุด	คือ	คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00
ระดับมาก	คือ	คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20
ระดับปานกลาง	คือ	คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40
ระดับน้อย	คือ	คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60
ระดับน้อยที่สุด	คือ	คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80

2.2. ด้านช่วงเวลาในการเลือกใช้สื่อ

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2.3. ด้านระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละครั้ง

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับอัตราส่วน (Ratio Scale)

2.4. ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน

กำหนดการวัดตัวแปรในระดับอันตรภาค (Interval Scale) จากข้อคำถามชนิดปลายปิด แบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ คือ

มากที่สุด (5) หมายถึง พึงพอใจกับการใช้สื่อนั้นมากที่สุด

มาก (4) หมายถึง พึงพอใจกับการใช้สื่อนั้นมาก

ปานกลาง (3) หมายถึง พึงพอใจกับการใช้สื่อนั้น

น้อย (2) หมายถึง ค่อนข้างพึงพอใจกับการใช้สื่อนั้น

น้อยที่สุด (1) หมายถึง แทบจะไม่ หรือไม่เคยพึงพอใจกับการใช้สื่อนั้นเลย

แบบทดสอบส่วนนี้สามารถแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) เป็นดัชนีการแบ่งระดับการประเมิน ซึ่งกำหนดแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับโดยการคำนวณค่าพิสัยจากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

นำช่วงคะแนนที่ได้ไปบวกเพิ่มจากคะแนนต่ำสุด จะได้เป็นระดับช่วงคะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับมากที่สุด คือ คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00

ระดับมาก คือ คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20

ระดับปานกลาง คือ คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40

ระดับน้อย คือ คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60

ระดับน้อยที่สุด คือ คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80

4. แรงจูงใจในการทำงาน

นำมาตัดแปลงจากที่แบ่งเป็น 7 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด, น้อย, ค่อนข้างน้อย, ปานกลาง, ค่อนข้างมาก, มาก และมากที่สุด กลายเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- เป็นจริงที่สุด (5) หมายถึง ข้อความในข้อคำถามนั้นตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
หรือมีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นตลอดเวลา
- เป็นจริงมาก (4) หมายถึง ข้อความในข้อคำถามนั้นตรงกับความเป็นจริงมาก
หรือมีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นบ่อยมาก
- เป็นจริงปานกลาง (3) หมายถึง ข้อความในข้อคำถามนั้นตรงกับความเป็นจริงปานกลาง
หรือมีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นบ่อย
- เป็นจริงน้อย (2) หมายถึง ข้อความในข้อคำถามนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อย
หรือมีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นน้อย
- เป็นจริงน้อยที่สุด (1) หมายถึง ข้อความในข้อคำถามนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อยมาก
หรือมีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นน้อยมากหรือไม่เกิดขึ้นเลย

แบบทดสอบส่วนนี้สามารถแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) เป็นดัชนีการแบ่งระดับการประเมิน ซึ่งกำหนดแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับโดยการคำนวณค่าพิสัย จากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

นำช่วงคะแนนที่ได้ไปบวกเพิ่มจากคะแนนต่ำสุด จะได้เป็นระดับช่วงคะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับมากที่สุด	คือ	คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00
ระดับมาก	คือ	คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20
ระดับปานกลาง	คือ	คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40
ระดับน้อย	คือ	คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60
ระดับน้อยที่สุด	คือ	คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความตรง (Validity)

โครงร่างคำถามในแบบสอบถามทั้งหมด ผ่านการนำเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผศ.ดร.ธีรดา จงกลรัตนภรณ์ และคณะกรรมการสอบโครงการวิชาชีพ 2 ท่าน ได้แก่ รศ.ดร.พนม คลี่ฉายา และ รศ.ดร.วรวรรณ องค์กรุทธิรักษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมประเด็นที่ต้องการเก็บข้อมูล ความเหมาะสม และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Content Validity)

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจริง คือพนักงานทั้ง 2 เจเนอเรชัน ในบริษัท ตรีเพชโรชิซูเซลส์ จำกัด จำนวน 30 ชุด โดยแบ่งเป็นพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ 15 ชุด และพนักงานเจเนอเรชันวาย 15 ชุด และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์ไม่ต่ำกว่า 0.7

สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

โดย	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	K	แทน	จำนวนข้อ
	S_i^2	แทน	ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ทั้งนี้ ผลการทดสอบและคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ของแบบสอบถามทั้ง 30 ชุดเป็นดังนี้

ค่าความน่าเชื่อถือของมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	=	0.787
- แรงจูงใจแบบควบคุม	=	0.706
- เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก	=	0.737
- เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากการปลุกฝังทางสังคม	=	0.809
- แรงจูงใจแบบอิสระ	=	0.851
- เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากอัตลักษณ์	=	0.771
- เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน	=	0.906

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนดไว้เรียบร้อยแล้ว ทำการลงรหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงการทดสอบสมมติฐาน ตามรายละเอียดดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์โดยแสดงการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล เพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลต่าง ๆ ในงานวิจัย

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1. ใช้ค่าสถิติ T-Test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงาน ระหว่างพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และวาย โดยกำหนดระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2. ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานแต่ละเจเนอเรชัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างในบริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด ที่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและใช้สื่อภายในองค์กร จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ 100 คน และพนักงานเจนเนอเรชันวาย 100 คน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ต่อไปนี้จะนำเสนอผ่านรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายในรูปแบบความเรียง ด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงด้วยการใช้ค่าสถิติ T-Test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้สื่อภายในองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน ระหว่างพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ และวาย ซึ่งกำหนดระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานแต่ละเจนเนอเรชัน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สายงาน และระดับตำแหน่ง
- ส่วนที่ 2 การใช้สื่อภายในองค์กร ประกอบด้วย ระดับความถี่ ช่วงเวลาที่เลือกใช้ ระยะเวลาในการใช้ และเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กร
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อภายในองค์กร
- ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจแบบควบคุม และแรงจูงใจแบบอิสระ ซึ่งแต่ละประเภทแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ โดยแรงจูงใจแบบควบคุมแบ่งออกเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก และแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากการปลูกฝังทางสังคม และแรงจูงใจแบบอิสระแบ่งออกเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจที่เกิดจากการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน รวมทั้งหมดเป็น 4 รูปแบบ
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สายงาน และระดับตำแหน่ง ของกลุ่มตัวอย่าง ในบริษัท ตรีเพชโรชิชูเซลส์ จำกัด ที่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและใช้สื่อภายในองค์กร จำนวน 200 คน สามารถนำเสนอข้อมูลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
(1) ชาย	37	18.50
(2) หญิง	163	81.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และเพศชายจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
(1) 42 - 56 ปี (เจเนอเรชันเอกซ์)	100	50.00
(2) 25 - 41 ปี (เจเนอเรชันวาย)	100	50.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวาย เท่ากัน กลุ่มละ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสายงาน

สายงาน	จำนวน	ร้อยละ
(1) งานขาย	49	24.50
(2) งานบริการหลังการขาย	28	14.00
(3) งานบริหาร	54	27.00
(4) งานฝึกอบรม	12	6.00
(5) งานตรวจสอบระบบธุรกิจ	4	2.00
(6) งานลูกค้าสัมพันธ์	1	0.50
(7) งานประชาสัมพันธ์	8	4.00
(8) งานวางแผนและบริหาร IT	1	0.50
(9) งานวางแผนและบริหารยุทธศาสตร์ดิจิทัล	7	3.50
(10) งานวางแผนผลิตภัณฑ์	5	2.50
(11) งานยุทธศาสตร์องค์กร	2	1.00
(12) งานอื่น ๆ	29	14.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างอยู่ในสายงานบริหารมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ลำดับต่อมาคือสายงานขาย คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามมาด้วยสายงานอื่นๆ ร้อยละ 14.5 สายงานบริการหลังการขาย ร้อยละ 14.0 สายงานฝึกอบรม ร้อยละ 6.0 สายงานประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 4.0 สายงานวางแผนและบริหารยุทธศาสตร์ดิจิทัล ร้อยละ 3.5 สายงานวางแผนผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 2.5 สายงานตรวจสอบระบบธุรกิจ ร้อยละ 2.0 สายงานยุทธศาสตร์องค์กร ร้อยละ 1.0 สายงานลูกค้าสัมพันธ์ ร้อยละ 0.5 และสายงานวางแผนและบริหาร IT ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับตำแหน่ง

ระดับตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
(1) พนักงาน	54	27.00
(2) หัวหน้างาน	41	20.50
(3) ผู้ช่วยผู้จัดการ	21	10.50
(4) ผู้จัดการ	43	21.50
(5) ผู้จัดการอาวุโส	23	11.50
(6) ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	9	4.50
(7) รองผู้จัดการทั่วไป	5	2.50
(8) ผู้จัดการทั่วไปขึ้นไป	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับพนักงานมากที่สุดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ลำดับต่อมาคือผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 21.5 หัวหน้างาน ร้อยละ 20.5 ผู้จัดการอาวุโส ร้อยละ 11.5 ผู้ช่วยผู้จัดการ ร้อยละ 10.5 ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 4.5 รองผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 2.5 และผู้จัดการทั่วไปขึ้นไป ร้อยละ 2.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การใช้สื่อภายในองค์กร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้สื่อภายในองค์กร ของกลุ่มตัวอย่างในบริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด ที่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและใช้สื่อภายในองค์กร จำนวน 200 คน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ระดับความถี่ ช่วงเวลาที่เลือกใช้ ระยะเวลาในการใช้ และเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กร สามารถนำเสนอข้อมูลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อภายในองค์กรจำแนกตามช่องทางของสื่อ

