

การศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงาน
ที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงาน
ที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565

จรรยา ไพบูลย์กุล

นายจรรยา ไพบูลย์กุล

ผู้วิจัย

R. K. Kulkarni

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

Prattana Punreth

รองศาสตราจารย์ปรารถนา ปุณณกิติเกษม,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Viola Rachom,

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

จกพงศ์ พงศ์ไฉนสวรรค์

จักรพงศ์ พงศ์ไฉนสวรรค์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติชัย ราชมหา เป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาสละเวลาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ช่วยในการควบคุมวางแผน และแนวทางในการทำวิจัย รวมถึงการให้คำแนะนำตลอดจนตรวจและแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา ปุณณกิติเกษม และ ดร.จักรพงษ์ พงษ์ไฉนสวรรค์ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาเป็นประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์และกรรมการสอบสารนิพนธ์ รวมถึงให้คำแนะนำเพื่อปรับแก้สารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จได้ หากขาดความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่โครงการและเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวก ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว รวมถึงขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมรุ่นสาขาการจัดการธุรกิจทุกท่านที่คอยให้กำลังใจที่ดีและสนับสนุนการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรที่อยู่ในภาคธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทย ในการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ภายในองค์กรและเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ พัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธราธร เพ็ชรประพันธ์กุล

การศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของ
บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

THE STUDY OF SUSTAINABLE LEADERSHIP FACTORS THAT AFFECT
ORGANIZATIONAL SUCCESSFULNESS THROUGH EMPLOYEE'S AWARENESS IN
SANSIRI PUBLIC COMPANY LIMITED.

ตราครุฑ เพ็ชรประพันธ์กุล 6350294

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., รองศาสตราจารย์
ปรารธนา ปุณณกิติเกษม, Ph.D., จักรพงศ์ พงศ์ธโนสุวรรณ, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน
ของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จำนวน 393 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online
 Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
 เพื่ออภิปรายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงสำรวจ
 (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อตรวจสอบตัวแปรสำหรับการวิจัย ใช้การวิเคราะห์การถดถอย
 เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter Mode ในการทดสอบสมมติฐาน และผู้วิจัยได้
 มีการตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาพบว่าใน 23 ปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน มีเพียง 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
 การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความสามารถในการ
 แข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมาย
 สิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and
 Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)

คำสำคัญ : การพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย	5
1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย	6
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัย	6
1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	6
1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	7
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย	8
1.4.1 ด้านวิชาการ	8
1.4.2 ด้านการนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือ สังคม	8
1.5 ความสอดคล้องของการศึกษาวิจัยที่มีต่อจุดมุ่งหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	9
1.6 นิยามศัพท์	10
1.7 บทสรุป	11
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวคิดในการศึกษาวิจัย	12
2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับหลักการ Honeybee Leadership	12
2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainability management process)	14
2.2 การทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	34
	39
บทที่ 3	40
3.1 รูปแบบงานวิจัย	41
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	41
3.2.1 ประชากร	41
3.2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2.3 กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง	44
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	44
3.3.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)	45
3.3.2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร	45
3.3.3 ข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร	53
3.3.4 วิธีการแปลผลข้อมูล	54
3.4 ลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	55
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	55
3.5.1 การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)	55
3.5.2 การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability)	57
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	58
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	58
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	59
3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย	59
3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนดำเนินงาน โครงการวิจัย	60
3.9 บทสรุป	61
บทที่ 4	62
4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไป	63
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	81

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการศึกษาวิจัยภายใต้กรอบการศึกษาวิจัย	106
4.3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)	107
4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)	131
4.4 บทสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	159
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	162
5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย	164
5.1.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติ เชิงพรรณนา	164
5.1.2 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านปัจจัยการ พัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จ ของบริษัท แสตนลิตี้ จำกัด (มหาชน)	165
5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยจากการตั้งสมมติฐาน	165
5.3 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ	194
5.4 ข้อเสนอแนะและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย	200
5.5 บทสรุป	203
บรรณานุกรม	204
ภาคผนวก	209
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	210
ภาคผนวก ข เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย (COA)	222
ภาคผนวก ค การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา งานวิจัย (IOC)	224
ภาคผนวก ง การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา งานวิจัย (CVI)	237
ภาคผนวก จ ผลการตรวจวิเคราะห์ฐานข้อมูลออนไลน์ Turn-it-in	248
ประวัติผู้วิจัย	249

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
4.2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและอายุ โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	69
4.3 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	71
4.4 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	72
4.5 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	73
4.6 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	74
4.7 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดและตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	76
4.8 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) และระยะเวลาในการทำงาน โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	77
4.9 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระยะเวลาในการทำงานและรายได้ (ต่อเดือน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)	79
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)	81
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations)	83
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)	84
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)	85
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)	87
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)	87
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)	88
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)	89
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)	91
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)	91
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	93
4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)	94
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)	95
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	95
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)	97
4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)	98
4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)	99
4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)	100
4.30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation)	101
4.31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)	103
4.32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)	103
4.33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)	104
4.34	ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์กิน (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเรลท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ของภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership)	107
4.35	ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	108
4.36	ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 1-6)	113
4.37	ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 7-12)	114
4.38	ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 13-18)	115
4.39	ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 19-24)	115
4.40	ตารางแสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Model Summary)	131
4.41	ค่าสถิติทดสอบ F เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership)	132
4.42	ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดงานวิจัย (ใหม่) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)	133
4.43	ตารางแสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (ครั้งที่ 2)	145
4.44	ค่าสถิติทดสอบ F เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) (ครั้งที่ 2)	146
4.45	ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดการวิจัย (ใหม่) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) (ครั้งที่ 2)	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.46	ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในส่วนของความไว้วางใจ (Trust), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), นวัตกรรม (Innovation), ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) และคุณภาพของงาน (Quality)	150
4.47	ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของ การตัดสินใจ (Decision Making), การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และการพัฒนาบุคลากร (Developing People)	152
4.48	ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของ การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration), ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) และการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)	153
4.49	ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของ การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations), การรักษาพนักงาน (Staff Retention), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) และการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law)	154
4.50	ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน	156
4.51	ตารางผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)	157
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)	167

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.2	ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของ บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)	170
5.3	การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย	171



สารบัญรูปลูกภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการพัฒนายั่งยืนของแสนสิริกับ UN SDGs	10
2.1 พีระมิดแสดงแนวคิด Honeybee Leadership	12
2.2 แผนภาพแสดงกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน	14
2.3 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)	33
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย	40
3.2 กรอบระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน โครงการวิจัย	60
4.1 ข้อมูลด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
4.2 ข้อมูลด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
4.3 ข้อมูลด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
4.4 ข้อมูลด้านวุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.5 ข้อมูลด้านตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.6 ข้อมูลด้านระยะเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
4.7 ข้อมูลด้านรายได้ (ต่อเดือน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
4.8 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)	123
4.9 กรอบแนวคิดการวิจัยปรับปรุงใหม่ภายใต้การศึกษาวิจัย (Modified conceptual framework)	124
4.10 การทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่โดยใช้ Scatterplot	155

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

แม้ว่าในปัจจุบันอุตสาหกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์จะเกิดการชะลอตัวและมีขนาดของตลาด (Market Size) ที่ลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562-2564 ตามลำดับ เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอน อันเป็นผลกระทบที่เกิดมาจากโรคโควิด-19 แต่ถึงอย่างไร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยรวมของประเทศไทย โดยคิดเป็น 8% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มีการลงทุนสูง ทำให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบ เกิดการจ้างงานและรายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ยังเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นอีกหลายประเภท เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจสถาบันการเงิน ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจของตกแต่งบ้าน ฯลฯ ดังนั้นหากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตหรือฟื้นตัว จะช่วยให้ธุรกิจอื่นเติบโตตามไปด้วย ในทางกลับกันหากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หดตัว จะส่งผลให้ธุรกิจอื่นหดตัวไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ซึ่งในอนาคตปี 2565-2566 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากปัจจัยสนับสนุนทั้งจากมาตรการภาครัฐ เช่น การลดค่าธรรมเนียมการโอนและจดจำนอง อัตราดอกเบี้ยที่ทรงตัวระดับต่ำ ลดต้นทุนการกู้เงินสำหรับผู้ซื้อที่มีความพร้อม และจากที่มีการฉีดวัคซีนทั่วโลก จะทำให้ประเทศไทยสามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดการเติบโตและยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความน่าสนใจในการลงทุน (พัชรา กลิ่นชวนชื่น, 2564)

รูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ลูกค้า (Consumers) กลายเป็น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อในวงกว้าง ต้องมีการดำเนินธุรกิจที่พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เติบโตไปพร้อมกัน (สหธร เพชรวิโรจน์ชัย, 2018) ซึ่งธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เกิดการปรับตัว จนเกิดแนวคิดการดำเนินงานรูปแบบใหม่ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainability) โดยให้ความสำคัญใน 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย และได้เลือกบริษัท แสตนลิตี้ จำกัด (มหาชน) มาเป็น

กรณีศึกษาและเป็นเป้าหมายในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ เพราะเป็นบริษัทที่มีความโดดเด่นในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาประวัติขององค์กร พบว่าบริษัทได้มีการพัฒนาธุรกิจและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป มีการปรับตัวเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลก ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) ที่กำหนดไว้ว่า “มุ่งสู่การเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศไทย โดยนำเสนอทั้งผลิตภัณฑ์และบริการด้านการอยู่อาศัยที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างครบวงจร และสร้างประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย” โดยมีพันธกิจ 4 ข้อ ดังนี้

1. สร้างสรรค์ที่อยู่อาศัยคุณภาพโดยเข้าถึงทุกระดับราคา
2. นำเสนอรูปแบบการอยู่อาศัยที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของลูกค้าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการ
3. เข้าใจและสร้างสมดุลต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย (4 เสาหลัก ได้แก่ ลูกค้า สังคม พนักงาน และผู้ถือหุ้น)
4. นำหลักปรัชญาด้านความยั่งยืนมาปรับใช้กับทั้ง ผลิตภัณฑ์ บริการ และขั้นตอนการดำเนินงาน

ซึ่งสื่อให้เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนและจากวิธีการดำเนินงานขององค์กร สามารถสรุปเป็นกรอบแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ 4 ข้อ ดังนี้

1. มุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจโดยสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ที่องค์กรสหประชาชาติ (United Nations: UN) กำหนด
2. ปฏิบัติตามหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs)
3. ร่วมมือและสนับสนุนการทำงานขององค์การยูนิเซฟ ประเทศไทย จนได้รับการแต่งตั้งให้เป็น UNICEF'S First Selected Partner in Thailand
4. มีหลักการและแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 โดยมีตัวอย่างกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ (รายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน), 2563)

ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

1. จับมือกับ SCB ช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ของไทย

2. เป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)
 3. กำหนดนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)
 4. กำหนดกรอบบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรเชิงบูรณาการ (Enterprise Risk Management)
 5. จัดทำ Economic & Social Outlook ด้วยเครื่องมือ Spelt Analysis เพื่อติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ
 6. โครงการพัฒนานวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล
 7. เน้นหลัก Customer Centric ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก
- ด้านสังคม (Social)
1. โครงการ สนับสนุนซื้อสินค้าชุมชนเพื่อส่งต่อไปพื้นที่ขาดตลาด ในช่วงการระบาดของโรคโควิด 19
 2. กิจกรรมพัฒนาลานกีฬาได้ทางด่วน
 3. กิจกรรมวิ่งการกุศล “RUN4U”
 4. กิจกรรมเรียนรู้ทางการเกษตรให้กับเด็กในชุมชนและโรงเรียนในพื้นที่ใกล้เคียง
 5. โครงการสานฝันเป็นนักฟุตบอลให้กับเด็กและเยาวชน
 6. ร่วมลงนามในข้อตกลง มาตรฐานข้อปฏิบัติทางธุรกิจขององค์การสหประชาชาติ (UN) เพื่อลดการแบ่งแยกและความเหลื่อมล้ำในกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ LGBTI
 7. โครงการติดตามและตรวจสอบอาชีพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
- ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)
1. ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการรีไซเคิลขยะได้เป็นจำนวน 7,577 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
 2. พัฒนาให้เกิดการใช้พลังงานทดแทน เช่น ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานเซลล์แสงอาทิตย์ ได้กว่า 717 เมกะวัตต์ต่อชั่วโมงต่อปี
 3. กิจกรรม เก็บ เลือก ปลูก รักษา
 4. การนำขยะเศษอาหารมาแปรรูปเป็นก๊าซชีวภาพ
 5. การจัดการคัดแยกขยะภายในสำนักงาน
 6. การรีไซเคิลกระดาษ Mixed Paper แลกกระดาษ A4 กับเอสซีจี แพคเกจจิ้ง
 7. ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดพลังงานต่างๆ เช่น หลอดไฟ LED แผงโซลาร์เซลล์ ไฟถนน พลังงานแสงอาทิตย์ แท่นชาร์จไฟฟ้าสำหรับรถยนต์ (Electric Vehicle Charger)

8. การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์และวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
9. โครงการลดเวลาการเปิดไฟแสงสว่างในลานจอดรถ บริเวณสวนและทางเดิน
10. โครงการลดเวลาการทำงานของเครื่องปรับอากาศภายในโรงอาหารพนักงานในช่วงที่ไม่มีผู้ใช้งาน

ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)

1. นโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจรรยาบรรณ
2. นโยบายการต่อต้านทุจริต คอร์รัปชัน
3. นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีจริยธรรมทางธุรกิจ
4. การแจ้งเบาะแส ร้องเรียนการกระทำผิดและทุจริตคอร์รัปชัน
5. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
6. การจัดทำรายงานความยั่งยืน

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาย่างยั่งยืนขององค์กรแล้วนั้น แสตนลิริ ได้มีการประกาศนโยบายการพัฒนาย่างยั่งยืน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับพนักงาน โดยได้ให้นิยามของวิธีการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดการพัฒนาย่างยั่งยืน ดังนี้

บริษัทจะเน้นดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักบรรษัทภิบาล มุ่งเน้นการมีจริยธรรม และความโปร่งใส รวมไปถึงความรับผิดชอบต่อ สังคม และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีคุณภาพและตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยคาดหวังว่าการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากลและสัมพันธ์กับแนวทางการพัฒนาย่างยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Trends) และบริบทด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (แสตนลิริ, 2563)

โดยแบ่งออกเป็น 3 มิติดังนี้

การพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable Economy)

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจหลักด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใสและเป็นธรรม ภายใต้หลักการธรรมาภิบาลที่ดี มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการคิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าทุกกลุ่ม

ตลอดจนบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย

การพัฒนาด้านสังคม (Social Change)

บริษัทฯ ตระหนักถึงการสร้างสังคมแห่งความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อสังคม ชุมชน ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน โดยไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สัญชาติ สิทธิความเป็นพลเมือง ตลอดจนดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมต่อการพัฒนา ศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้แก่เด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นรากฐานสู่อนาคตที่ดีของสังคมรวมไปถึงการ เสริมสร้างและพัฒนาสังคมและสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อม ของชุมชนในสังคมให้ดีขึ้นเป็นลำดับ

การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม (Green Mission)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้ความสำคัญกับการจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญ ดูแล รักษา และใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมการบริหารจัดการของเสียจากทุกกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกพื้นฐานในการอยู่อาศัยของคนในสังคม ชุมชน ให้สามารถอยู่ร่วมกันและใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างรู้คุณค่า ทั้งนี้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ซึ่งนอกเหนือจากการดำเนินงานที่กล่าวมา การที่บริษัทจะบรรลุเป้าหมายและดำเนิน ธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไปได้ในระยะยาว จะต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ภายในองค์กรและอาศัยแนวความคิดในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามหลัก Honeybee Leadership รวมไปถึงการกระจายการรับรู้ต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นกับบริษัท ให้พนักงานได้ทราบถึงการ เปลี่ยนแปลง เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ภายในองค์กร และทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จ ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ดังนั้นจากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาองค์กร อย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แسنสิริ จำกัด (มหาชน) เพื่อสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและนำไปพัฒนาต่อยอดในการดำเนินงานต่างๆต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อ ความสำเร็จของบริษัท แسنสิริ จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนางานอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2565

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก อายุระหว่าง 21 - 60 ปี ซึ่งเป็นพนักงานตั้งแต่ระดับที่ 1-10 ของบริษัทบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) ผู้บริหารระดับล่าง (Supervisory Level) ผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) และผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) โดยในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 4,158 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลของบริษัทฯ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565) และเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมุมมองของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร กลุ่มประชากรที่เก็บข้อมูลจึงไม่นับรวมบุคลากรตั้งแต่ระดับที่ 11 ขึ้นไป เนื่องจากเป็นส่วนของผู้บริหารระดับสูง (Top Management)

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 352 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้มีการอ้างอิงทฤษฎีภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนตามหลัก Honeybee Leadership (Avery & Bergsteiner, 2011) มาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งประกอบด้วย

ปัจจัยที่เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

1. ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)
2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations)
3. ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)
4. ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)
5. ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)
6. ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)
7. ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)
8. ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)
9. ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)
10. ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence)
11. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)
12. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
13. ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)

14. ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)

ปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม

15. ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)
16. ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)
17. ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)
18. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)
19. ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)
20. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)

ปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร

21. ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation)

22. ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)

23. ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)

ในส่วนของตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่พนักงานรับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcome) ซึ่งวิเคราะห์จากภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ความสามารถในการทำกำไร ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของผู้ลงทุน และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบกับองค์กรคู่แข่ง ผ่านการรับรู้ของพนักงาน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

1.4.1 ด้านวิชาการ

เพื่อได้รับองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ เกี่ยวข้องกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย ทำให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ เพื่อต่อยอดในเชิงการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

1.4.2 ด้านการนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือสังคม

ผลการศึกษานี้ เป็นประโยชน์สำหรับองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือสังคมดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ สามารถนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ โดยสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์

2. เพื่อให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ได้

1.5 ความสอดคล้องของการศึกษาวิจัยที่มีต่ออุดมการณ์การพัฒนาที่ยั่งยืน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในส่วนการพัฒนากลยุทธ์ที่ยั่งยืนของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจากการศึกษากรอบแผนการพัฒนาที่ยั่งยืนของแสตนลิริ สามารถแสดงออกมาเป็นความสอดคล้องของงานวิจัยกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals –SDGs) ขององค์กรสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้ทั้งหมด 11 เป้าหมาย ดังนี้

1. เป้าหมายที่ 3: สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

(Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages)

2. เป้าหมายที่ 4: สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all)

3. เป้าหมายที่ 5: บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน (Achieve gender equality and empower all women and girls)

4. เป้าหมายที่ 8: ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน (Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all)

5. เป้าหมายที่ 9: สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม (Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation)

6. เป้าหมายที่ 10: ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ (Reduce inequality within and among countries)

7. เป้าหมายที่ 11: ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ทั่วถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน (Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable)

8. เป้าหมายที่ 12: สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Ensure sustainable consumption and production patterns)

9. เป้าหมายที่ 13: ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น (Take urgent action to combat climate change and its impacts)

10. เป้าหมายที่ 16: ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ (Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels)

11. เป้าหมายที่ 17: เสริมความเข้มแข็งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development)



รูปภาพที่ 1.1: ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการพัฒนายั่งยืนของแชนสิริกับ UN SDGs

ที่มา: Sustainable Development Goals (United Nations, 2015)

1.6 นิยามศัพท์

1. การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาองค์กรที่ผู้นำมีวิสัยทัศน์ที่มองการณ์ไกล บริหารจัดการองค์กรโดยไม่ใช่แค่การหวังผลในระยะสั้น แต่เป็นการวางรากฐานเพื่อให้องค์กรเติบโตได้ในระยะยาว และคนในองค์กรให้ความร่วมมือในการขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางที่วางไว้ รวมไปถึงสังคมยังส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรนั้นเจริญเติบโตและก้าวไปข้างหน้าอีกด้วย

2. ทฤษฎีภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนตามหลัก Honeybee Leadership หมายถึง หลักการบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งผู้บริหารที่มีภาวะความเป็นผู้นำอย่างยั่งยืนตามแนวคิดดังกล่าวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญทั้งหมด 23 ปัจจัยดังที่ประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรอิสระข้างต้น

3. ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามการวางแผนการจัดการ การดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ธุรกิจที่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อปล่อยขาย ในหลากหลายรูปแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ โฮมออฟฟิศ และ คอนโดมิเนียม

5. ธุรกิจบริการอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ธุรกิจที่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อปล่อยเช่า ซึ่งก่อให้เกิดรายรับอย่างต่อเนื่อง (โครงการขายสิทธิการเช่า) ซึ่งมักเป็นอาคารเชิงพาณิชย์ และอาคารที่พักอาศัย

6. องค์กรชั้นนำในภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง องค์กรที่ประกอบธุรกิจพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยเป็นบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนสินทรัพย์รวมและส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ที่วัดจากมูลค่าการพัฒนาโครงการสะสมติด 3 อันดับแรกของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในไทย

1.7 บทสรุป

สารนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วัตถุประสงค์เดียว และใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 352 คน

บทที่ 2

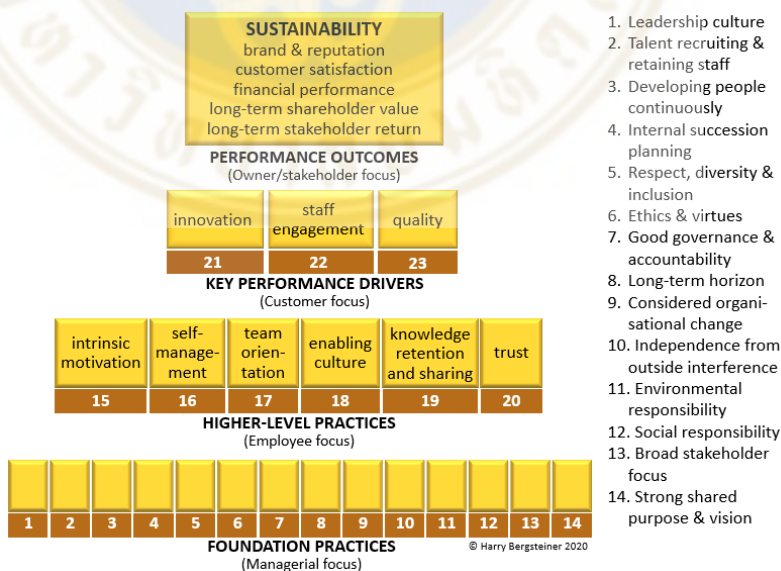
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยการพัฒนองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) จากบทความทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทางทฤษฎี เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดสมมติฐานต่างๆ และออกแบบเครื่องมืองานวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำเสนอแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับหลักการ Honeybee Leadership

หลักการ Honeybee Leadership (Avery & Bergsteiner, 2011) เป็นหลักการบริหารจัดการองค์กร โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นหลัก โดยสามารถสรุปออกมาเป็น "พีระมิดแห่งภาวะผู้นำที่ยั่งยืน" (The Sustainable Leadership Pyramid) ดังภาพ



1. Leadership culture
2. Talent recruiting & retaining staff
3. Developing people continuously
4. Internal succession planning
5. Respect, diversity & inclusion
6. Ethics & virtues
7. Good governance & accountability
8. Long-term horizon
9. Considered organizational change
10. Independence from outside interference
11. Environmental responsibility
12. Social responsibility
13. Broad stakeholder focus
14. Strong shared purpose & vision

รูปภาพที่ 2.1: พีระมิดแสดงแนวคิด Honeybee Leadership

ที่มา: Sustainable Leadership Report (Institute for sustainable leadership, 2022)

โดยหากสังเกตจากพีรามิดจะมีทั้งหมด 4 ระดับ 23 ปัจจัย ซึ่งปัจจัยใน 3 ระดับแรก จะนำไปสู่ปัจจัยในระดับสูงที่สุด และทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน โดยรายละเอียดในแต่ละระดับมีดังนี้

1. การปฏิบัติระดับพื้นฐาน (Foundation Practices) หรือปัจจัยที่เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาไปสู่ระดับถัดไป ซึ่งมีทั้งหมด 14 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration) และปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)

2. การปฏิบัติระดับสูง (Higher-Level Practices) หรือปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม ซึ่งมีทั้งหมด 6 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) และปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)

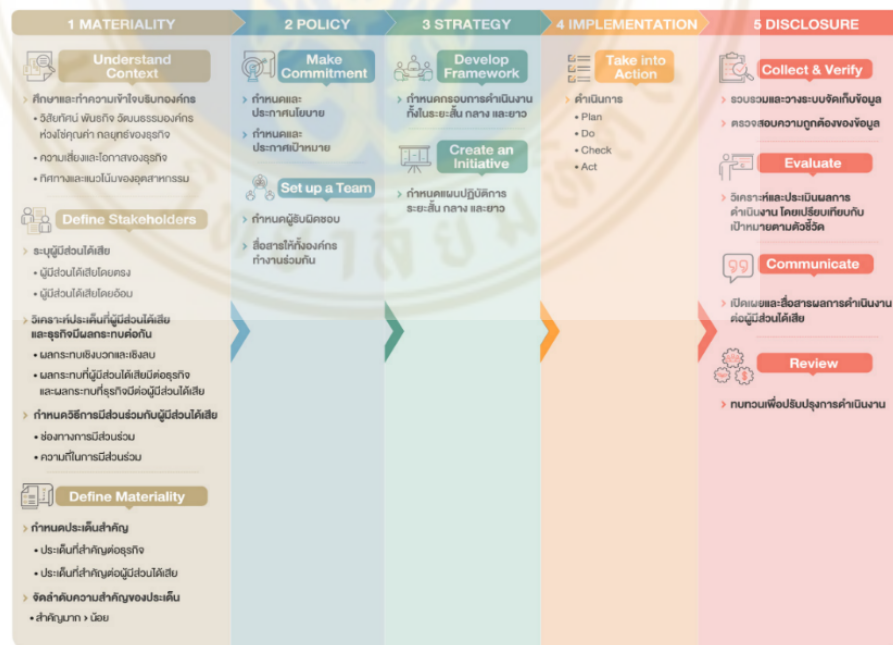
3. ระดับของปัจจัยในการนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติ (Key Performance Drivers) หรือปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งมีทั้งหมด 3 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) และปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)