เจเนอเรชัน	ช่องทางของสื่อ	ความถี่ในการใช้สื่อ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เจเนอเรชัน	เว็บไซต์ภายในบริษัท	33 (33.0)	55 (55.0)	6 (6.0)	6 (6.0)	-	4.15	.783	มาก
	ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ กลุ่มตัวแทนของฝ่าย	56 (56.0)	33 (33.0)	11 (11.0)	-	-	4.45	.687	มากที่สุด
เจเนอเรชัน	อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	46 (46.0)	38 (38.0)	16 (16.0)	-	-	4.30	.732	มากที่สุด
เอกซ์	บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	4 (4.0)	15 (15.0)	49 (49.0)	31 (31.0)	1 (1.0)	2.90	2.70	ปานกลาง
	กล่องรับความคิดเห็น	3 (3.0)	5 (5.0)	26 (26.0)	50 (50.0)	16 (16.0)	2.29	1.85	น้อย
	รวม						3.62	.49	มาก

เจเนอ เรชั่น	ช่องทางของสื่อ	ความถี่ในการใช้สื่อ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปล ความ หมาย
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	เว็บไซต์ภายในบริษัท	38 (38.0)	42 (42.0)	16 (16.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	4.13	.861	มาก
	ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ กลุ่มตัวแทนของฝ่าย	40 (40.0)	39 (39.0)	15 (15.0)	6 (6.0)	-	4.13	.884	มาก
เจเนอ เรชั่น	อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	42 (42.0)	35 (35.0)	18 (18.0)	5 (5.0)	-	4.14	.888	มาก
วาย	บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	3 (3.0)	9 (9.0)	48 (48.0)	35 (35.0)	5 (5.0)	2.70	.823	ปานกลาง
	กล่องรับความคิดเห็น	-	3 (3.0)	15 (15.0)	46 (46.0)	36 (36.0)	1.85	.783	น้อย
รวม							3.39	.499	ปานกลาง
รวม							3.50	.511	มาก

จากตารางที่ 5 อธิบายได้ว่าความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50 แสดงว่ามีความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานในระดับมาก โดยที่พนักงานเจเนอเรชั่นเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่การใช้สื่อในที่ทำงานเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้สื่อเท่ากับ 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง ช่องทางของสื่อที่พนักงานเจเนอเรชั่นเอกซ์มีความถี่ในการใช้สูงที่สุด คือ ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มตัวแทนจากแต่ละฝ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด และเว็บไซต์ภายในบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก พนักงานเจเนอเรชั่นวายมีความถี่ในการใช้สื่อผ่านช่องทางอีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัทสูงที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเว็บไซต์ภายในบริษัท และข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มตัวแทนจากแต่ละฝ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.13 และอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อภายในองค์กร

เจเนอเรชัน	ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
	ช่วงเข้าก่อนเวลาเริ่มงาน (ก่อน 08.30 น.)	18	18.0
	ระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.)	52	52.0
เจเนอเรชัน เอกซ์	ช่วงพักกลางวัน (12.00 - 13.00 น.)	18	18.0
	ระหว่างเวลาทำงานช่วงบ่าย (13.00 - 17.00 น.)	10	10.0
	ช่วงเย็นหลังเวลาเลิกงาน (17.00 น. เป็นต้นไป)	2	2.0
	ระหว่างวันหยุด และสุดสัปดาห์	-	-
	ช่วงเข้าก่อนเวลาเริ่มงาน (ก่อน 08.30 น.)	11	11.0
	ระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.)	64	64.0
เจเนอเรชัน วาย	ช่วงพักกลางวัน (12.00 - 13.00 น.)	6	6.0
	ระหว่างเวลาทำงานช่วงบ่าย (13.00 - 17.00 น.)	12	12.0
	ช่วงเย็นหลังเวลาเลิกงาน (17.00 น. เป็นต้นไป)	6	6.0
	ระหว่างวันหยุด และสุดสัปดาห์	1	1.0
รวม		200	100.00

จากตารางที่ 6 พนักงานทั้ง 2 เจเนอเรชัน ส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.) โดยพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ เลือกใช้สื่อระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือช่วงเข้าก่อนเวลาเริ่มงาน (ก่อน 08.30 น.) และช่วงพักกลางวัน (12.00 - 13.00 น.) เป็นจำนวน 18 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ในแต่ละช่วงเวลา ส่วนพนักงานเจเนอเรชันวายเลือกใช้สื่อระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.) จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือระหว่างเวลาทำงานช่วงบ่าย (13.00 - 17.00 น.) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และช่วงเข้าก่อนเวลาเริ่มงาน (ก่อน 08.30 น.) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการใช้สื่อภายในองค์กร โดยเฉลี่ยครั้งละกี่นาที

ระยะเวลาในการใช้สื่อ	\bar{X}	S.D.
เจเนอเรชันเอกซ์	11.18	13.836
เจเนอเรชันวาย	9.61	11.243
รวม	10.40	12.599

จากตารางที่ 7 พบว่าโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากทั้ง 2 เจเนอเรชันมีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละครั้งเท่ากับ 10.40 นาที และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 12.599 คือมีการกระจายของตัวเลขคำตอบในระดับสูงมาก โดยพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ ใช้ระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 11.18 นาที มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 13.836 คือมีการกระจายของตัวเลขคำตอบสูงมาก ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวาย ใช้ระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยน้อยกว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ เท่ากับ 9.61 นาที โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.243 คือมีการกระจายของตัวเลขคำตอบน้อยกว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับสูงมาก

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กร

เจเนอเรชัน	เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เจเนอเรชันเอกซ์	เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท	68	68.0
	มือถือ หรือแท็บเล็ตของบริษัท	13	13.0
	มือถือ หรือแท็บเล็ตส่วนตัว	15	15.0
	อื่นๆ	4	4.0
เจเนอเรชันวาย	เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท	93	93.0
	มือถือ หรือแท็บเล็ตของบริษัท	2	2.0
	มือถือ หรือแท็บเล็ตส่วนตัว	5	5.0
	อื่นๆ	-	-
รวม		200	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าพนักงานทั้ง 2 เจเนอเรชันเลือกใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทในการเข้าถึงสื่อในที่ทำงานมากที่สุด โดยพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์เลือกใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และพนักงานเจเนอเรชันวายเลือกใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อภายในองค์กร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้งานสื่อภายในองค์กร สามารถนำเสนอข้อมูลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการใช้สื่อภายในองค์กรจำแนกตามช่องทางของสื่อ

เจเนอเรชัน	ช่องทางของสื่อ	ความพึงพอใจในการใช้สื่อ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เจเนอเรชันเอกซ์	เว็บไซต์ภายในบริษัท	25 (25.0)	47 (47.0)	24 (24.0)	4 (4.0)	-	3.93	.807	มาก
	ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์	49 (49.0)	39 (39.0)	12 (12.0)	-	-	4.37	.691	มากที่สุด
	อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	32 (32.0)	45 (45.0)	20 (20.0)	3 (3.0)	-	4.06	.802	มาก
	บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	5 (5.0)	13 (13.0)	62 (62.0)	17 (17.0)	3 (3.0)	3.00	.791	ปานกลาง
	กล่องรับความคิดเห็น	-	13 (13.0)	27 (27.0)	50 (50.0)	10 (10.0)	2.43	.844	น้อย
รวม							3.56	.506	มาก
เจเนอเรชันวาย	เว็บไซต์ภายในบริษัท	27 (27.0)	59 (59.0)	11 (11.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	4.09	.740	มาก
	ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์	24 (24.0)	49 (49.0)	21 (21.0)	5 (5.0)	1 (1.0)	3.90	.859	มาก
	อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	24 (24.0)	54 (54.0)	19 (19.0)	3 (3.0)	-	3.99	.745	มาก
	บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	2 (2.0)	19 (19.0)	54 (54.0)	20 (20.0)	5 (5.0)	2.93	.820	ปานกลาง
	กล่องรับความคิดเห็น	2 (2.0)	7 (7.0)	34 (34.0)	34 (34.0)	23 (23.0)	2.31	.971	น้อย
รวม							3.44	.496	มาก
รวม							3.50	.501	มาก

จากตารางที่ 9 อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อในการทำงาน เท่ากับ 3.50 คือมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกแต่ละเจเนอเรชัน พบว่า เจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อโดยรวมเท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก ช่องทางของสื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สูงที่สุดสำหรับพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์คือข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่าย เท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่เจเนอเรชันวาย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อโดยรวมน้อยกว่าเจเนอเรชันเอกซ์ เท่ากับ 3.44 อยู่ในระดับมากเช่นกัน ช่องทางของสื่อที่ได้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สูงที่สุดสำหรับพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์คือเว็บไซต์ภายในบริษัท เท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างในบริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด ที่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและใช้สื่อภายในองค์กร จำนวน 200 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจแบบควบคุมซึ่งแบ่งเป็นแรงจูงใจที่ควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก และแรงจูงใจที่ควบคุมพฤติกรรมจากการปลูกฝังทางสังคม และแรงจูงใจแบบอิสระแบ่งเป็นแรงจูงใจที่ควบคุมพฤติกรรมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจที่ควบคุมพฤติกรรมจากภายใน รวมเป็น 4 รูปแบบ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเงินเดือนแรงงูใจแบบควบคุมจากภายนอก