4. ระดับของผลสำเร็จในการดำเนินการ (Performance Outcomes) หรือความยั่งยืน (Sustainability) ที่องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์และชื่อเสียงของ องค์กร (Brand and Reputation) ความยั่งยืนด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กร (Customer Satisfaction) ความยั่งยืนด้านความสามารถในการทำกำไรขององค์กร (Financial Performance) ความยั่งยืนด้านความพึงพอใจของผู้ลงทุนในองค์กร (Long-term Shareholder Value) และความยั่งยืนด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Long-term Stakeholder Return)

บทสรุป หลักการ Honeybee Leadership เป็นการอธิบายถึง 23 ปัจจัย ที่นำไปสู่การ “ภาวะผู้นำที่ยั่งยืน” ซึ่งมีความสำคัญต่อทุกระดับของทุกหน่วยสังคม ไม่ว่าจะเป็นระดับองค์กร อุตสาหกรรม สังคม ไปจนถึงประเทศชาติ เนื่องจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า หลักการ Honeybee Leadership จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดี ไม่ว่าจะเป็น การสร้างแบรนด์ ชื่อเสียงขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน และที่สำคัญ รวมไปถึงผลประโยชน์ที่ดีขึ้นในระยะยาว นอกจากนี้ยังส่งผลดีต่อการดำเนินงานในตลาดหุ้น รวมถึงทำให้มีความมั่นคง ลดความผันผวนท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ และช่วยสร้างความแข็งแกร่งต่ออุปสรรคต่างๆที่องค์กรต้องเผชิญหน้า (The global moving, 2013)

2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainability management process)

การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาสดังนั้นธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็น “เรื่องสำคัญ” ที่ทุกธุรกิจต้องบูรณาการและขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบตามบริบทองค์กร (ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, 2021)



รูปภาพที่ 2.2: แผนภาพแสดงกระบวนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

ที่มา: บทวิเคราะห์การพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2021)

หลักการของการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน คือการที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถอธิบายออกมาเป็น 5 กระบวนการ ดังนี้

กระบวนการที่ 1: การวิเคราะห์บริบท ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Materiality) ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1. การศึกษาและทำความเข้าใจบริบทขององค์กร (Context analysis) เพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนองค์กรตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินธุรกิจโดยปกติ ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจบริบทหรือ “ตัวตน” ขององค์กรก่อนเป็นลำดับแรก โดยสามารถศึกษาและวิเคราะห์จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร ห่วงโซ่คุณค่า กลยุทธ์ของธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาสของธุรกิจ ตลอดจนทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมองเห็นบริบทขององค์กรได้อย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นด้านความยั่งยืนที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งในระยะยาว

2. การระบุและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย การวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจมีผลกระทบต่อกัน พร้อมกำหนดวิธีการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder analysis) นอกเหนือจากวิเคราะห์บริบทขององค์กรแล้ว ธุรกิจควรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจด้วย โดยสามารถดำเนินการได้ดังนี้

2.1 ระบุผู้มีส่วนได้เสีย ธุรกิจควรระบุได้ว่าธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้างตลอดห่วงโซ่คุณค่า และสามารถจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ทั้งผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงและผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม

2.2 วิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียและ ธุรกิจมีผลกระทบต่อกัน ธุรกิจควรสามารถประเมินประเด็นผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่ผู้มีส่วนได้เสียมีต่อธุรกิจและที่ธุรกิจมีต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เห็นว่าในความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ใครเป็นผู้สร้างผลกระทบและใครเป็นผู้ได้รับผลกระทบ และผลกระทบดังกล่าวเป็นผลกระทบเชิงบวกหรือลบและครอบคลุมประเด็นเรื่องใดบ้าง ซึ่งธุรกิจควรดำเนินการเพิ่มผลกระทบเชิงบวกและลดผลกระทบเชิงลบ เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

2.3 กำหนดวิธีการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เมื่อธุรกิจสามารถระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและประเมินได้ว่าประเด็นใดเป็นประเด็นผลกระทบระหว่างกัน ธุรกิจควรถูกกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เพื่อให้มีแนวทางในการสื่อสารและจัดการประเด็นดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอาจมีช่องทางในการเข้าถึงหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน

3. การกำหนดและจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality analysis) จากกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ธุรกิจสามารถมองเห็นประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสร้างผลกระทบต่อธุรกิจและประเด็นที่ธุรกิจสร้างผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ธุรกิจจึงควรนำประเด็นผลกระทบดังกล่าวมากำหนดเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นดังกล่าว โดยสามารถดำเนินการได้ดังนี้

3.1 กำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ธุรกิจคัดเลือกและกำหนดประเด็นด้านความยั่งยืนจากประเด็นผลกระทบที่ทั้งธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ ซึ่งครอบคลุมผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

3.2 จัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน ธุรกิจควรประเมินระดับความรุนแรงของผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืนที่กำหนดขึ้น เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วนในการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็น ในการประเมินผลกระทบนี้ ธุรกิจควรวิเคราะห์ใน 2 มุมมองร่วมกัน คือ ประเมินว่าประเด็นด้านความยั่งยืนดังกล่าวมีผลกระทบต่อธุรกิจในระดับใด และประเด็นนั้นมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในระดับใด เมื่อธุรกิจสามารถจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ธุรกิจจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นใดเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อนำไปสู่การพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการแต่ละประเด็นอย่างเหมาะสมต่อไป ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจึงถือเป็นหัวใจสำคัญที่กำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ธุรกิจกำหนดไว้อาจเปลี่ยนแปลงไปหรือเปลี่ยนลำดับความสำคัญเมื่อบริบทขององค์กรหรือผู้มีส่วนได้เสียเปลี่ยนไป ดังนั้นธุรกิจจึงควรทบทวนและประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

กระบวนการที่ 2: การกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร (Policy) ซึ่งสามารถทำได้โดยการกำหนดนโยบายและเป้าหมายในการบริหารจัดการความยั่งยืนในระดับองค์กร

(Commitment) เมื่อได้ศึกษาและวิเคราะห์บริบทและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรแล้ว ธุรกิจควรกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กรออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร และประกาศให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ เพื่อแสดงเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นในการพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยส่วนใหญ่การประกาศนโยบายและเป้าหมายในระดับองค์กรมักมาจากระดับคณะกรรมการบริษัทหรือผู้บริหารสูงสุดเพื่อสร้างความชัดเจนกับผู้มีส่วนได้เสียว่าองค์กรมีหลักการ กรอบความคิด ทิศทาง และเป้าหมายว่าจะดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานในองค์กร ให้มีแนวคิดและการดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันกับนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

นอกจากนี้ยังทำได้โดย การกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็นเพื่อให้เกิดการทำงานที่เชื่อมโยงกัน (Team set up) เมื่อธุรกิจได้กำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนอย่างเป็นทางการแล้ว ธุรกิจควรกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็น อีกทั้งควรสื่อสารให้ผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้รับทราบว่า ใครบ้างที่มีบทบาทรับผิดชอบในประเด็นต่างๆ ด้านความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการทำงานที่เชื่อมโยงกันอย่าง บูรณาการ เนื่องจากการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนไม่ใช่เรื่องของใครคนใดคนหนึ่งหรือฝ่ายงานใดฝ่ายงานหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร ดังนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานของทุกคนล้วนมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มีความชัดเจนในการทำงานและการติดตามผลงาน ธุรกิจควรกำหนดบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ดำเนินงานและรับผิดชอบหลักในแต่ละประเด็นไว้ให้ชัดเจน ธุรกิจหลายแห่งนิยมกำหนดตัวบุคคลหรือฝ่ายงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตามความเกี่ยวข้องกับหน้าที่งานหลัก เช่น ฝ่ายกลยุทธ์องค์กรมักเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และกรอบแนวทางการบริหารจัดการองค์กรในภาพรวมเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ฝ่ายบริหารความเสี่ยงมักดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมปัจจัยความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ฝ่ายบริหารอาคารหรือผู้จัดการ โรงงานมักรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องการบริหารจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลมักเป็นผู้รับผิดชอบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและแรงงาน ฝ่ายจัดซื้อมักเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องการบริหารจัดการคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน ฝ่ายงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบการดำเนินงานในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็นอาจทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงานในรูปแบบของคณะกรรมการ เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบูรณาการเชื่อมโยงกัน นอกจากนี้ ธุรกิจบางแห่งอาจกำหนดให้มีฝ่ายงานที่

จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ดูแลภาพรวมของการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนและเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมกับฝ่ายงานต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างบูรณาการและมุ่งบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร อย่างไรก็ตาม การกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอาจไม่มีรูปแบบหรือวิธีดำเนินการที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับโครงสร้างและบริบทของแต่ละองค์กร ซึ่งธุรกิจสามารถพิจารณาได้ตามความเหมาะสม

กระบวนการที่ 3: การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร (Strategy) ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1. การกำหนดกรอบหรือกลยุทธ์ด้านการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability framework) เมื่อธุรกิจกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร พร้อมมีผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแล้ว ธุรกิจควรกำหนดกรอบการดำเนินงานหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนให้สอดคล้องกับนโยบายและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้ โดยทั่วไปการกำหนดกรอบการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนมักเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของความยั่งยืนของธุรกิจ และเชื่อมโยงกับการพัฒนาธุรกิจในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ด้วยกัน สิ่งสำคัญคือธุรกิจควรสามารถเชื่อมโยงกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้ากับความสามารถในการสร้างความเข้มแข็งทางการเงินด้วย โดยทั่วไปกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมักมองไปในอนาคตในระยะกลางหรือระยะยาว จึงไม่เปลี่ยนแปลงทุกปี ยกเว้นในกรณีที่ธุรกิจมีบริบทหรือลักษณะการบริหารจัดการองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

2. การกำหนดแผนงานด้านความยั่งยืน (Sustainability initiative) ธุรกิจควรกำหนดแผนปฏิบัติการหรือแผนงานด้านความยั่งยืนในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้เห็นว่าธุรกิจจะดำเนินงานในเรื่องที่เป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรอย่างไร ภายใต้กรอบการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งควรสอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กรที่กำหนด แนวทางการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านความยั่งยืนขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนงาน อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วธุรกิจมักพิจารณาจากปัจจัยพื้นฐาน เช่น ดำเนินงานให้สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาความยั่งยืน และนำไปสู่เป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร ตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้รับการจัดอันดับความสำคัญในลำดับต้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์หรือสร้างความเปลี่ยนแปลงที่สามารถวัดผลให้เห็นเป็นคุณค่าหรือมูลค่าแก่องค์กร ซึ่งในการกำหนดแผนงานด้านความยั่งยืน ธุรกิจควรกำหนดเงื่อนไข แนวทางการดำเนินงาน และตัวชี้วัดที่ชัดเจน ซึ่งสามารถสะท้อนผลการดำเนินงานได้ทั้งในเชิงผลลัพธ์แบบ output และ outcome เพื่อให้

ผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมีกรอบการทำงานที่ชัดเจนและสามารถประเมินคุณค่าหรือมูลค่าที่สร้างให้แก่ธุรกิจได้

กระบวนการที่ 4: การขับเคลื่อนความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) ซึ่งสามารถทำได้โดยการนำแผนงานด้านความยั่งยืนไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย สามารถทำได้ตามแนวทางที่ผู้ปฏิบัติงานในแต่ละองค์กรเห็นสมควร ซึ่งปัจจุบันมีเครื่องมือที่องค์กรสามารถนำมาใช้บริหารจัดการ โครงการค่อนข้างหลากหลายทั้งในรูปแบบซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน องค์กรหลายแห่งนิยมใช้ Plan, Do, Check, Act (PDCA) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและขับเคลื่อนแผนงานด้านความยั่งยืนของธุรกิจ เนื่องจากการนำแผนงานด้านความยั่งยืนไปปฏิบัติมีกระบวนการดำเนินงานไม่แตกต่างจากการบริหารจัดการแผนงานหรือโครงการ ซึ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ตลอดจนมีการพัฒนาและปรับปรุงผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องธุรกิจควรเริ่มต้นจากการวางแผนอย่างเหมาะสม จากนั้นจึงดำเนินการตามแผน ซึ่งควรมีการเฝ้าติดตามการดำเนินงานเป็นระยะเพื่อให้สามารถปรับแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้ รวมถึงมีการตรวจสอบผลการดำเนินงานวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของการดำเนินงาน และสรุปบทเรียนที่ได้หลังจบโครงการ ทำให้ได้เรียนรู้รูปแบบและแนวทางการดำเนินแผนงานที่เหมาะสม เพื่อนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินแผนงานรอบใหม่ ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

กระบวนการที่ 5: การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (Disclosure) ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1. การรวบรวมและวางระบบจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืน และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data collection & Verification) ธุรกิจจำเป็นต้องมีกระบวนการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพื่อใช้ในการติดตามและพัฒนาผลการดำเนินงาน ตลอดจนนำข้อมูลผลการดำเนินงานไปเปิดเผยและสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลถือเป็นกระบวนการที่ธุรกิจควรทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง บริษัทจึงควรมีการวางระบบจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืน พร้อมกำหนดผู้เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบหรือทำหน้าที่ดูแลข้อมูลแต่ละส่วนอย่างชัดเจน โดยทั่วไปหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนมักได้รับมอบหมายให้ติดตามเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความยั่งยืนเพื่อนำไปเปิดเผยผลการดำเนินงานด้วยธุรกิจควรตรวจสอบความถูกต้องของแนวทาง วิธีการวัด และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเชื่อถือได้ บางองค์กรอาจมีความจำเป็นต้องให้มีการสอบทานข้อมูลหรือรับรองคุณภาพของข้อมูลโดยหน่วยงานจากภายนอกเพิ่มเติมด้วย

2. การวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Evaluation) เมื่อมีการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแล้ว ธุรกิจควรวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งมักเป็นตัวชี้วัดในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่สะท้อนผลกระทบหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถประเมินได้ว่าผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ที่สำคัญคือ ธุรกิจควรสามารถเชื่อมโยงข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้ากับทรัพยากร ของธุรกิจ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินงานด้านความยั่งยืนสามารถเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เช่น การสร้างยอดขายและกำไรจากการออกผลิตภัณฑ์ที่ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม การลดต้นทุนจากการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรจนสามารถคิดค้นนวัตกรรมที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของธุรกิจ การดูแลพนักงานทำให้อัตราการลาออกลดลง การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการตลาดและการขายที่เป็นธรรม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนแวดล้อมทำให้ธุรกิจได้รับการยอมรับในท้องถิ่น การอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อสร้างความมั่นคงในการจัดหาวัตถุดิบ เป็นต้น

3. การเปิดเผยและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Communication) ธุรกิจควรเปิดเผยและสื่อสารผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างคุณค่าและ/หรือมูลค่าให้แก่ธุรกิจได้ในการรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนให้มีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือ บริษัทควรนำเสนอข้อมูลที่สมดุล ซึ่งสะท้อนให้เห็นทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของแผนงาน (ถ้ามี) โดยธุรกิจสามารถรายงานถึงความพยายามในการบริหารจัดการและดำเนินงานตามแผนงาน และยอมรับว่าอะไรคือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อให้บริษัท ไม่สามารถบรรลุผลได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจและเห็นถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัทอย่างโปร่งใสและปราศจากอคติ อันจะนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือขององค์กรในสายตาของผู้มีส่วนได้เสีย

4. การทบทวนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Review) ธุรกิจควรนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และประเมินผลไปทบทวนว่าอะไรเป็นจุดเด่นที่บริษัทสามารถดำเนินการได้ดี หรืออะไรเป็นข้อปรับปรุงที่บริษัทควรพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนวางแผนเพื่อพัฒนาและยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ธุรกิจควรติดตามทบทวนขอบเขตเนื้อหาของข้อมูลที่เปิดเผย ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และข้อมูลด้านความยั่งยืนที่เปิดเผยให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและบริบทของธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อให้สะท้อนศักยภาพและตัวตนของธุรกิจอย่างเหมาะสมและเป็นปัจจุบัน

บทสรุป ทฤษฎีการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Sustainability management process) ประกอบด้วย 5 กระบวน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย (Materiality) การกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร (Policy) การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร (Strategy) การขับเคลื่อนความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) และการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (Disclosure) ซึ่งทั้ง 5 กระบวนการจะเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจนำไปสู่ความยั่งยืนในระดับองค์กร

โดยจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัยจะนำทั้ง 2 ทฤษฎี (ทฤษฎี Honeybee Leadership และทฤษฎีการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน) มาใช้ร่วมกันเพื่อการพัฒนาและนำไปสู่กรอบแนวคิดงานวิจัยในส่วนต่อไป

2.2 การทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี Honeybee Leadership และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ ไว้ดังนี้

รัฐชิตา จุลรักษา (2564) ศึกษา “ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามแนวคิดของ Honeybee Leadership ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรผ่านการรับรู้ได้ของพนักงานภายในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่) ตามแนวคิดภาวะผู้นำอย่างยั่งยืน (Sustainable Leadership)” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่ามี 12 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ แต่มี 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่สามารถรับรู้ได้ผ่านพนักงาน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long-term Perspective) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล (Organization Change) และปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)

กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ศึกษา “ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจให้บริการขยายตลาดโดยในกรอบแนวคิด Honeybee Leadership ทั้งหมด 23 ปัจจัยในการวัดผล ผ่านความคิดเห็นเกี่ยวกับ สถานภาพทางการเงินขององค์กรและความพึงพอใจของพนักงาน และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าการดำเนินการในธุรกิจให้บริการขยายตลาดมีความสอดคล้องกับแนวคิด Honeybee Leadership โดยพบว่ามี 13 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ คือ การให้คุณค่าของพนักงาน การมีหลักจริยธรรม และ

ธรรมาภิบาลการวางแผน การดำเนินการขององค์กรไปในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่าง นุ่มนวล การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างเครือข่ายใน องค์กร การแบ่งปันความรู้และรักษาขององค์กร มีวัฒนธรรมองค์กร ให้ไว้วางใจแก่พนักงาน นวัตกรรมในองค์กร พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ คุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร และมี 5 ปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การวางแผนการระยะยาว การแบ่งปัน ความรู้และรักษาขององค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ และ การสร้างเครือข่ายในองค์กร

Sooksan Kantabutra (2013) ศึกษา “การปรับปรุงแนวทางปฏิบัติในการเป็นผู้นำที่ยั่งยืน 23 รูปแบบของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย (SCG) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย” โดยเป็น การศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า โดยรวมแล้ว แนวปฏิบัติด้านการจัดการของกลุ่ม บริษัทสอดคล้องกับเกณฑ์ 23 ประการของ Honeybee ที่ Avery และ Bergsteiner (2010) ระบุ รวมถึง องค์กรประกอบใหม่สี่ประการของความไว้วางใจ วิสัยทัศน์ การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการ บริหารจัดการตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทั้ง 23 องค์กรประกอบสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรม และ เอกสารขององค์กร แม้ว่าจะมีขอบเขตที่แตกต่างกัน แต่พบว่าการปฏิบัติ 19 ประการที่ชัดเจน

Suparak Suriyankietkaew (2016) ศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างแนวปฏิบัติ Honeybee Leadership 23 ประการกับประสิทธิภาพทางการเงิน” โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานในบริษัทขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า จากการปฏิบัติของแนวทางการเป็นผู้นำอย่างยั่งยืน (SL) 23 ข้อ มี 16 ข้อ ที่มีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ การปฏิบัติของ SL โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสัมพันธ์ด้านแรงงาน คุณค่าพนักงาน ความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงวิสัยทัศน์ที่แข็งแกร่ง เป็นแรงผลักดันที่สำคัญและเป็นตัวพยากรณ์ในเชิงบวกในการเพิ่มประสิทธิภาพในระยะยาวของ บริษัท

Suparak Suriyankietkaew (2016) ศึกษา “ผลกระทบเชิงปริมาณและความสัมพันธ์ ระหว่างความเป็นผู้นำที่ยั่งยืน (SL) กับความพึงพอใจของลูกค้า โดยศึกษาในบริบทของความสำเรีจ ในระยะยาวและความยั่งยืนขององค์กร” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า การ ปฏิบัติแนวทางการเป็นผู้นำอย่างยั่งยืน (SL) จาก 16 ใน 23 ข้อ มีความสัมพันธ์อย่างมากกับความ พึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าวิสัยทัศน์ นวัตกรรม การมีส่วนร่วมของ พนักงาน และคุณภาพที่สูง มีความหมายและเป็นบวกต่อการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และ สำหรับในระยะสั้น แนวทางทั้งสี่ยังเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในบริษัท ต่างๆ

Sooksan Kantabutra, Molraudee Saratun (2013) ศึกษา “ความสอดคล้องระหว่าง 23 แนวทางของเอเวอรี่และเบิร์กสไตเนอร์ กับแนวทางปฏิบัติในการเป็นผู้นำของมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่ที่สุดของประเทศไทย” โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า องค์กรมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติด้านความเป็นผู้นำอย่างยั่งยืน 21 ข้อ โดยมุ่งเน้นไปที่มุมมองระยะยาวการพัฒนาบุคลากร วัฒนธรรมขององค์กรที่เข้มแข็งนวัตกรรมความรับผิดชอบ สังคมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมทางจริยธรรม

อภิญา ชัยด้วง (2562) ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท” ซึ่งประกอบไปด้วย การกำกับดูแลกิจการ การกระจายตัวของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหมุนเวียนสินทรัพย์รวม และขนาดของกิจกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปีพ.ศ. 2558 – 2562 ที่รวบรวมจากรายงานข้อมูลประจำปีงบการเงินประจำปี รายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัท และข้อมูลในระบบฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SETSMART) โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าการกำกับดูแลอาจส่งผลหรือไม่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตอย่างยั่งยืนก็ได้ เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ไม่สามารถสรุปได้) สำหรับการกระจายตัวของผู้ถือหุ้นและ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการ ซึ่งหมายถึงไม่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการ ในทางตรงกันข้าม อัตราส่วนหมุนเวียนสินทรัพย์รวมและขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราการเติบโตอย่างยั่งยืนของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าแนวปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ส่วน คือ ส่วนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ส่วนของภาคประชาคม และส่วนของภาคประชารัฐ ซึ่งทุกภาคส่วนต้องประสานการทำงานในแนวทางเดียวกัน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาลเพื่อเป็น เครื่องกำกับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

Linda Goulet Crosby (2016) ศึกษา “การพัฒนาแนวทางในการวางกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกับความสามารถในการทำกำไรให้กับองค์กร” โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า บริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางที่ต้องการมีธุรกิจที่ยั่งยืน ควรนำกลยุทธ์ 4 ประเด็น ได้แก่ (ก) การเปิดใช้วัฒนธรรม (ข) การรวมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ค) การมีส่วนร่วมของพนักงานและ (ง) ความรับผิดชอบต่อสังคม มาใช้กับบริษัท เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไร

วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562) ศึกษา “ปัจจัยที่ทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรและความพึงพอใจของพนักงานตามแนวคิด Sustainability Leadership

กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจจัดหางานในประเทศไทย” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มี 7 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ หลักจริยธรรมและธรรมาภิบาลในองค์กร (Ethical behavior), ด้านการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรไปในระยะยาว (Long-term perspective), ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล (Organization Change), ด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Vision role in the business), ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation), ด้านนวัตกรรมในองค์กร (Innovation) และด้านคุณภาพของงาน (Quality)

นันทพร ดำรงพงศ์ (2561) ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัลในประเทศไทย” โดยเป็นการศึกษาแบบผสม (Mix Method) ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ คือ ความยั่งยืนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับการบริหารทรัพยากรบุคคลและการบริหารจัดการการตลาดนั้น เป็นอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้โดยมีระบบเทคโนโลยีช่วยบริหารจัดการมีเงินทุนหมุนเวียนต้นทุนต่ำ สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐานผู้ประกอบการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เกิดความแตกต่าง โดยใช้การตลาดแบบดิจิทัล คือระบบ online หรือ e-commerce ก็จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ทั่วโลกและยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562) ศึกษา “ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนขององค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ในองค์กรสุขภาพตามแนวคิด Sustainable Leadership” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงานมีทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการมีมุมมองในระยะยาว ด้านการตัดสินใจ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ ด้านนวัตกรรม และด้านความผูกพันของพนักงาน

กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561) ศึกษา “ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee Leadership กรณีศึกษา ประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร มีเพียง 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน และปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร

ณชาวี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562) ศึกษา “ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานวิศวกรในอุตสาหกรรมการผลิตเจเนอเรชันวาย ตามแนวคิด Sustainable Leadership” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มี

7 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานสามารถรับรู้ได้ ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านนวัตกรรม และปัจจัยด้านคุณภาพของงาน

Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019) ศึกษา “ผลกระทบของแนวทางปฏิบัติในการเป็นผู้นำที่ยั่งยืนต่อองค์กรภาครัฐ” โดยเป็นการศึกษาด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (A Systematic Review) ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า แนวทางปฏิบัติในการเป็นผู้นำหรือการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 23 ประการ สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง

ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) ศึกษา “รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย” โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย นอกจากนี้การมีส่วนร่วม (Participation) การให้อำนาจ (Empowerment) การเข้าไปเกี่ยวข้อง (Involvement) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ความมุ่งมั่นของบุคลากร ค่านิยมองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นส่วนที่ช่วยเสริมสร้างและเป็นแนวทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด” โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและวิสัยทัศน์ของผู้นำ การบริหารจัดการองค์กร การสร้างเครือข่ายภายในองค์กร การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ การมีส่วนร่วมของสมาชิก และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

ชรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย” โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อหัวหน้า ปัจจัยด้านจรรยาบรรณ ปัจจัยด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากร ปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน ติดตามตรวจสอบ และจัดการเอกสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย

ปณิธาน ถิ่นะกิตติ (2564) ศึกษา “แนวทางการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ 2020 บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด” โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจากผล

การศึกษาพบว่า ความคล่องตัวขององค์กร (การสร้างความยืดหยุ่นหรือปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน) มีผลต่อการพัฒนาการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน

บทสรุป จากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่าทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีผู้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี Honeybee Leadership อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมักเป็นการนำทฤษฎีนี้มาปรับใช้เป็นตัวแปรต้น และนำไปศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยเนื้อหางานวิจัยส่วนมากอยู่ในบริบทของการศึกษาความสัมพันธ์หรือความสอดคล้องระหว่างแนวทางปฏิบัติตามแนวคิด Honeybee Leadership ทั้ง 23 ประการ กับความพึงพอใจของพนักงานหรือความสำเร็จขององค์กรผ่านการรับรู้ของพนักงาน

ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing people) ส่งอิทธิพลทางอ้อมกับความสามารถในการดำเนินธุรกิจหรือความยั่งยืนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (นันทพร ดำรงพงศ์, 2561) สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) และยังพบว่าส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ผ่านพนักงาน (กัญญาณัฐ แสนทวิสุข, 2561) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) และปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) และสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อการดำเนินธุรกิจให้อยู่อย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) นอกจากนี้ยัง

สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย (ชรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข, 2561) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจให้อยู่อย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้จากพนักงาน (ณชาวี เอี่ยมสุวรรณค์, 2562; วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (มหาชน) (รัญชิตา จุฬารักษา, 2564) สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562; ศศิธร พงษ์คะเนิง, 2562; ณชาวี เอี่ยมสุวรรณค์, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) จากการศึกษาพบว่า ความคล่องตัวขององค์กร (การสร้างความยืดหยุ่นหรือปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน) มีผลต่อการพัฒนาการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน (ปณิธาน ลินะกิตติ, 2564) มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (มหาชน) (รัญชิตา จุฬารักษา, 2564) และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวร

ฤกษ์, 2560) และส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562; ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 7: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence) จากการศึกษาพบว่าสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 8: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) จากการศึกษาพบว่าสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 9: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) นอกจากนี้ยังพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญด้านความยั่งยืนที่สามารถนำมาใช้กับบริษัท เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไร (Linda Goulet Crosby, 2016) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 10: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) จากการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย (ชรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข, 2561) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan, 2019) และการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญด้านความยั่งยืนที่สามารถนำมาใช้กับบริษัท เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไร (Linda Goulet Crosby, 2016) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 11: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์; รั้งสรรค์ สิงห์เลิศ; สมสงวน ปัสสาโก, 2553) สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan, 2019) และยังมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยกร, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 12: ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) จากการศึกษาพบว่าสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan, 2019) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัท ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) และส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (ณชาธิ เอี่ยมสุวรรณ, 2562; ศศิธร พงษ์คะนิง, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 13: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์; รั้งสรรค์ สิงห์เลิศ; สมสงวน ปัสสาโก, 2553) มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 14: ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) และยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (ศศิธร พงษ์คะนิง, 2562) นอกจากนี้ยังพบว่า การสร้างวัฒนธรรมองค์กรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญด้านความยั่งยืนที่สามารถนำมาใช้กับบริษัท เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไร (Linda Goulet Crosby, 2016) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 15: ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) จากการศึกษาพบว่า มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (ศศิธร พงษ์คะนิง, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 16: ปัจจัยด้านด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) จากการศึกษาพบว่า สามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 17: ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) จากการศึกษาพบว่ามีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์; รั้งสรรค์ สิงหเลิศ; สมสงวน ปัสสาโก, 2553) มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562; ศศิธร พงษ์คะนิง, 2562; ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์, 2562) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 18: ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) จากการศึกษาพบว่ามีผลต่อความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (มหาชน) (รัฐชิตา จุลรักษา, 2564) และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และพบว่าการสร้างความผูกพันของพนักงานเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญด้านความยั่งยืนที่สามารถนำมาใช้กับบริษัท เพื่อเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไร (Linda Goulet Crosby, 2016) และ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (ศศิธร พงษ์คะนิง, 2562; กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข, 2561) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 19: ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) จากการศึกษาพบว่ามีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์; รั้งสรรค์ สิงหเลิศ; สมสงวน ปัสสาโก, 2553) มีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร (กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์, 2560) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ (Suparak Suriyankietkaew, 2016) และส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในมุมมองของพนักงาน (วัชรพร ภัทรสัตยากร, 2562; ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์, 2562) นอกจากนี้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังเป็นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ (นันทพร ดำรงพงศ์, 2561) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 20: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) จากการศึกษาพบว่าสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) และส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ทรงศักดิ์ ใจกล้า, 2561) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 21: ปัจจัยด้านด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) และปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) จากการศึกษาพบว่าสามารถเพิ่มผลกำไรเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan, 2019) ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยดังนี้

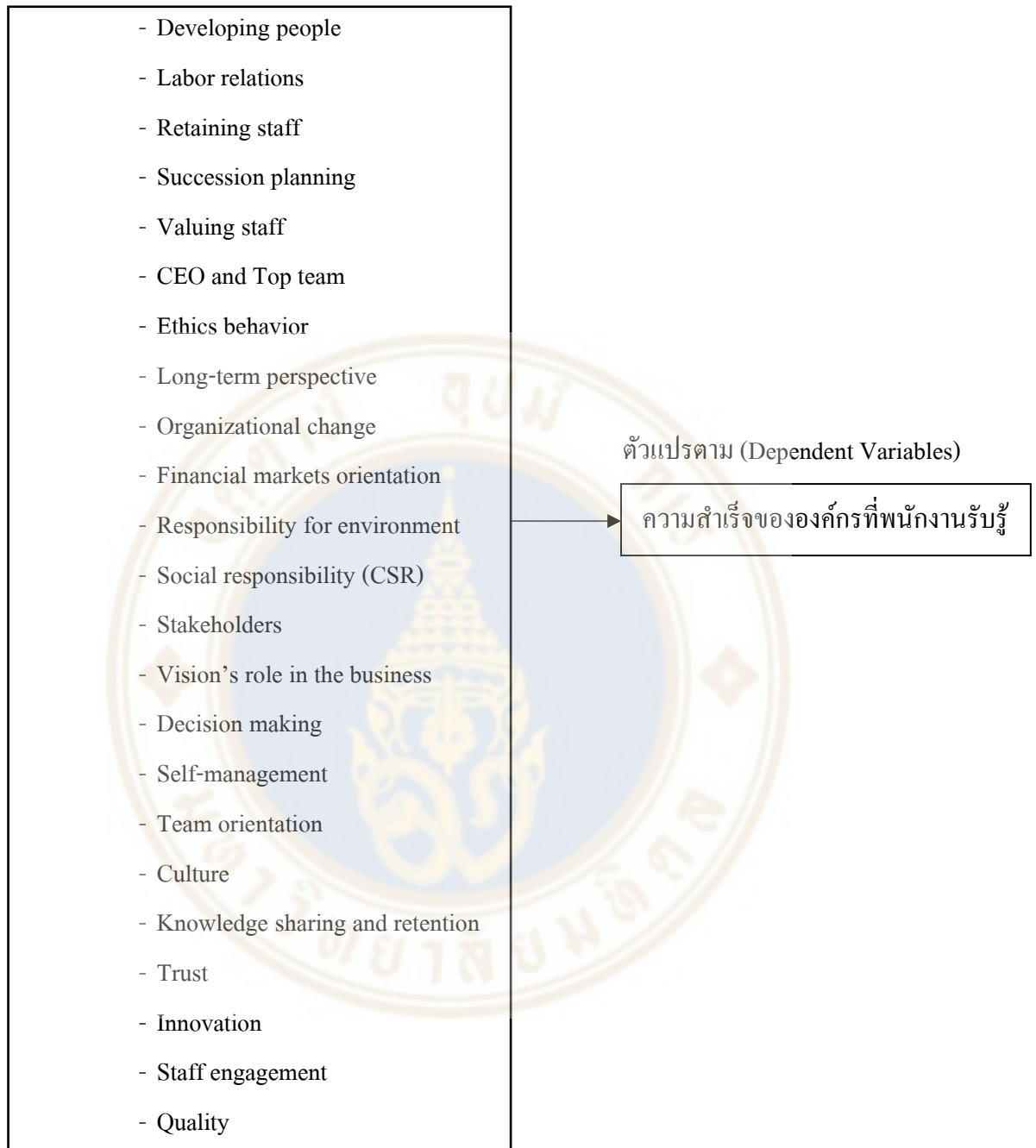
สมมติฐานที่ 22: ปัจจัยด้านด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 23: ปัจจัยด้านด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในข้างต้นพบว่า แนวคิด Honeybee Leadership ก่อนข้างครอบคลุมในส่วนของเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรต้น ประกอบกับยังไม่พบผู้วิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรในบริบทของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ จึงนำมาสู่การพัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัยของโครงการศึกษาวิจัยนี้ โดยแสดงเป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework) ของงานวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



รูปภาพที่ 2.3: กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)

ที่มา: ปรับใช้จาก Sustainable leadership research framework (Avery and Bergsteiner, 2010)

2.4 สมมติฐาน (วิจัยเชิงปริมาณ)

จากกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในข้อ 2.3 สามารถตั้งสมมติฐานตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

2. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

3. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

4. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

5. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

6. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

7. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

8. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long Term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long Term Perspective) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long Term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

9. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

10. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

11. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

12. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

13. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

14. การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แอสเสอรี่ จำกัด (มหาชน)

2.5 บทสรุป

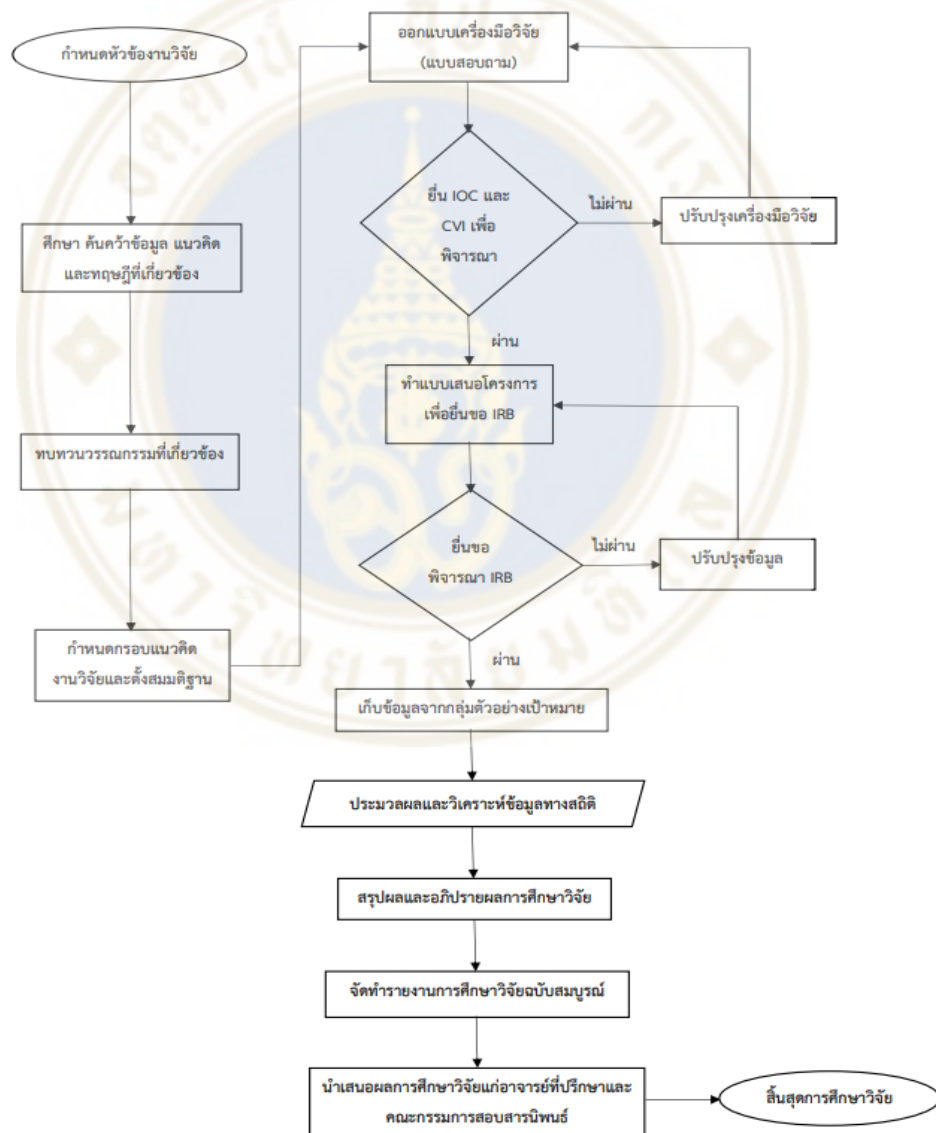
งานวิจัยเล่มนี้ ได้ศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย โดยมีสมมติฐานทั้งหมด 23 ข้อ คือ ปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 23 ประการ ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย ซึ่งอิงมาจากทฤษฎี Honeybee Leadership (Avery & Bergsteiner, 2011) และทฤษฎีการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2021)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิว จำกัด (มหาชน)” ในครั้งนี้ประกอบด้วยขั้นตอนดังภาพต่อไปนี้



รูปภาพที่ 3.1: ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย

โดยมีระเบียบวิธีในการดำเนินการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย
- 3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนดำเนินงาน โครงการวิจัย

3.1 รูปแบบงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ประกอบกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับสรุปผลการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเก็บข้อมูลในเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study)

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมุมมองของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเลือกเก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มประชากรทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก อายุระหว่าง 21 - 60 ปี ซึ่งเป็นพนักงานตั้งแต่ระดับที่ 1-10 ของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) ผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor Level) ผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) และผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) โดยในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 4,158 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลของบริษัทฯ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565)

3.2.2 การเลือกสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาแบบทราบค่าประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (สำนักนโยบายและวิชาการทางสถิติ, 2554) โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามระดับของพนักงานตั้งแต่ระดับที่ 1-10 ก่อน ทำให้หน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะที่เหมือนกัน (Homogeneous) และทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร โดยมีรายละเอียดดังนี้