ข้อคำถามที่	ความคิดเห็น (ร้อยละ)				\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย			
เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน	36 (36.0)	49 (49.0)	12 (12.0)	3 (3.0)	4.18	.757	มาก
เพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำเงินได้เป็นจำนวนมาก	33 (33.0)	31 (31.0)	30 (30.0)	3 (3.0)	3.88	1.008	มาก
ฉันทำงานนี้เพื่อเงิน	20 (20.0)	31 (31.0)	36 (36.0)	13 (13.0)	3.58	.955	มาก
เพื่อจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น	12 (12.0)	48 (48.0)	33 (33.0)	7 (7.0)	3.65	.783	มาก
เพราะผู้อื่นจะเคารพในตัวฉันมากขึ้น	12 (12.0)	26 (26.0)	50 (50.0)	11 (11.0)	3.37	.872	ปานกลาง
เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น	4 (4.0)	11 (11.0)	32 (32.0)	26 (26.0)	2.39	1.118	น้อย
เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะให้ผลตอบแทนทางการเงิน	18 (18.0)	33 (33.0)	33 (33.0)	10 (10.0)	3.47	1.087	มาก
เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะแสดงความมั่นคงในงาน	20 (20.0)	41 (41.0)	25 (25.0)	8 (8.0)	3.61	1.081	มาก
เพราะฉันเสี่ยงที่จะเสียงานถ้าฉันไม่ใช้ความพยายามมากพอในการทำงาน	16 (16.0)	35 (35.0)	36 (36.0)	2 (2.0)	3.43	1.130	มาก
รวม					3.51	.663	มาก

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอรัลที่ต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก

ข้อความที่	ความคิดเห็น (ร้อยละ)				S.D.	การแปลความหมาย	
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย			เป็นจริงน้อยที่สุด
เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน	27 (27.0)	60 (60.0)	13 (13.0)	-	4.14	.620	มาก
เพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำงานได้เป็นจำนวนมาก	26 (26.0)	53 (53.0)	17 (17.0)	4 (4.0)	4.01	.772	มาก
ฉันทำงานนี้เพื่อเงิน	27 (27.0)	48 (48.0)	19 (19.0)	3 (3.0)	3.93	.924	มาก
เพื่อจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น	23 (23.0)	49 (49.0)	22 (22.0)	3 (3.0)	3.86	.910	มาก
เพราะผู้อื่นจะเคารพในตัวฉันมากขึ้น	11 (11.0)	44 (44.0)	36 (36.0)	6 (6.0)	3.54	.881	มาก
เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น	4 (4.0)	14 (14.0)	34 (34.0)	32 (32.0)	2.58	1.046	น้อย
เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะให้ผลตอบแทนทางการเงิน	12 (12.0)	45 (45.0)	31 (31.0)	9 (9.0)	3.54	.926	มาก
เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะเสนอความมั่นคงในงาน	12 (12.0)	50 (50.0)	22 (22.0)	11 (11.0)	3.53	1.010	มาก
เพราะฉันเลี้ยงที่จะเลี้ยงงานถ้าฉันไม่ใช้ความพยายามมากพอในการทำงาน	12 (12.0)	28 (28.0)	36 (36.0)	15 (15.0)	3.19	1.116	ปานกลาง
รวม					3.59	.534	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นเอกซ์มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอกเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน เท่ากับ 4.18 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำเงินได้เป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่า เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น เท่ากับ 2.39 อยู่ในระดับน้อย

จากตารางที่ 11 พบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอกเท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน เท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำเงินได้เป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่า เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น เท่ากับ 2.58 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจ้าหน้าที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคม

ข้อความ	ความคิดเห็น (ร้อยละ)						\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงน้อยที่สุด				
เพราะฉันต้องเป็นที่ยอมรับในงานของฉัน	2 (2.0)	1 (1.0)	34 (34.0)	33 (33.0)	30 (30.0)		2.12	.924	น้อย
และต้องเป็นผู้ชนะ									
เพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันล้มเหลว	16 (16.0)	54 (54.0)	27 (27.0)	3 (3.0)	-		3.83	.726	มาก
เพราะชื่อเสียงของฉันขึ้นอยู่กับการทำงานนี้	6 (6.0)	35 (35.0)	41 (41.0)	12 (12.0)	6 (6.0)		3.23	.952	ปานกลาง
เพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้	16 (16.0)	55 (55.0)	26 (26.0)	-	3 (3.0)		3.81	.813	มาก
เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง	49 (49.0)	43 (43.0)	8 (8.0)	-	-		4.41	.637	มากที่สุด
เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกอายต่อตนเอง	21 (21.0)	28 (28.0)	36 (36.0)	14 (14.0)	1 (1.0)		3.54	1.009	มาก
เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกไม่ดี/แย่มากกับตนเอง	18 (18.0)	25 (25.0)	45 (45.0)	11 (11.0)	1 (1.0)		3.48	.948	มาก
							3.49	.509	มาก

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเงินเดือนรายที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคม

ข้อความ	ความคิดเห็น (ร้อยละ)						\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงน้อยที่สุด				
เพราะฉันต้องเป็นที่มีเงินในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ	2 (2.0)	14 (14.0)	36 (36.0)	25 (25.0)	23 (23.0)		2.47	1.058	น้อย
เพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันล้มเหลว	17 (17.0)	32 (32.0)	27 (27.0)	18 (18.0)	6 (6.0)		3.36	1.142	ปานกลาง
เพราะชื่อเสียงของฉันขึ้นอยู่กับการทำงานนี้	4 (4.0)	27 (27.0)	33 (33.0)	22 (22.0)	14 (14.0)		2.85	1.095	ปานกลาง
เพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้	34 (34.0)	49 (49.0)	13 (13.0)	3 (3.0)	1 (1.0)		4.12	.820	มาก
เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง	47 (47.0)	39 (39.0)	11 (11.0)	2 (2.0)	1 (1.0)		4.29	.820	มากที่สุด
เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกอายต่อตนเอง	15 (15.0)	22 (22.0)	32 (32.0)	16 (16.0)	15 (15.0)		3.06	1.262	ปานกลาง
เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกไม่ดี/แย่กับตนเอง	15 (15.0)	22 (22.0)	26 (26.0)	24 (24.0)	13 (13.0)		3.02	1.263	ปานกลาง
รวม							3.31	.797	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นเอกซ์มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคมเท่ากับ 3.49 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจนเนอเรชั่นเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เท่ากับ 4.41 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันลึ้มเหลว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะฉันต้องเป็นที่หนึ่งในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ เท่ากับ 2.12 อยู่ในระดับน้อย

จากตารางที่ 13 พบว่าพนักงานเจนเนอเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคมเท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจนเนอเรชั่นวายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะฉันต้องเป็นที่หนึ่งในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ เท่ากับ 2.47 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์

ข้อความ	ความคิดเห็น (ร้อยละ)				\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อยที่สุด			
ฉันเลือกทำงานนี้เพราะมันช่วยให้ฉันบรรลุเป้าหมายในชีวิต	15 (15.0)	43 (43.0)	38 (38.0)	4 (4.0)	3.69	.775	มาก
เพราะงานนี้ตรงกับกรวางแผนงานในอนาคตของฉัน	9 (9.0)	34 (34.0)	51 (51.0)	6 (6.0)	3.46	.744	มาก
เพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน	7 (7.0)	30 (30.0)	38 (38.0)	23 (23.0)	3.17	.933	ปานกลาง
เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่ฉันจะต้องใช้ความพยายามในการทำงานนี้	19 (19.0)	57 (57.0)	21 (21.0)	3 (3.0)	3.92	.720	มาก
เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้สอดคล้องกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน	10 (10.0)	32 (32.0)	41 (41.0)	17 (17.0)	3.35	.880	ปานกลาง
เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อฉัน	11 (11.0)	53 (53.0)	29 (29.0)	7 (7.0)	3.68	.764	มาก
รวม					3.55	.606	มาก

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของพนักงานเจเนอรัลเวयरที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจาก
อัตลักษณ์

ข้อความ	ความคิดเห็น (ร้อยละ)				\bar{X}	S.D.	การแปล ความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย			
ฉันเลือกทำงานนี้เพราะมันช่วยให้ฉัน บรรลุเป้าหมายในชีวิต	19 (19.0)	33 (33.0)	31 (31.0)	10 (10.0)	7 (7.0)	3.47	1.123 มาก
เพราะงานนี้ตรงกับกรวางแผนงานใน อนาคตของฉัน	18 (18.0)	30 (30.0)	32 (32.0)	13 (13.0)	7 (7.0)	3.39	1.136 ปานกลาง
เพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัว ของฉัน	18 (18.0)	25 (25.0)	34 (34.0)	19 (19.0)	4 (4.0)	3.34	1.103 ปานกลาง
เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่จะต้องใช้ ความพยายามในกรทำงานนี้	26 (26.0)	49 (49.0)	18 (18.0)	4 (4.0)	3 (3.0)	3.91	.933 มาก
เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้ สอดคล้องกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน	16 (16.0)	34 (34.0)	32 (32.0)	13 (13.0)	5 (5.0)	3.43	1.066 มาก
เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้เป็น สิ่งที่มีความหมายต่อฉัน	21 (21.0)	44 (44.0)	29 (29.0)	2 (2.0)	4 (4.0)	3.76	.944 มาก
รวม						3.55	.832 มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์เท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานนี้ เท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือฉันเลือกทำงานนี้เพราะมันช่วยให้ฉันบรรลุเป้าหมายในชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน เท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่าพนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์เท่ากับเจเนอเรชันเอกซ์ คือ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานนี้ เท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพราะการใช้ความพยายามในงานนี้เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อฉัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน เท่ากับ 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผลสถาน

ข้อความ	ความคิดเห็น (ร้อยละ)					S.D.	การแปล ความหมาย
	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงน้อยที่สุด		
เพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน	18 (18.0)	54 (54.0)	24 (24.0)	-	-	.752	มาก
งานที่ฉันทำอยู่นี้ในช่วงเวลาที่น่าพึง ปรารถนามาให้แกฉัน	14 (14.0)	56 (56.0)	24 (24.0)	6 (6.0)	-	.760	มาก
เพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่ น่าตื่นเต้น	9 (9.0)	52 (52.0)	32 (32.0)	7 (7.0)	-	.747	มาก
เพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ	16 (16.0)	49 (49.0)	33 (33.0)	2 (2.0)	-	.729	มาก
		รวม				.630	มาก
เพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน	18 (18.0)	44 (44.0)	28 (28.0)	8 (8.0)	2 (2.0)	.931	มาก
งานที่ฉันทำอยู่นี้ในช่วงเวลาที่น่าพึง ปรารถนามาให้แกฉัน	10 (10.0)	41 (41.0)	35 (35.0)	10 (10.0)	4 (4.0)	.946	มาก
เพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่ น่าตื่นเต้น	14 (14.0)	34 (34.0)	34 (34.0)	15 (15.0)	3 (3.0)	1.006	มาก
เพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ	18 (18.0)	50 (50.0)	21 (21.0)	7 (7.0)	4 (4.0)	.977	มาก
		รวม				.863	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์เท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน เท่ากับ 3.86 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่น่าตื่นเต้น เท่ากับ 3.63 อยู่ในระดับมาก ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์เท่ากับเจเนอเรชันเอกซ์ คือ 3.56 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในข้อที่ระบุว่า เพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ เท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำที่สุดคือข้อที่ระบุว่าเพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่น่าตื่นเต้น เท่ากับ 3.41 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแรงจูงใจโดยรวมแต่ละประเภท

เจเนอเรชัน	ข้อความ	\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
เจเนอเรชันเอกซ์	แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	3.51	.663	มาก
	แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	3.49	.509	มาก
	แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	3.55	.606	มาก
	แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	3.77	.630	มาก
	รวม	3.58	.451	มาก
เจเนอเรชันวาย	แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	3.59	.534	มาก
	แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	3.31	.797	ปานกลาง
	แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	3.55	.832	มาก
	แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	3.56	.863	มาก
	รวม	3.50	.598	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกแต่ละประเภทพบว่า พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในประเภทแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน เท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือประเภทแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก ประเภทแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับมาก และประเภทแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝัง

ทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกแต่ละประเภทพบว่ามีความแตกต่างจากเจเนอเรชันเอกซ์ คือ พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในประเภทแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก เท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือประเภทแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก ประเภทแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และประเภทแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลูกฝังทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อ กับแรงจูงใจในการทำงาน โดยทดสอบสมมติฐานงานวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในบริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น จำนวน 200 คน โดยแบ่งกลุ่มพนักงานออกเป็นพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ 100 คน และพนักงานเจเนอเรชันวาย 100 คน ใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ T-Test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานระหว่างพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และวาย ซึ่งกำหนดระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานแต่ละเจเนอเรชัน

สมมติฐานที่ 1 การใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 สมมติฐานย่อย ได้แก่

1. ความถี่ในการใช้สื่อของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานจำแนกตามช่องทางของสื่อ

ช่องทางของสื่อ	เจเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	t-test	p
เว็บไซต์ภายในบริษัท	เจเนอเรชันเอกซ์	4.15	.783	0.172	.864
	เจเนอเรชันวาย	4.13	.861		
ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่าย	เจเนอเรชันเอกซ์	4.45	.687	2.859	.005*
	เจเนอเรชันวาย	4.13	.884		
อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	เจเนอเรชันเอกซ์	4.30	.732	1.391	.166
	เจเนอเรชันวาย	4.14	.888		

ช่องทางของสื่อ	เจนเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	t-test	p
บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	เจนเนอเรชันเอกซ์	2.90	.810	1.732	.085
	เจนเนอเรชันวาย	2.70	.823		
กล่องรับความคิดเห็น	เจนเนอเรชันเอกซ์	2.29	.902	3.682	.000*
	เจนเนอเรชันวาย	1.85	.783		
รวม	เจนเนอเรชันเอกซ์	3.62	.499	3.230	.001*
	เจนเนอเรชันวาย	3.39	.499		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 อธิบายได้ว่าพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้สื่อในการทำงานโดยรวมแตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาในแต่ละช่องทางของสื่อแล้วพบว่า มีเพียง 2 ช่องทาง ได้แก่ ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่าย และกล่องรับความคิดเห็น ที่พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ และพนักงานเจนเนอเรชันวาย มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้สื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเว็บไซต์ภายในบริษัท อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท และบอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้สื่อไม่แตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวาย

- ระยะเวลาในการใช้สื่อพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้สื่อในการทำงานแต่ละครั้ง

การใช้สื่อในการทำงาน	เจนเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	t-test	p
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้สื่อแต่ละครั้ง	เจนเนอเรชันเอกซ์	11.18	13.836	.881	.380
	เจนเนอเรชันวาย	9.61	11.243		

จากตารางที่ 19 อธิบายได้ว่าพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้สื่อในการทำงานแต่ละครั้งไม่แตกต่างจากพนักงานเจนเนอเรชันวาย

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้สื่อของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานจำแนกตามช่องทางของสื่อ

ช่องทางของสื่อ	เจเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	t-test	p
เว็บไซต์ภายในบริษัท	เจเนอเรชันเอกซ์	3.93	.807	-1.461	.146
	เจเนอเรชันวาย	4.09	.740		
ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่าย	เจเนอเรชันเอกซ์	4.37	.691	4.263	.000*
	เจเนอเรชันวาย	3.90	.859		
อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท	เจเนอเรชันเอกซ์	4.06	.802	.639	.523
	เจเนอเรชันวาย	3.99	.745		
บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ	เจเนอเรชันเอกซ์	3.00	.791	.614	.540
	เจเนอเรชันวาย	2.93	.820		
กล่องรับความคิดเห็น	เจเนอเรชันเอกซ์	2.43	.844	.933	.352
	เจเนอเรชันวาย	2.31	.971		
รวม	เจเนอเรชันเอกซ์	3.56	.506	1.608	.109
	เจเนอเรชันวาย	3.44	.496		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 อธิบายได้ว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานโดยรวมไม่แตกต่างจากพนักงานเจเนอเรชันวาย โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละช่องทางของสื่อแล้วพบว่า มีเพียงช่องทางเดียว คือ ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่าย ที่พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และพนักงานเจเนอเรชันวาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเว็บไซต์ภายในบริษัท อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ และกล่องรับความคิดเห็น พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และพนักงานเจเนอเรชันวาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานจำแนกตามประเภทของแรงจูงใจ

ช่องทางของสื่อ	เจเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	t-test	p
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	เจเนอเรชันเอกซ์	3.51	.663	-992	.322
	เจเนอเรชันวาย	3.59	.534		
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	เจเนอเรชันเอกซ์	3.49	.509	1.888	.061
	เจเนอเรชันวาย	3.31	.797		
รวมแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	เจเนอเรชันเอกซ์	3.55	.606	-.049	.961
	เจเนอเรชันวาย	3.55	.832		
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.77	.630	1.941	.054
	เจเนอเรชันวาย	3.56	.863		
ผลรวมแรงจูงใจในการทำงาน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.58	.451	.990	.324
	เจเนอเรชันวาย	3.50	.598		

จากตารางที่ 21 อธิบายได้ว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมของแต่ละรูปแบบทั้งประเภทและรูปแบบ ไม่แตกต่างจากพนักงานเจเนอเรชันวาย โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามแล้วพบว่า มีข้อคำถามเพียง 8 ข้อ จาก 26 ข้อเท่านั้น ที่มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ฉันทำงานนี้เพื่อเงิน เพราะฉันต้องเป็นที่หนึ่งในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ เพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันลึ้มเหลว เพราะชื่อเสียงของฉันขึ้นอยู่กับการทำงานนี้ เพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้ เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกอายต่อตนเอง เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกไม่ดี/แย่กับตนเอง และงานที่ฉันทำอยู่นี้นำช่วงเวลาที่น่าพึงปรารถนามาให้แก่ฉัน อีก 18 ข้อ พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้สื่อในที่ทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กัน แบ่งออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยดังนี้

1. การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.117	.247
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	-0.029	.772
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	-0.068	.499
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	-0.123	.223
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	-0.031	.757

จากตารางที่ 22 อธิบายได้ว่าความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานทุกรูปแบบของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์

ตัวแปร	ระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	-0.065	.519
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	-0.075	.457
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	-0.111	.273
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.017	.868
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	-0.076	.450

จากตารางที่ 23 อธิบายได้ว่าระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานทุกรูปแบบของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์

2. การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.338	.000*
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.243	.015*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.345	.000*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.381	.000*
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.425	.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 อธิบายได้ว่าความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสานมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ในขณะที่แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคมเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย

ตัวแปร	ระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.056	.577
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.027	.787
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.060	.550
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.203	.043*
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.116	.251

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 อธิบายได้ว่าระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมของพนักงานเจเนอเรชันวาย แต่เมื่อพิจารณาแยกในแต่ละรูปแบบ ระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายมี

ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก

3. การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวายมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย

ตัวแปร	ความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.214	.002*
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.159	.025*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.164	.021*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.191	.007*
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.236	.001*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 อธิบายได้ว่าความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวายมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก ทั้งแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย

ตัวแปร	ระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	-0.021	.763
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	-0.008	.906
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	-0.020	.780
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.118	.095
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.027	.705

จากตารางที่ 27 อธิบายได้ว่าระยะเวลาในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานทุกรูปแบบของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กัน แบ่งออกเป็น 3 สมมติฐานย่อยดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.289	.003*
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.049	.627
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.127	.208
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.062	.539
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.184	.066

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ แต่เมื่อพิจารณาแยกแต่ละรูปแบบของแรงจูงใจ พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับต่ำมาก

2. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวาย

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.384	.000*
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.277	.005*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.321	.001*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.318	.001*
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.404	.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสานมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ในขณะที่แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคมเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก

3. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

ตัวแปร	ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน	
	r	P
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	0.319	.000*
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	0.195	.006*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	0.233	.001*
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	0.218	.002*
แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม	0.311	.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงาน เจเนอเรชันเอกซ์และวายมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และแรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ในขณะที่แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน เป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างในการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานระหว่างพนักงานต่างเจเนอเรชัน
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของแรงจูงใจในการทำงานระหว่างพนักงานต่างเจเนอเรชัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย ในองค์กร

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form ในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บวัดผลครั้งเดียว และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบด้วยตนเอง กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานในบริษัท ตรีเพชรอีซูเชลส์ จำกัด ที่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปและใช้สื่อภายในองค์กร จำนวน 200 คน แบ่งเป็นพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ 100 คน และพนักงานเจเนอเรชันวาย 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติเชิงอ้างอิง 2 ค่า ได้แก่ ค่าสถิติ T-Test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงาน ระหว่างพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และวาย ซึ่งกำหนดระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อภายในองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานแต่ละเจเนอเรชัน

จากการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ และกลุ่มพนักงานเจเนอเรชันวาย จำนวนกลุ่มละ 100 คน เป็นเพศชายจำนวน 37 คน (ร้อยละ 18.5) และเพศหญิงจำนวน 163 คน (ร้อยละ 81.5) ส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในสายงานบริหาร (ร้อยละ 27.0) และสายงานขาย (ร้อยละ 24.5) เมื่อจำแนกตามระดับตำแหน่ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับพนักงานมากที่สุด (ร้อยละ 27.0) ใกล้เคียงกับระดับผู้จัดการ (ร้อยละ 21.5) และระดับหัวหน้างาน (ร้อยละ 20.5)

2. การใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร

พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีค่าเฉลี่ยความถี่ของการใช้สื่อในที่ทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาไปในแต่ละช่องทางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มส่วนตัวแทนจากแต่ละฝ่ายอยู่ในระดับมากที่สุด โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อภายในองค์กรคือในระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (08:00 - 12:00 น.) มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้สื่อภายในองค์กรแต่ละครั้งประมาณ 11.18 นาที และเข้าถึงสื่อภายในองค์กรผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทมากที่สุด

ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยความถี่ของการใช้สื่อในที่ทำงานโดยรวมต่ำกว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ โดยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาไปในแต่ละช่องทางแล้วพบว่า พนักงานเจเนอเรชันวายมีค่าเฉลี่ยความถี่ของการใช้อีเมลเวียนแจ้งข่าวภายในบริษัท เว็บไซต์ภายในบริษัท และข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อภายในองค์กรคือในระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (08:00 - 12:00 น.) มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้สื่อภายในองค์กรแต่ละครั้งประมาณ 9.61 นาที และเข้าถึงสื่อภายในองค์กรผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทมากที่สุด

3. ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร

ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ในองค์กรอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลงไปในเรื่องแต่ละช่องทางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มของตัวแทนจากแต่ละฝ่ายมากที่สุด รองลงมาคือเว็บไซต์ภายในบริษัทและอีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัทซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนบอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ และกล่องรับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลางและน้อยตามลำดับ

ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวายในองค์กรมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าเจเนอเรชันเอกซ์ และเมื่อพิจารณาลงไปในเรื่องแต่ละช่องทางแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ภายในบริษัท อีเมลเวียนแจ้งข่าวภายในบริษัท และข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนของฝ่ายอยู่ในระดับมาก ส่วนบอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง และกล่องรับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกันกับเจเนอเรชันเอกซ์

4. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กร

พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีแรงจูงใจในการทำงานในระดับมาก โดยพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีแรงจูงใจในการทำงานสูงกว่าเจเนอเรชันวาย เมื่อพิจารณาลงไปในเรื่องแรงจูงใจแต่ละรูปแบบพบว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีแรงจูงใจทุกรูปแบบอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน ในขณะที่เจเนอเรชันวายมีแรงจูงใจ 3 รูปแบบอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ และแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน โดยแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 31 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันด้านการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

การใช้สื่อในที่ทำงาน	\bar{X}		ค่าความต่าง t-Test	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	เจเนอเรชันเอกซ์	เจเนอเรชันวาย		
ความถี่	3.62	3.39	3.230	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ระยะเวลาเฉลี่ยแต่ละครั้ง	11.18	9.61	0.881	ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 32 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันด้านความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

ความพึงพอใจต่อ การใช้สื่อในที่ทำงาน	\bar{X}		ค่าความต่าง t-Test	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	เจเนอเรชันเอกซ์	เจเนอเรชันวาย		
ความพึงพอใจโดยรวม	3.56	3.44	1.608	ไม่แตกต่างกัน
ข้อความผ่านแอป พลิเคชันไลน์กลุ่ม ตัวแทนของฝ่าย	4.37	3.9	4.263	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 33 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างด้านแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

แรงจูงใจในการทำงาน	\bar{X}		ค่าความต่าง t-Test	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
	เจเนอเรชัน เอกซ์	เจเนอเรชัน วาย		
แรงจูงใจแบบควบคุมจากภายนอก	3.51	3.59	-.992	ไม่แตกต่างกัน
แรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	3.49	3.31	1.888	ไม่แตกต่างกัน
รวมแรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์	3.55	3.55	.961	ไม่แตกต่างกัน
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน	3.77	3.56	1.941	ไม่แตกต่างกัน
ผลรวมแรงจูงใจในการทำงาน	3.58	3.50	.990	ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 การใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 34 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

การใช้สื่อในที่ทำงาน	แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม		
	เจเนอเรชันเอกซ์	เจเนอเรชันวาย	พนักงานทั้งหมด
ความถี่	ไม่มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ
ระยะเวลาเฉลี่ยแต่ละครั้ง	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน เจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรมีความสัมพันธ์กัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 35 ตารางแสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย

ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงาน	แรงจูงใจในการทำงานโดยรวม		
	เจเนอเรชันเอกซ์	เจเนอเรชันวาย	พนักงานทั้งหมด
ความพึงพอใจโดยรวม	ไม่มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ	อย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปการวิจัย สามารถนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นดังนี้

1. พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายเลือกช่วงเวลา เครื่องมือ และช่องทางของสื่อที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

พนักงานในเจเนอเรชันเอกซ์และเจเนอเรชันวายมีการใช้อีเมลในที่ทำงานคล้ายกัน ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านช่วงเวลา คือ พนักงานส่วนใหญ่จากทั้ง 2 เจเนอเรชันเลือกใช้อีเมลภายในระหว่างเวลาทำงานในช่วงเช้า (08.30 - 12.00 น.) ด้านเครื่องมือ คือ พนักงานส่วนใหญ่จากทั้ง 2 เจเนอเรชันเลือกใช้อีเมลผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท และด้านช่องทางของสื่อ คือ ช่องทางของสื่อ 3 อันดับแรกที่พนักงานส่วนใหญ่จากทั้ง 2 เจเนอเรชันเลือกใช้ได้แก่ เว็บไซต์ภายในบริษัท ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์จากกลุ่มตัวแทนของฝ่าย และอีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท

อ้างอิงจากข้อมูลการส่งอีเมลเวียน แจ้งเตือนการอัปเดตข่าวสารต่าง ๆ ตลอดระยะเวลา ย้อนหลัง 1 ปี ตรีเพชรฯ มักส่งข่าวสารส่วนใหญ่ไปหาพนักงานในช่วง 9.00 - 12.00 น. โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงที่ทำการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ตรีเพชรฯ ต้องบริหารและดำเนินงานอยู่ภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ที่มีความไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา และมีความเสี่ยงกับทั้งพนักงานและตรีเพชรฯ ในอัตราที่สูง ทำให้มีการส่งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการอัปเดตสถานการณ์และระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่จำเป็นในช่วงเช้าของทุกวัน โดยนอกจากจะอัปเดตในเว็บไซต์ภายในองค์กร และส่งอีเมลเวียนแจ้งเตือน ซึ่ง

เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารหลักของตรีเพชรฯ แล้ว ทางฝ่ายที่เกี่ยวข้องยังมีการแจ้งเตือนไปยังกลุ่มตัวแทนพนักงานในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อความสะดวกในการรับทราบข่าวสารที่สำคัญของพนักงานอีกด้วย

นอกจากนี้ เนื่องด้วยวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นของตรีเพชรฯ ซึ่งเน้นความสำคัญเป็นอย่างมาก ในเรื่องการทำงานเป็นทีมที่มีระบบการทำงาน การติดตามงาน และการรายงานผลที่เข้มแข็ง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีค่านิยมในการทำงานหนักและทำงานล่วงเวลา แม้ตรีเพชรฯ เองจะคอยย้ำเตือนภายในองค์กรอยู่เสมอ เกี่ยวกับการทำงานโดยยึดหลักการการทำงานอย่างสมดุล แต่ด้วยการเติบโตของจำนวนสาขา ความเข้มข้นของการแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์ และหน้าที่ในการดูแลและจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้กับดีลเลอร์ซึ่งเป็นลูกค้าตรีเพชรฯ จึงยังไม่สามารถก้าวข้ามค่านิยมในการทำงานหนักและทำงานล่วงเวลาแบบญี่ปุ่นไปได้มากนัก ยิ่งไปกว่านั้น การมีกฎระเบียบในการทำงานที่เข้มงวด มีหลักเกณฑ์ในการดำเนินงานและประเมินผลงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน มีเงื่อนไขค่าตอบแทนต่าง ๆ ที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน จึงกลายเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงานที่เป็นรูปแบบเฉพาะตัว ซึ่งพนักงานตรีเพชรฯ ทุกคนจากทุกเจเนอเรชันต้องยอมรับ และทำงานอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน

ในอีกทางหนึ่ง แนวทางการพัฒนาพนักงาน และการคัดเลือกพนักงานของตรีเพชรฯ เองก็มีหลักการที่ชัดเจนและเข้มงวด โดยหนึ่งในเกณฑ์สำคัญที่ใช้วางแผนและพิจารณาจากความสามารถ ก็คือทัศนคติในการทำงาน ที่จำเป็นจะต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง และปรับตัวยืดหยุ่นในการทำงานได้ดี จากทั้งปัจจัยด้านวัฒนธรรมการทำงานที่เข้มข้น และพื้นฐานการมีทัศนคติด้านการปรับตัวและยืดหยุ่นของพนักงานนี้เอง จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันได้น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการใช้สื่อ ที่องค์กรมีการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานหมั่นอัปเดตและติดตามข่าวสารขององค์กร และพนักงานจำเป็นต้องติดตามข่าวสารต่าง ๆ ของตรีเพชรฯ อย่างใกล้ชิด เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเหล่านั้นไปใช้วางแผนการทำงานร่วมกับทีม พนักงานตรีเพชรฯ ส่วนใหญ่จึงใช้ช่วงเวลาระหว่างการทำงานช่วงเช้าในการอัปเดตและติดตามข่าวสารต่าง ๆ ของตรีเพชรฯ ผ่านทาง 3 ช่องทางหลักที่องค์กรเลือกใช้ไม่แตกต่างกัน

2. ความถี่ในการใช้สื่อของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์แตกต่างจากพนักงานเจเนอเรชันวาย ภายใต้วัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าพนักงานในเจเนอเรชันเอกซ์และวายที่มีระยะเวลาในการทำงานกับองค์กรแตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้สื่อในที่ทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ยของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์สูงกว่าพนักงานเจเนอเรชันวาย จึงสามารถกล่าวได้ว่า พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์ที่ทำงานกับองค์กรมาด้วยระยะเวลาที่ยาวนาน มีความถี่ในการใช้สื่อสูงกว่าพนักงานเจเนอเรชันวาย เนื่องจากเจเนอเรชันเอกซ์มีความผูกพันต่อทีม และองค์กร รวมถึงมีความกลมกลืนและผูกพันกับรูปแบบการทำงานเป็นทีมมากกว่าพนักงานเจเนอเรชันวาย

วัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลทำให้ระยะเวลาที่มีอิทธิพลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเลี้ยงดูพนักงาน ซึ่งวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นเน้นการจ้างงานแบบตลอดชีพ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสำคัญต่าง ๆ ขององค์กรอยู่เสมอ ไม่ว่าจะพนักงานจะอยู่ในระดับตำแหน่งใดก็ตาม รวมทั้งการมอบอำนาจให้กับพนักงานทุกคนทุกระดับต้องตัดสินใจร่วมกันและรับผิดชอบร่วมกัน ด้วยเหตุนี้เอง เมื่อพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กรญี่ปุ่นด้วยระยะเวลานาน ๆ จึงทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรได้มากกว่าพนักงานที่เพิ่งเข้ามาทำงาน ยิ่งไปกว่านั้น ด้วยการทำงานเป็นทีมที่พนักงานแต่ละคนต้องพูดคุยปรึกษากับคนในทีมอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการทำงานหนักและทำงานล่วงเวลา ด้วยเหตุนี้เอง วัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นจึงกลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยแรงที่ทำให้ระยะเวลาในการทำงานมีผลเป็นอย่างมากต่อความผูกพันขององค์กร รวมไปถึงการยอมรับรูปแบบการทำงานเป็นทีม ที่ต้องมีการติดตามข่าวสาร และติดต่อสื่อสารกับคนในทีมอยู่เสมอ

3. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานอย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละข้อคำถามแล้ว พบว่าพนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวาย มีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่นที่เข้มงวด และระบบการดำเนินงานของตรีเพชรฯ ที่ไม่มีความหลากหลาย สภาพแวดล้อมและเงื่อนไขที่คนจากทั้ง 2 เจเนอเรชันต้องเผชิญจึงไม่มีความแตกต่างกันส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันได้น้อยตามไปด้วย

จากแนวคิดที่ระบุสาเหตุของความแตกต่างของคนในแต่ละเจนเนอเรชัน ว่าเกิดจากการเติบโตมาในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน และได้พบเจอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน บุคคลจากแต่ละเจนเนอเรชันจึงได้รับอิทธิพลจากแต่ละเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างกันดังกล่าว และส่งผลให้มีพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกแตกต่างกันออกไป (Eyerman and Turner, 1998) ในขณะเดียวกัน การทำงานภายใต้วัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น ซึ่งมีระบบการทำงานที่เข้มข้น มีข้อปฏิบัติและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ชัดเจน หรือลักษณะงานที่พนักงานจากแต่ละเจนเนอเรชันต้องทำคล้ายกัน เนื่องจากตรีเพชราฯ เป็นบริษัทที่มีรูปแบบการดำเนินการทางธุรกิจเฉพาะด้าน เน้นลักษณะงานขาย การตลาด และงานบริการหลังการขาย การดำเนินงานของตรีเพชราฯ ในแต่ละหน่วยงานจึงอยู่ภายใต้จุดประสงค์หลักในการดำเนินงานทั้ง 3 ข้อของบริษัทไม่หลากหลายมากนัก ทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าว จึงส่งผลให้พนักงานทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย ได้พบเจอเหตุการณ์ที่คล้ายกัน ภายใต้สภาพสังคมแวดล้อมเดียวกัน แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวจึงไม่แตกต่างกัน

4. การใช้สื่อในที่ทำงาน และความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันวาย ต่างจากเจนเนอเรชันเอกซ์ ที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อีเมลในที่ทำงานและแรงจูงใจในการทำงาน

จากความชัดเจนของขอบเขตระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวที่แตกต่างกัน ระหว่างพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์และพนักงานเจนเนอเรชันวายส่งผลให้การใช้สื่อในที่ทำงานและความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน

โดยพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ ที่เติบโตมาท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในทุกเจนเนอเรชัน ส่งผลให้ทั้งพ่อหรือแม่ของคนเจนเนอเรชันเอกซ์ส่วนใหญ่ต้องออกไปทำงานในระหว่างการศึกษาสูงกว่าเจนเนอเรชันก่อนหน้า (Sok, Lub and Blomme, 2014) พนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์จึงต้องการมีเวลาเป็นของตนเอง และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับชีวิตการทำงาน และส่งผลให้รับรู้ว่าการใช้สื่อในที่ทำงานเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตการทำงาน และรับรู้ว่าการใช้สื่อในที่ทำงานเป็นความคิด ความรู้สึก และความต้องการส่วนบุคคล ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้การใช้สื่อในที่ทำงานและความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลในที่ทำงานของพนักงานเจนเนอเรชันเอกซ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงาน

ในขณะที่พนักงานเจนเนอเรชันวายต้องเติบโตขึ้นมาท่ามกลางยุคที่สภาวะทางเศรษฐกิจไม่มั่นคง ทำให้ตลาดงานของคนในเจนเนอเรชันวายไม่มั่นคงตามไปด้วย คนในเจนเนอเรชันวายจึงมี

แนวโน้มที่จะมุ่งหวังผลสำเร็จของทีม ให้ความสำคัญกับการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม ในขณะเดียวกันก็นำเทคโนโลยีที่ตนเองคุ้นเคยมาช่วยลดภาระในการทำงานมากกว่าคนในเจเนอเรชันอื่น ซึ่งส่งผลไปถึงขอบเขตของชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวที่ค่อย ๆ หายไป และทำให้เกิดการหลอมรวมกันระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Sok, Lub and Blomme, 2014) ด้วยเหตุนี้ พนักงานเจเนอเรชันวายจึงรับรู้ทั้งเรื่องของการใช้สื่อในที่ทำงาน ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานแบบหลอมรวมเป็นมิติเดียวกัน ส่งผลให้การใช้สื่อในที่ทำงานและความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงาน เนื่องจากเส้นแบ่งขอบเขตระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวที่หายไปนั่นเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้

1. จากข้อมูลด้านการใช้สื่อในที่ทำงาน พบว่า พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์และวายมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงานแตกต่างกันเมื่อพิจารณาลงไปในแต่ละช่องทางของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่องทางแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนพนักงาน ที่พนักงานเจเนอเรชันเอกซ์มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมากกว่าพนักงานเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นอันดับหนึ่งจากช่องทางทั้งหมด ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันวายมีความพึงพอใจต่อการใช้เว็บไซต์ภายในบริษัทมากกว่า และพึงพอใจเป็นอันดับหนึ่งจากช่องทางทั้งหมด แม้จะแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามช่องทางที่ได้รับความพึงพอใจและความถี่ในการใช้งานสูงสุด 3 อันดับแรกก็ยังคงเป็น 3 ช่องทางที่ตรีเพชรฯ ใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร นั่นคือ เว็บไซต์ภายในบริษัท แอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนพนักงาน และอีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท ทีมที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารภายในองค์กร สามารถปรับรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการของตรีเพชรฯ โดยประยุกต์ข้อมูลชุดนี้เพื่อมุ่งหวังความทั่วถึงในการรับรู้ข่าวสารของพนักงาน และความเข้าใจที่ตรงกันได้ โดยปรับใช้ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์กลุ่มตัวแทนพนักงานให้กลายเป็นช่องทางสื่อสารหลักอย่างเป็นทางการ และปรับรูปแบบของการใช้งานเว็บไซต์ภายในบริษัทให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจจากพนักงานทั้ง 2 กลุ่ม โดยอาจเพิ่มการสำรวจรายละเอียดการใช้งานเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมาประกอบการตัดสินใจและวางแผนการสื่อสารต่อไป

2. จากผลการวิเคราะห์การใช้สื่อในที่ทำงาน และความพึงพอใจต่อการใช้สื่อในที่ทำงาน ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานในพนักงานเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญ แม้จะเป็นในระดับที่ต่ำมาก ที่ก็แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบระหว่างกัน เมื่อองค์กรต้องการสื่อสารเรื่องใดก็ตามไปหาพนักงาน องค์กรควรรอบคอบ และระมัดระวังเป็นอย่างมากถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และต้องมีการวางแผนการสื่อสาร แผนสำรอง และแผนในการแก้ไขเหตุการณ์วิกฤติ รวมถึงต้องมีการทบทวนและปรับแผนให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อจำกัดของงานวิจัยในครั้งนี้ คือการทำการศึกษาวิจัยภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งอาจมีผลกับกระบวนการสื่อสารภายในบริษัท ทั้งขั้นตอนการสื่อสาร โทนของข้อความที่ใช้สื่อสาร เนื้อหาของสารในช่วงเวลาดังกล่าว และรูปแบบการทำงานที่ต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ หากมีโอกาสควรวิจัยซ้ำเมื่อสถานการณ์กลับมาปกติ หรือหลังจากสถานการณ์คลี่คลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อสภาวะของสังคมรอบตัวให้เปลี่ยนเข้าสู่ยุค New Normal หรือ New Now ที่มีความแตกต่างจากสภาวะการณ์ก่อนเกิดการระบาดของโรคดังกล่าวเป็นอย่างมาก
2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณเท่านั้น ในการทำการศึกษารายละเอียดควรมีการเลือกทำการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเชิงลึก หรือลักษณะการใช้งานสื่อภายในที่ทำงานมากขึ้น ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวจะสามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารภายในบริษัทให้ได้ประสิทธิภาพมากขึ้นได้

บรรณานุกรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ มีจุดประสงค์สำหรับเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการใช้สื่อในที่ทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชันเอ็กซ์และวายในองค์กรเอกชนไทยที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบญี่ปุ่น ซึ่งส่วนหนึ่งของการทำโครงการวิชาชีพของนิสิตระดับปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการวิจัยนี้ จะทำการประมวลผลและนำเสนอข้อมูลในภาพรวมโดยไม่ระบุตัวตน ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อตามความเป็นจริงที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ หรือไม่ประสงค์ที่จะทำแบบสอบถาม ท่านสามารถหยุดการตอบแบบสอบถามนี้ได้ทุกเมื่อ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความ หรือระบุข้อมูลที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ หญิง ชาย อื่นๆ
2. อายุ อายุมากกว่า 56 ปี อายุ 42 - 56 ปี
 อายุ 25 - 41 ปี อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 24 ปี
3. สายงาน งานขาย งานบริการหลังการขาย
 งานบริหาร งานฝึกอบรม
 งานตรวจสอบระบบธุรกิจ งานลูกค้าสัมพันธ์
 งานประชาสัมพันธ์ งานวางแผนและบริหาร IT
 งานวางแผนและบริหารยุทธศาสตร์ดิจิทัล งานวางแผนผลิตภัณฑ์
 งานยุทธศาสตร์องค์กร งานอื่นๆ

4. ระดับตำแหน่ง
- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> พนักงาน | <input type="radio"/> หัวหน้างาน |
| <input type="radio"/> ผู้ช่วยผู้จัดการ | <input type="radio"/> ผู้จัดการ |
| <input type="radio"/> ผู้จัดการอาวุโส | <input type="radio"/> ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป |
| <input type="radio"/> ผู้จัดการทั่วไป | <input type="radio"/> ผู้จัดการทั่วไปอาวุโส |
| <input type="radio"/> ผู้อำนวยการขึ้นไป | |
| <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ | |



ส่วนที่ 2 การใช้สื่อภายในองค์กร

กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ หรือระบุข้อความลงในช่องตาราง และช่องว่างให้ตรงกับการใช้สื่อภายในองค์กรของท่านมากที่สุด

1. ระดับความถี่ในการใช้สื่อภายในองค์กร

ประเภทของสื่อ	ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ				
	5	4	3	2	1
1. เว็บไซต์ภายในบริษัท					
2. ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์จากกลุ่มตัวแทนของฝ่าย					
3. อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท					
4. บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ					
5. กล่องรับความคิดเห็น					

2. ช่วงเวลาที่ท่านเลือกใช้สื่อภายในองค์กร

ช่วงเวลา	ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อ				
	5	4	3	2	1
1. ช่วงเข้าก่อนเวลาเริ่มงาน (ก่อน 08.30 น.)					
2. ระหว่างเวลาทำงานช่วงเช้า (8.30 - 12.00 น.)					
3. ช่วงพักกลางวัน (12.00 - 13.00 น.)					
4. ระหว่างเวลาทำงานช่วงบ่าย (13.00 - 17.00 น.)					
5. ช่วงเย็นหลังเวลาเลิกงาน (17.00 น. เป็นต้นไป)					
6. ระหว่างวันหยุด และสุดสัปดาห์					

3. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้สื่อภายในองค์กรเพื่อเข้าถึงข้อมูล _____ นาที

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อภายในองค์กรบ่อยที่สุด

เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท มือถือ หรือแท็บเล็ตของบริษัท

เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว มือถือ หรือแท็บเล็ตส่วนตัว

อื่นๆ โปรดระบุ _____

5. ความพึงพอใจในการใช้งานสื่อภายในองค์กรแต่ละช่องทาง

ประเภทของสื่อ	ความพึงพอใจในการใช้สื่อแต่ละช่องทาง				
	5	4	3	2	1
1. เว็บไซต์ภายในบริษัท					
2. ข้อความผ่านแอปพลิเคชันไลน์จากกลุ่มตัวแทนของฝ่าย					
3. อีเมลเวียนแจ้งข่าวจากบริษัท					
4. บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ					
5. กล่องรับความคิดเห็น					