จำนวนประชากรทั้งหมด เท่ากับ 4,158 คน (โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการอย่างน้อย 352 คน)

ชั้นภูมิที่ 1: พนักงานระดับ 1 มีจำนวน 276 คน คิดเป็น 6.638% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 23 คน

ชั้นภูมิที่ 2: พนักงานระดับ 2 มีจำนวน 1259 คน คิดเป็น 30.279% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 107 คน

ชั้นภูมิที่ 3: พนักงานระดับ 3 มีจำนวน 419 คน คิดเป็น 10.077% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 35 คน

ชั้นภูมิที่ 4: พนักงานระดับ 4 มีจำนวน 634 คน คิดเป็น 15.248% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 54 คน

ชั้นภูมิที่ 5: พนักงานระดับ 5 มีจำนวน 749 คน คิดเป็น 18.013% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 63 คน

โดยพนักงานทั้งหมดตั้งแต่ระดับที่ 1-5 จัดอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) นั้นหมายความว่า จะได้กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่เป็นเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) เท่ากับ 282 คน

ชั้นภูมิที่ 6: พนักงานระดับ 6 มีจำนวน 342 คน คิดเป็น 8.225% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 29 คน

โดยพนักงานระดับที่ 6 จัดอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor) นั้นหมายความว่า จะได้กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่เป็นผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor) เท่ากับ 29 คน

ชั้นภูมิที่ 7: พนักงานระดับ 7 มีจำนวน 229 คน คิดเป็น 5.507% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 19 คน

ชั้นภูมิที่ 8: พนักงานระดับ 8 มีจำนวน 148 คน คิดเป็น 3.559% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 13 คน

โดยพนักงานทั้งหมดตั้งแต่ระดับที่ 7-8 จัดอยู่ในตำแหน่งผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) นั้นหมายความว่า จะได้กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่เป็นผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) เท่ากับ 32 คน

ชั้นภูมิที่ 9: พนักงานระดับ 9 มีจำนวน 67 คน คิดเป็น 1.611% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 6 คน

ชั้นภูมิที่ 10: พนักงานระดับ 10 มีจำนวน 35 คน คิดเป็น 0.842% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 3 คน

โดยพนักงานทั้งหมดตั้งแต่ระดับที่ 9-10 จัดอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) นั้นหมายความว่า จะได้กลุ่มตัวอย่างของพนักงานที่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) เท่ากับ 9 คน ซึ่งทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการทั้งหมดเท่ากับ $282 + 29 + 32 + 9 = 352$ คน

เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่ได้จัดเตรียมไว้ เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย และเนื่องจากทางผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งเท่ากับ 4,158 คน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยได้กำหนดสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (p) เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณจากสูตรของเครซีและมอร์แกน ดังนี้

$$n = \frac{x^2 N p (1-p)}{e^2 (N-1) + x^2 p (1-p)}$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร ($N = 4,158$)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ($e = 0.05$)

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร ($p = 0.5$)

ซึ่งจากการคำนวณพบว่าในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวนอย่างน้อย 352 คน

3.2.3 กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (สำนักนโยบายและวิชาการทางสถิติ, 2554) เพื่อรวบรวมข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 352 ตัวอย่าง และเนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาในมุมมองการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้วิจัยจึงเลือกประชากรที่เป็นเป้าหมายตั้งแต่ เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จนถึงแค่ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) ของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. ทางผู้วิจัยจะเดินทางไปที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งปัจจุบันคือสิริแคมปัส (Siri Campus) เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลให้เกิดประสิทธิภาพ และได้กลุ่มตัวอย่างตรงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยสัดส่วนของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเก็บจากช่องทางนี้ คิดเป็น 80%

2. ทางผู้วิจัยจะทำการโพสต์ลิงค์และแปะคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านช่องทางกลุ่มเฟซบุ๊กของพนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยสัดส่วนของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเก็บจากช่องทางนี้ คิดเป็น 20%

3. การเก็บข้อมูลจากทั้ง 2 ช่องทาง จะใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างเข้าผ่านลิงค์หรือแสกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อเข้าไปทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางกูเกิล ฟอร์ม (Google Form) เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บและคัดกรองข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยขั้นตอนต่อไป

เพื่อเป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม มาพัฒนาด้านการบริหารงานเพื่อความยั่งยืนขององค์กรด้านอสังหาริมทรัพย์ให้ดียิ่งขึ้น และแสดงให้เห็นประโยชน์สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น นำผลการตอบแบบสอบถามมาพัฒนาวิธีการบริหารงานขององค์กรในด้านต่างๆ ตามปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 23 ปัจจัย เพื่อให้พนักงานสามารถรับรู้ถึงทิศทางการดำเนินงานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ตรงตามเป้าหมาย และตามกรอบระยะเวลาในแผนดำเนินงาน โครงการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และได้ทำการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนที่เหมาะสม และจัดลำดับเนื้อหาให้มีความครอบคลุมกับข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งเนื้อหาภายในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงานที่องค์กร และรายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Question) จำนวน 7 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 วุฒิการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ตำแหน่งงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 ระยะเวลาการทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 7 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

3.3.2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร

แบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนตามหลัก Honeybee Leadership ทั้ง 23 ปัจจัย ซึ่งเป็นข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร โดยผู้วิจัยเลือกใช้ลักษณะคำถามแบบให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว และอยู่ในรูปแบบของคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Questions) จำนวน 71 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตัวแปร: ปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนตามหลัก Honeybee Leadership (X1-X71)

ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) (X1-X3)

X1: ข้อที่ 1.1 ท่านได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X2: ข้อที่ 1.2 องค์กรของท่านยังคงจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหางบประมาณ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X3: ข้อที่ 1.3 ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเป็นอย่างดีในระหว่างทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุรงมาจาก : Likert scale for staff perceptions of institutional support (Anthea Adams, 2011)

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labour Relations) (X4-X6)

X4: ข้อ 2.1 ท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X5: ข้อ 2.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงเคารพและให้เกียรติท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X6: ข้อ 2.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: The measurement of worker relations (David Biggs & S. Swailes, 2016)

ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) (X7-X10)

X7: ข้อ 3.1 องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X8: ข้อ 3.2 องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X9: ข้อ 3.3 องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่มีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X10: ข้อ 3.4 องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Extent various methods used to encourage employee retention (Peter Miller, 2009)

ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) (X11-X13)

X11: ข้อ 4.1 องค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X12: ข้อ 4.2 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Skills) ของพนักงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X13: ข้อ 4.3 องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารมากกว่าสรรหาจากบุคคลภายนอก เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Important Factors in Succession Planning (Charles Blankson, 2006)

ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) (X14-X16)

X14: ข้อ 5.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรปฏิบัติต่อท่านด้วยความเห็นอกเห็นใจและมีศีลธรรม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X15: ข้อ 5.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X16: ข้อ 5.3 ท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: K-ELW's Original Questionnaire Items and Modified K-ELW's Factor Analysis Findings (J Korean Academy Nursing, 2015)

ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) (X17-X18)

X17: ข้อ 6.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญ จะตัดสินใจโดยคณะผู้บริหารระดับสูง มิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่งสูงสุดเพียงผู้เดียว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X18: ข้อ 6.2 เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Power sharing original questionnaire Items (J Korean Academy Nursing, 2015)

ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) (X19-X21)

X19: ข้อ 7.1 องค์กรของท่านมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X20: ข้อ 7.2 องค์กรของท่านระบุแนวทางการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่างชัดเจน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X21: ข้อ 7.3 องค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Ethics guidance questionnaire Items (J Korean Academy Nursing, 2015)

ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) (X22-X24)

X22: ข้อ 8.1 องค์กรของท่านมักคำนึงถึงผลลัพธ์ในระยะยาวเป็นหลัก เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X23: ข้อ 8.2 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มักมุ่งเน้นการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X24: ข้อ 8.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดและวางแผนการทำงานเพื่อผลสำเร็จในระยะยาว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Scale Reliabilities for the Future Time Perspective (Manfred Diehl, 2014)

ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) (X25-X28)

X25: ข้อ 9.1 เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X26: ข้อ 9.2 องค์กรของท่านมักมีวิธีจัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความระมัดระวัง และทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X27: ข้อ 9.3 ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดีต่อการดำเนินงานของท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X28: ข้อ 9.4 ท่านมักเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Organizational Change Recipients' Beliefs Scale (A. Armenakis & Jeremy B. Bernerth, 2007)

ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence) (X29-X30)

X29: ข้อ 10.1 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน สามารถตัดสินใจกำหนดทิศทางการลงทุนได้ด้วยตนเอง (มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากตลาดทุน) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X30: ข้อ 10.2 องค์กรของท่านมีฐานะทางการเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มีอิสรภาพทางการเงิน) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation (Jeffrey Dew, 2013)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) (X31-X34)

X31: ข้อ 11.1 องค์กรของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X32: ข้อ 11.2 องค์กรของท่านส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X33: ข้อ 11.3 องค์กรของท่านมักมีการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X34: ข้อ 11.4 องค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมมลพิษและลดการใช้พลังงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Measurement Items for Environmental Responsibility (Khan Taufique, 2014)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) (X35-X37)

X35: ข้อ 12.1 องค์กรของท่านมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X36: ข้อ 12.2 องค์กรของท่านพยายามจัดหาสภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X37: ข้อ 12.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Multi-item measurement scale for CSR involvement (Piotr Zaborek, 2014)

ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration) (X38-X40)

X38: ข้อ 13.1 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับพนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X39: ข้อ 13.2 องค์กรของท่านพยายามสร้างความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale)

X40: ข้อ 13.3 องค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Stakeholders and the five measures (Youcef J-T. Zidane, 2015)

ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) (X41-X43)

X41: ข้อ 14.1 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X42: ข้อ 14.2 ท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X43: ข้อ 14.3 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่วแน่และกว้างไกล เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Scale used to measure congruence in shared vision (Blaise Horner Reich, 1996)

ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) (X44-X47)

X44: ข้อ 15.1 ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X45: ข้อ 15.2 ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X46: ข้อ 15.3 องค์กรของท่านมักตัดสินใจจากวิธีการลงมติของเสียงส่วนใหญ่ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X47: ข้อ 15.4 องค์กรของท่านมักมีการตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วน ผ่านการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Factor Structure of the Decision-Making Questionnaire (Wolfgang HR Miltner, 2004)

ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) (X48-X49)

X48: ข้อ 16.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถบริหารจัดการหน่วยงานของตนเองได้เป็นอย่างดี เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

X49: ข้อ 16.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีในการทำงานอย่างละเอียดและคอยตรวจสอบความคืบหน้าในการทำงานอย่างใกล้ชิด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตรานันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Role clarification original questionnaire items (J Korean Academy Nursing, 2015)

ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) (X50-X52)

X50: ข้อ 17.1 องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันเป็นทีม และส่งเสริมให้เกิดเป้าหมายร่วมกันระหว่างพนักงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X51: ข้อ 17.2 พนักงานทุกคนในองค์กรของท่าน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างดี เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X52: ข้อ 17.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้แนวทางการทำงานร่วมกันเป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: People orientation original questionnaire items (J Korean Academy Nursing, 2015)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) (X53-X55)

X53: ข้อ 18.1 องค์กรของท่านมีสภาพแวดล้อมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X54: ข้อ 18.2 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X55: ข้อ 18.3 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Organizational culture scale (Bahar Suvaci, 2018)

ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) (X56-X58)

X56: ข้อ 19.1 องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X57: ข้อ 19.2 สภาพแวดล้อมขององค์กรของท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X58: ข้อ 19.3 ท่านมักมีโอกาสดังได้รับและได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Knowledge sharing questionnaire (Gerhard Roodt, 2007)

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) (X59-X61)

X59: ข้อ 20.1 ท่านสามารถไว้วางใจ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X60: ข้อ 20.2 เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X61: ข้อ 20.3 พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: The trust scale from Negotiation textbook 6th Edition (Roy J. Lewicki, 2007)

ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) (X62-X65)

X62: ข้อ 21.1 พนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X63: ข้อ 21.2 องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ภายในองค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X64: ข้อ 21.3 องค์กรของท่านมีการประเมิน ติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X65: ข้อ 21.4 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Scale of innovation quality assessment (Victoria Kurushina, 2016)

ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) (X66-X68)

X66: ข้อ 22.1 ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X67: ข้อ 22.2 ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X68: ข้อ 22.3 ท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อองค์กร เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: A model to measure employee engagement (Christo A Bisschoff, 2014)

ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) (X69-X71)

X69: ข้อ 23.1 โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบมีคุณภาพเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X70: ข้อ 23.2 องค์กรของท่านมักพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้สูงขึ้น เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

X71: ข้อ 23.3 ลูกค้ามักพึงพอใจกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ปรับปรุงมาจาก: Evolution of service quality measurement scales in IS context (Jighyasu Gaur, 2021)

3.3.3 ข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

แบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร โดยผู้วิจัยเลือกใช้ลักษณะคำถามแบบให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว และอยู่ในรูปแบบของคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Questions) จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปร: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness) (Y1-Y5)

Y1: ข้อที่ 1 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

Y2: ข้อที่ 2 ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

Y3: ข้อที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

Y4: ข้อที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ลงทุนต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

Y5: ข้อที่ 5 ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาค (Interval Scale)

ซึ่งข้อคำถามของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ทั้งหมดได้ปรับปรุงมาจาก The Scale of Organizational Performance (Rong-Jyue Fang, 2012)

โดยข้อคำถามในแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของประชากรกลุ่มตัวอย่างต่อข้อมูลด้านปัจจัยการพัฒนาระบบอย่างยั่งยืนและข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดระดับมาตราส่วนเป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลข เพื่อนำไปใช้ต่อในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งมีการกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3.4 วิธีการแปลผลข้อมูล

การแปลผลข้อมูลได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น เพื่อเป็นการแปลผลข้อมูลสำหรับคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น ในการกำหนดช่วงชั้น โดยการใช้คำอธิบายในแต่ละช่วงชั้นและสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสงีรัตน์, 2549)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

โดยแปลผลคะแนนเฉลี่ย มีเกณฑ์ระดับคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึงว่า หน่วยตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึงว่า หน่วยตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึงว่า หน่วยตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึงว่า หน่วยตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึงว่า หน่วยตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

3.4 ลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งหมด 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (สำนักนโยบายและวิชาการทางสถิติ, 2554) จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของเครือข่ายและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) จำนวน 352 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ในการทำวิจัย และทำให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

3.5.1 การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามออนไลน์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้พิจารณา ให้คำแนะนำ และตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ทั้งในส่วนของภาษาที่ใช้และความเหมาะสมในการตั้งคำถาม เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เกิดความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนต่างๆ โดยการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาผ่านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

1. การหาค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) เป็นวิธีที่ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่าคำถามแต่ละข้อมีความชัดเจน ครบคลุม และสอดคล้องกับเนื้อหาของงานวิจัย รวมไปถึงสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะวัดในระดับใด โดยจะกำหนดตัวเลือกเป็นมาตรวัดทั้งหมด 4 ระดับ (Waltz, Strickland, & Lenz, 2010) ดังนี้

ระดับที่ 1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้อง

ระดับที่ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่สอดคล้อง

ระดับที่ 3 หมายถึง ค่อนข้างสอดคล้อง

ระดับที่ 4 หมายถึง สอดคล้องเป็นอย่างมาก

โดยค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหารายชื่อ (I-CVI) จะเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการพิจารณาเลือกข้อคำถามไว้ เพื่อใช้สำหรับปรับปรุงข้อความ หรือตัดข้อความนั้นออก ซึ่งการหาค่า I-CVI สามารถทำได้โดย นำจำนวนของผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินความเกี่ยวข้องที่ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 หรือ 4 คะแนน ในข้อคำถามนั้นๆ หารด้วยจำนวนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด (Polit & Beck, 2006) เช่น ข้อคำถามที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน จากทั้งหมด 5 คน พิจารณาว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องอยู่ในระดับที่ 3 หรือ 4 ค่า I-CVI ของข้อที่ 1 จะเท่ากับ $4/5$ หรือ 0.80 ซึ่งจะพิจารณาความหมายของค่า I-CVI จากเกณฑ์ดังนี้ (Polit & Beck, 2006)

กรณีที่มีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3-5 คน ค่า I-CVI ควรมีค่าเท่ากับ 1.00

กรณีที่มีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6-10 คน ค่า I-CVI ควรมีค่าเท่ากับ 0.78 ขึ้นไป

และหากข้อความใดมีค่า I-CVI ต่ำกว่าเกณฑ์ ผู้วิจัยควรพิจารณาปรับปรุงข้อความ หรือตัดข้อคำถามนั้นออกจากเครื่องมือวิจัย แต่หากข้อคำถามนั้นเป็นเนื้อหาที่สำคัญ หากทำการตัดข้อคำถามนั้นแล้วจะทำให้ข้อคำถามที่เหลืออยู่ไม่ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการวัด ก็ไม่ควรตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง แต่ควรปรับปรุงข้อคำถามนั้นให้มีความชัดเจน ตรงไปตรงมา เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งผลของค่า CVI ที่ทางผู้วิจัยคำนวณออกมาได้มีดังนี้

ผู้วิจัยได้ความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 คน ในการประเมินค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ซึ่งจากการคำนวณพบว่าข้อคำถามของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่า CVI เท่ากับ 1 ยกเว้นข้อคำถามที่ 1.3, 4.2, 9.4, 16.1, 16.2, 20.3 และ 23.2 ซึ่งมีค่า CVI เท่ากับ 0.33, 0.33, 0.67, 0.67, 0.67, 0.67 และ 0.67 ตามลำดับ โดยผู้วิจัยจะทำการพิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามในส่วนนี้ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในลำดับต่อไป และข้อคำถามในส่วน of ตัวแปรตามทั้งหมดมีค่า CVI เท่ากับ 1 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและไม่ต้องการแก้ไข

2. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence: IOC) เป็นวิธีในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามรายข้อกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence) และหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามรายข้อกับเนื้อหาหรือองค์ประกอบนั้นๆ (Item Subscale Congruence) (Waltz, Strickland, & Lenz, 2010) ซึ่งการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยวิธีนี้จะเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรายข้อเท่านั้น ไม่สามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงทั้งฉบับได้ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือด้วยวิธีการหาค่า IOC จะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 คนขึ้นไปและต้องเป็นจำนวนคี่ ในการ

ประเมินข้อคำถามแต่ละข้อในเครื่องมือวิจัย ว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยหรือสอดคล้องกับเนื้อหาในองค์ประกอบนั้นๆ หรือไม่ โดยมีระดับการให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง มีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องหรือไม่

- 1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้อง

จากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาคำนวณหาค่า IOC เป็นรายข้อ โดยใช้คะแนนรวมทั้งหมดในข้อนั้นหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญ โดยเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์มีดังนี้

ข้อคำถามที่ได้ค่า IOC เข้าใกล้ 1 หมายความว่า มีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหา

ข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 หมายความว่า ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือตัดข้อคำถามนั้นออก

และข้อคำถามที่ใช้ได้ควรมีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถปรับเกณฑ์เพิ่มค่า IOC ขึ้นได้ หากต้องการให้เครื่องมือวิจัยนั้นมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหามากขึ้น (ประสพชัย พสุนนท์, 2015) ซึ่งผลของค่า IOC ที่ทางผู้วิจัยคำนวณออกมาได้มีดังนี้

ผู้วิจัย ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 คน ในการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence: IOC) ซึ่งจากการคำนวณพบว่าข้อคำถามของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่า IOC เท่ากับ 1 ยกเว้นข้อคำถามที่ 1.3, 3.1, 3.3, 4.1, 4.2, 9.4, 16.1, 16.2, 18.1, 20.2, 20.3 และ 22.3 ซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.33, 0.67, 0.67, 0.67, 0.00, 0.67, 0.67, 0.67, 0.67, 0.67, 0.67 และ 0.67 ตามลำดับ โดยผู้วิจัยจะทำการพิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามในส่วนนี้ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในลำดับต่อไป และข้อคำถามในส่วน of ตัวแปรตามทั้งหมดมีค่า CVI เท่ากับ 1 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและไม่ต้องการแก้ไข

3.5.2 การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงและแก้ไขแล้ว ไปทดลองเก็บข้อมูล (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้จริง จำนวนทั้งหมด 30 ชุด และทำการทดสอบความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถาม มีความเหมาะสม ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และสามารถสื่อสารความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) ในส่วนที่ 2 คือ ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาผลการทดสอบหาความเชื่อมั่น คือ ถ้าค่า

สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป หมายความว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (Cronbach, 1984) ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่นในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในส่วนของความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร มีค่าเท่ากับ 0.977

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยโดยส่วนใหญ่จะใช้สถิติเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งต้องเลือกใช้สถิติที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ลักษณะของข้อมูล และวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลนั้นๆ ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยมีความถูกต้อง มีคุณภาพ และเป็นที่น่าเชื่อถือ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิกการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงานที่องค์กร และรายได้ต่อเดือน โดยสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มโดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร ประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 23 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration) ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ปัจจัยด้านการแบ่งปัน

และรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) และปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) โดยสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เนื่องจากข้อคำถามในแบบสอบถาม (Observed Variables) ของบางกล่องตัวแปร (Component) ในกรอบงานวิจัย มีจำนวนข้อคำถามเท่ากับหรือมากกว่า 3 ข้อขึ้นไป จึงต้องทำการศึกษาน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบร่วม (Exploratory Factor Analysis Model: EFA) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต้น และนำไปจัดกลุ่มตามความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งสังเกตได้โดยแบ่งตาม Factor Components และพิจารณาค่า KMO and Bartlett's test รวมถึงพิจารณาน้ำหนักของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ คือ ถ้าตัวแปรใดมีน้ำหนักในองค์ประกอบต่ำกว่า 0.3 จะต้องตัดตัวแปรนั้นออก ก่อนที่จะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในส่วนต่อไป

2. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบแล้วกับตัวแปรตาม และเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัยทั้ง 23 ข้อ ว่าปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 23 ปัจจัย มีปัจจัยใดบ้าง ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%

3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

การนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะทำเพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการ และการนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติ สำหรับองค์กรธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ชุมชน และสังคม เท่านั้น จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ-นามสกุล รวมถึงข้อมูลทุกๆ ส่วนในด้านประชากรศาสตร์ และจะมีมาตรการในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลอื่นๆ ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จะถูกเก็บรวบรวมไว้ในอีเมลของผู้ศึกษาวิจัยที่มีระบบในการรักษาความลับและความปลอดภัยเท่านั้น (รหัสผ่านการเข้าถึง) ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องจะไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลงานวิจัยได้

ทำการทดสอบ เพื่อแก้ไข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย								
เก็บข้อมูลโดยการแจก แบบสอบถามออนไลน์กับ กลุ่มตัวอย่าง								
ประมวลผลข้อมูล								
วิเคราะห์และแปลผลข้อมูล								
จัดทำรูปเล่มรายงานการ วิจัยฉบับสมบูรณ์								
นำเสนองานวิจัยต่ออาจารย์ ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ สอบ								

รูปภาพที่ 3.2: กรอบระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน โครงการวิจัย

3.9 บทสรุป

จากระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (สำนักนโยบายและวิชาการทางสถิติ, 2554) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างของเครื่องและมอร์แกน ซึ่งได้จำนวนทั้งหมด 352 คน จากพนักงานตั้งแต่เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จนถึงผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) ของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ในส่วนเครื่องมือวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร และข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร โดยใช้คำถามปลายปิดและมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale Method) แบบ 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุดจนถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้เลือกการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 จนถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2565 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 8 เดือน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามเวลา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมและปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับพนักงาน ตั้งแต่เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) ผู้บริหารระดับล่าง (Supervisory Level) ผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) จนถึงผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) ของบริษัทบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จำนวนไม่น้อยกว่า 352 คน (Krejcie and Morgan, 1970) พบว่าจากข้อมูลเชิงสำรวจมีผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและผ่านเกณฑ์การคัดเลือกและตอบแบบสอบถามจริงจำนวน 393 คน โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลและผลการสำรวจที่ได้รับดังกล่าวมานั้น มาประมวลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) และนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์งานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

โดยผลการศึกษาเป็นแบ่ง 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตามสมมุติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ส่วนที่ 5 การตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (Descriptive Statistic) จำแนกตามกลุ่มเพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้ (ต่อเดือน)

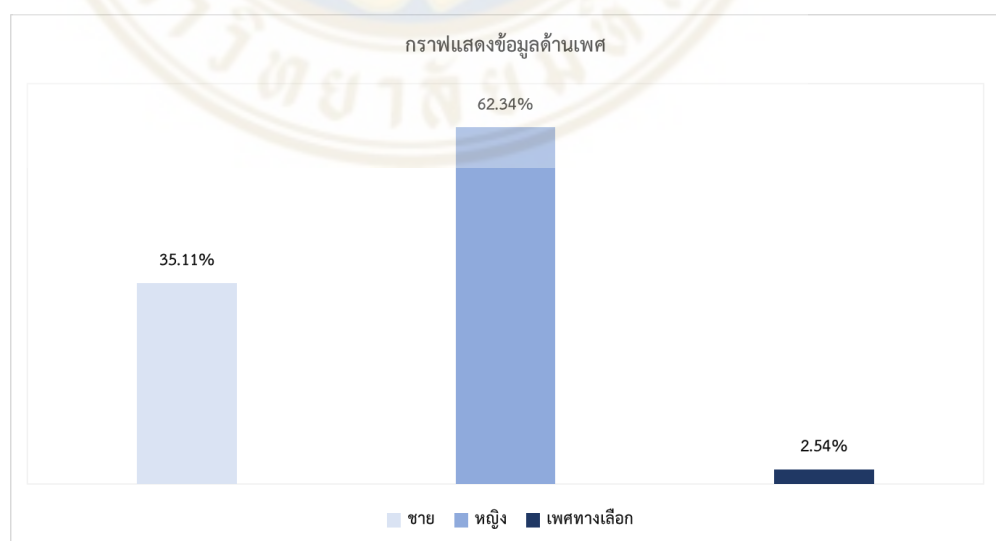
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) เพศ		
ชาย	138	35.1
หญิง	245	62.3
เพศทางเลือก	10	2.5
รวม	393	100
2) อายุ		
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี	0	0
21-30 ปี	204	51.9
31-40 ปี	153	38.9
41-50 ปี	29	7.4
50 ปีขึ้นไป	7	1.8
รวม	393	100
3) สถานภาพ		
โสด	356	90.6
สมรส	37	9.4
หย่าร้าง	0	0
รวม	393	100
4) ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	3.8
ระดับปริญญาตรี	317	80.7
สูงกว่าปริญญาตรี	61	15.5
รวม	393	100
5) ตำแหน่งงานใน บริษัท แส น ลีรี จำกัด (มหาชน)		
เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป	285	72.5
ผู้บริหารระดับล่าง	52	13.2
ผู้จัดการส่วน/ฝ่าย	38	9.7
ผู้บริหารระดับกลาง	18	4.6
รวม	393	100

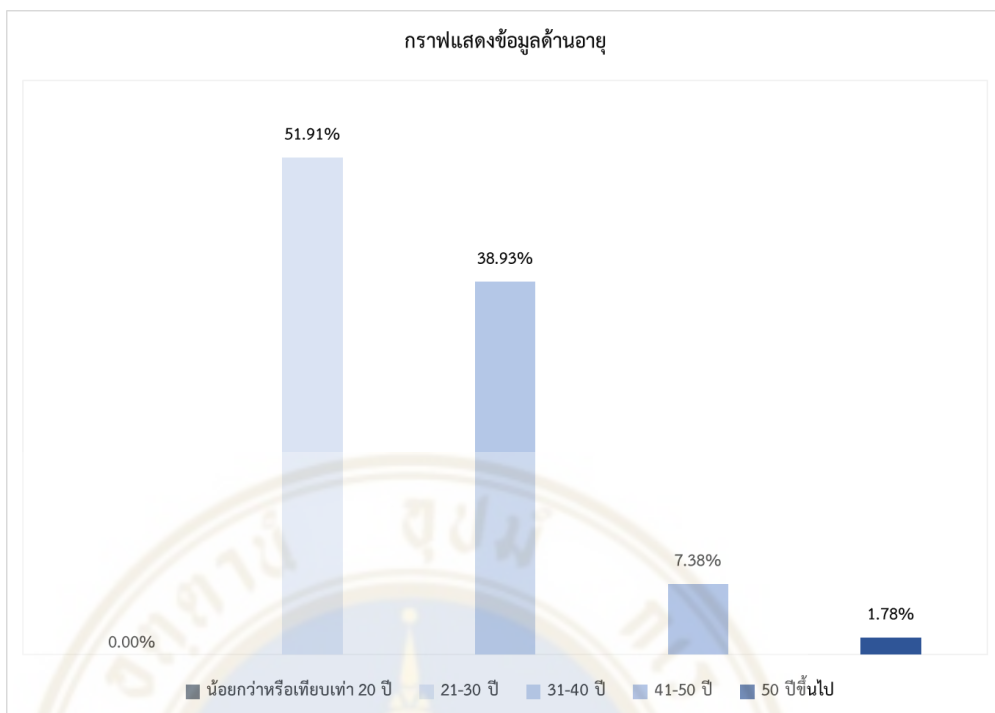
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน(คน)	ร้อยละ
6) ระยะเวลา ทำงาน	เพิ่งได้รับการบรรจุเข้าทำงาน	29	7.4
	6 เดือน – 1 ปี	56	14.2
	1 – 5 ปี	203	51.7
	5 – 10 ปี	76	19.3
	10 ปีขึ้นไป	29	7.4
	รวม	393	100
7) รายได้ (ต่อเดือน)	ต่ำกว่า 20,000 บาท	21	5.3
	20,001 - 40000 บาท	262	66.7
	40,001 - 60000 บาท	53	13.5
	60,001 - 80000 บาท	33	8.4
	80,001 – 100,000 บาท	10	2.5
	100,000 บาทขึ้นไป	14	3.6
	รวม	393	100

จากตารางผลสำรวจข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ข้างต้น สามารถสรุปออกมาเป็นกราฟแท่ง (Histogram) ได้ดังนี้



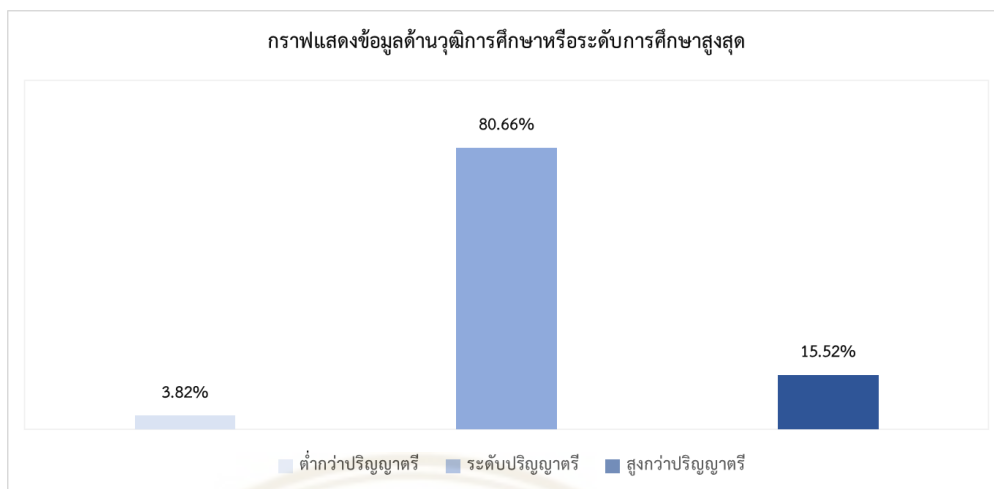
รูปภาพที่ 4.1: ข้อมูลด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม



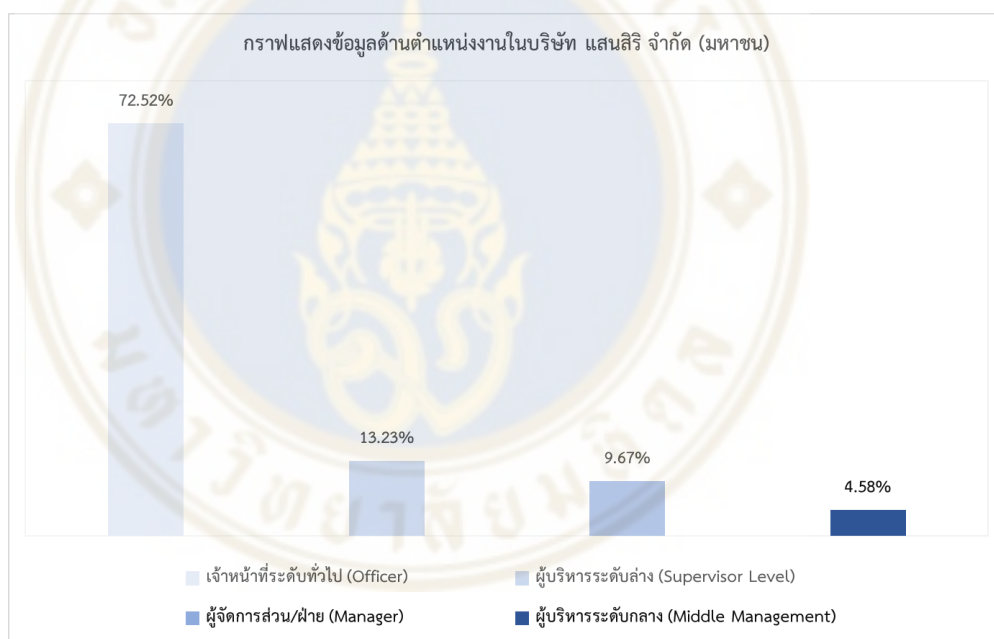
รูปภาพที่ 4.2: ข้อมูลด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



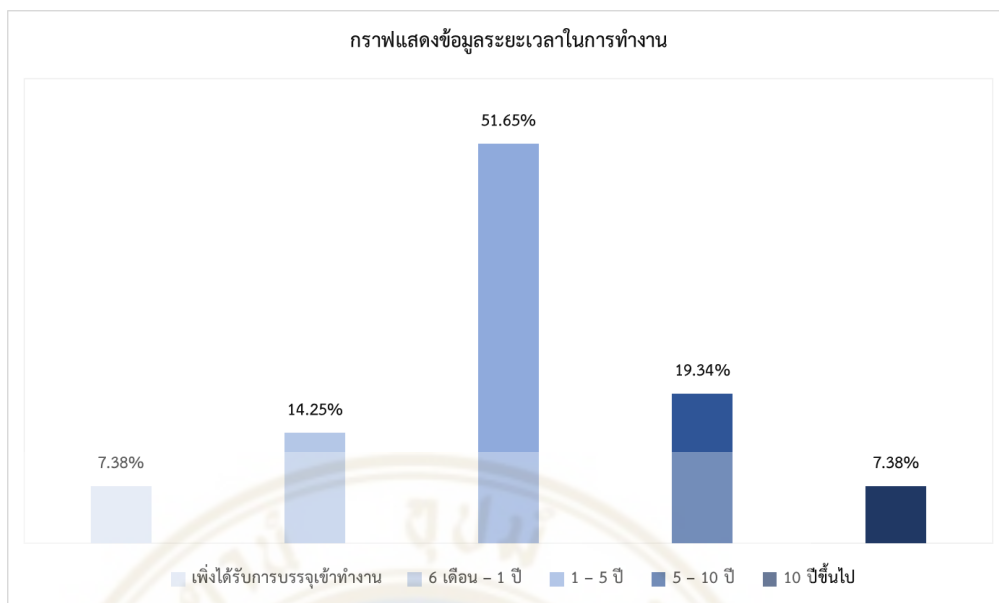
รูปภาพที่ 4.3: ข้อมูลด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม



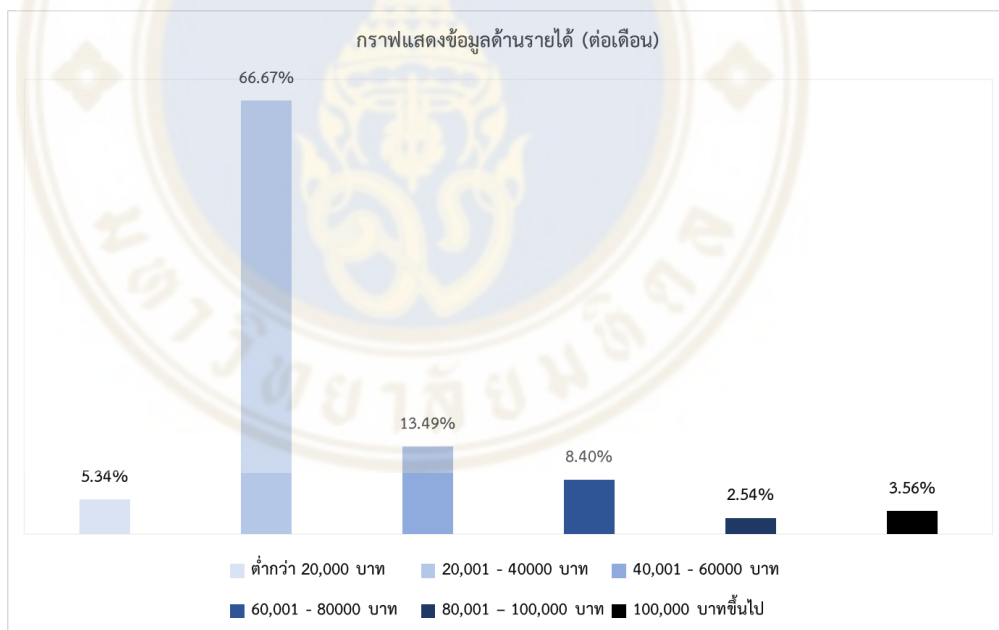
รูปภาพที่ 4.4: แสดงข้อมูลด้านวุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปภาพที่ 4.5: แสดงข้อมูลด้านตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปภาพที่ 4.6: แสดงข้อมูลด้านระยะเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปภาพที่ 4.7: แสดงข้อมูลด้านรายได้ (ต่อเดือน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มเพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้ (ต่อเดือน) มีรายละเอียดดังนี้

ในส่วนของเพศ กลุ่มเพศชายมีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.11 เพศหญิงมีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 62.34 และเพศทางเลื่อมมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่า 62.34% เพราะฉะนั้นการเก็บข้อมูลครั้งนี้มีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือเพศหญิงมากที่สุด

ในส่วนของอายุ กลุ่มอายุน้อยกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 อายุ 21-30 ปี มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.91 อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.93 คน อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.38 และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด โดยคิดเป็น 51.91% และรองลงมาอยู่ในช่วง 31-40 ปี เพราะฉะนั้นจากการเก็บแบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ช่วงอายุ 21-30 ปี และค่ามัธยฐาน (Median) อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี เช่นเดียวกัน เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด

ในส่วนของสถานภาพ กลุ่มโสดมีจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 90.59 สมรสมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.41 และหย่าร้างมีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่ามีสถานภาพ โสดมากที่สุด คิดเป็น 90.59% เพราะฉะนั้นจากการเก็บแบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือสถานภาพโสดมากที่สุด

ในส่วนของวุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.82 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 80.66 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.52 ตามลำดับ จากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็น 80.66% เพราะฉะนั้นจากการเก็บแบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด

ในส่วนของตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิวรี่ จำกัด (มหาชน) กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 72.52 ผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor Level) มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.23 ผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.67 และผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.58 ตามลำดับ จากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุด คิดเป็น 72.52% รองลงมาคือผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor Level) เพราะฉะนั้นจากการเก็บ

แบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุด

ในส่วนของระยะเวลาในการทำงาน เพิ่งได้รับการบรรจุเข้าทำงานมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.38 6 เดือน - 1 ปี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 1-5 ปี มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 