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการทำงาน

กรุณาตอบคำถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เหตุผลต่อไปนี้คือสาเหตุที่ทำให้ฉันตั้งใจทุ่มเททำงาน	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงน้อยที่สุด
1. เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน					
2. เพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำเงินได้เป็นจำนวนมาก					
3. ฉันทำงานนี้เพื่อเงิน					
4. เพื่อจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น เช่น หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า หรือ ครอบครัว เป็นต้น					
5. เพราะผู้อื่นจะเคารพในตัวฉันมากขึ้น เช่น หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า หรือ ครอบครัว เป็นต้น					
6. เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น เช่น หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า หรือ ครอบครัว เป็นต้น					
7. เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะให้ผลตอบแทนทางการเงินแก่ฉันถ้าฉันใช้ความพยายามมากพอในการทำงาน					
8. เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะเสนอความมั่นคงในงานให้แก่ฉัน ถ้าฉันใช้ความพยายามในการทำงานมากพอ					
9. เพราะฉันเสี่ยงที่จะเสียงานถ้าฉันไม่ใช้ความพยายามมากพอในการทำงาน					
10. เพราะฉันต้องเป็นที่หนึ่งในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ					
11. เพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันล่มเหลว					

เหตุผลต่อไปนี้คือสาเหตุที่ทำให้ฉันตั้งใจทุ่มเททำงาน	เป็นจริงที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงปานกลาง	เป็นจริงน้อย	เป็นจริงน้อยที่สุด
12. เพราะชื่อเสียงของฉันขึ้นอยู่กับการทำงานนี้					
13. เพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้					
14. เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง					
15. เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกอายต่อตนเอง					
16. เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกไม่ดี/แย่กับตนเอง					
17. ฉันเลือกทำงานนี้เพราะมันช่วยให้ฉันบรรลุเป้าหมายในชีวิต					
18. เพราะงานนี้ตรงกับกรวางแผนงานในอนาคตของฉัน					
19. เพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน					
20. เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่จะต้องใช้ความพยายามในการทำงานนี้					
21. เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้สอดคล้องกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน					
22. เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อฉัน					
23. เพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน					
24. งานที่ฉันทำอยู่นี้นำช่วงเวลาที่น่าพึงปรารถนามาให้แก่อัน					
25. เพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่น่าตื่นเต้น					
26. เพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ					

ตารางรายงานผลการวิเคราะห์สถิติอ้างอิง Independent Sample t-Test ด้านแรงจูงใจเป็นรายข้อ จำแนกตามเจเนอเรชันของพนักงานออกเป็นเจเนอเรชันเอกซ์และเจเนอเรชันวาย

Employee Motivation	Age	\bar{X}	S.D.	t-test	p
แรงจูงใจแบบควบคุม (Controlled Motivation)					
การควบคุมจากภายนอก (External Regulated Behavior)					
1. เพราะงานนี้ทำให้ฉันมีชีวิตที่ดี/มีมาตรฐาน	เจเนอเรชันเอกซ์	4.18	.757	.409	.683
	เจเนอเรชันวาย	4.14	.620		
2. เพราะงานนี้ช่วยให้ฉันทำเงินได้เป็นจำนวนมาก	เจเนอเรชันเอกซ์	3.88	1.008	-1.024	.307
	เจเนอเรชันวาย	4.01	.772		
3. ฉันทำงานนี้เพื่อเงิน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.58	.955	-2.633	.009*
	เจเนอเรชันวาย	3.93	.924		
4. เพื่อจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น	เจเนอเรชันเอกซ์	3.65	.783	-1.749	.082
	เจเนอเรชันวาย	3.86	.910		
5. เพราะผู้อื่นจะเคารพในตัวฉันมากขึ้น	เจเนอเรชันเอกซ์	3.37	.872	-1.371	.172
	เจเนอเรชันวาย	3.54	.881		
6. เพื่อหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น	เจเนอเรชันเอกซ์	2.39	1.118	-1.241	.216
	เจเนอเรชันวาย	2.58	1.046		
7. เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะให้ผลตอบแทนทางการเงิน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.47	1.087	-.490	.624
	เจเนอเรชันวาย	3.54	.926		
8. เพราะผู้อื่น เช่น นายจ้าง หรือ หัวหน้างาน จะเสนอความมั่นคงในงาน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.61	1.081	.541	.589
	เจเนอเรชันวาย	3.53	1.010		
9. เพราะฉันเสี่ยงที่จะเสียงานถ้าฉันไม่ใช้ความพยายามมากพอในการทำงาน	เจเนอเรชันเอกซ์	3.43	1.130	1.511	.132
	เจเนอเรชันวาย	3.19	1.116		
ผลรวมแรงจูงใจแบบ	เจเนอเรชันเอกซ์	3.51	.663	-.992	.322
ควบคุมจากภายนอก	เจเนอเรชันวาย	3.59	.534		

Employee Motivation	Age	\bar{X}	S.D.	t-test	p
การควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม (Introjected Regulation Behavior)					
10. เพราะฉันต้องเป็นที่หนึ่งในงานของฉันและต้องเป็นผู้ชนะ	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	2.12	.924	-2.491	.014*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	2.47	1.058		
11. เพราะงานคือชีวิตของฉันและฉันไม่ต้องการให้มันลึ้มเหลว	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.83	.726	3.475	.001*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.36	1.142		
12. เพราะชื่อเสียงของฉันขึ้นอยู่กับการทำงานนี้	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.23	.952	2.619	.010*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	2.85	1.095		
13. เพราะฉันต้องพิสูจน์ตนเองว่าฉันทำได้	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.81	.813	-2.685	.008*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	4.12	.820		
14. เพราะการทำงานทำให้ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	4.41	.637	1.155	.249
	เจนเนอร์ชั่นวาย	4.29	.820		
15. เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกอายต่อตนเอง	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.54	1.009	2.971	.003*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.06	1.262		
16. เพราะไม่เช่นนั้นฉันจะรู้สึกไม่ดี/แยกับตนเอง	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.48	.948	2.913	.004*
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.02	1.263		
ผลรวมแรงจูงใจแบบควบคุมจากการปลุกฝังทางสังคม	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.49	.509	1.888	.061
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.31	.797		
ผลรวมแรงจูงใจแบบควบคุม	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.50	.514	.622	.535
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.45	.556		
แรงจูงใจแบบอิสระ (Autonomous Motivation)					
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมจากอัตลักษณ์ (Identified Regulation Behavior)					
17. ฉันเลือกทำงานนี้เพราะมันช่วยให้ฉันบรรลุเป้าหมายในชีวิต	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.69	.775	1.612	.109
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.47	1.123		
18. เพราะงานนี้ตรงกับการวางแผนงานในอนาคตของฉัน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.46	.744	.515	.607
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.39	1.136		
19. เพราะงานนี้เหมาะสมกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.17	.933	-1.177	.241
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.34	1.103		

Employee Motivation	Age	\bar{X}	S.D.	t-test	p	
20. เพราะฉันคิดว่ามันสำคัญที่จะต้องใช้เวลา พยายามในการทำงานนี้	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.92	.720	.085	.932	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.91	.933			
21. เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้ สอดคล้องกับค่านิยมส่วนตัวของฉัน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.35	.880	-5.79	.564	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.43	1.066			
22. เพราะการใช้ความพยายามในงานนี้เป็นสิ่ง ที่มีความหมายต่อฉัน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.68	.764	-6.59	.511	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.76	.944			
ผลรวมแรงจูงใจแบบอิสระ		เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.55	.606	-.049	.961
โดยควบคุมจากอัตลักษณ์		เจนเนอร์ชั่นวาย	3.55	.832		
แรงจูงใจแบบอิสระโดยควบคุมแบบผสมผสาน (Integrated Regulation Behavior)						
23. เพราะฉันรู้สึกสนุกขณะทำงาน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.86	.752	1.504	.134	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.68	.931			
24. งานที่ฉันทำอยู่นี้นำช่วงเวลาที่น่าพึง ปรารถนามาให้แก่อัน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.78	.760	2.885	.004*	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.43	.946			
25. เพราะสิ่งที่ฉันทำในงานของฉันเป็นที่น่า ตื่นเต้น	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.63	.747	1.755	.081	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.41	1.006			
26. เพราะงานที่ฉันทำเป็นที่น่าสนใจ	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.79	.729	.656	.513	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.71	.977			
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.55	.832			
ผลรวมแรงจูงใจแบบอิสระ		เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.77	.630	1.941	.054
โดยควบคุมแบบผสมผสาน		เจนเนอร์ชั่นวาย	3.56	.863		
ผลรวมแรงจูงใจแบบอิสระ		เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.66	.564	1.050	.295
		เจนเนอร์ชั่นวาย	3.55	.782		
ผลรวมแรงจูงใจในการทำงาน	เจนเนอร์ชั่นเอกซ์	3.58	.451	.990	.324	
	เจนเนอร์ชั่นวาย	3.50	.598			

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ทัศนวรรณ มานัสวิน
วัน เดือน ปี เกิด	15 เมษายน 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดนครปฐม
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะจิตวิทยา จุฬาฯ
ที่อยู่ปัจจุบัน	1 หมู่ 10 ตำบลโพหัก อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี 70160
ผลงานตีพิมพ์	-
รางวัลที่ได้รับ	-



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY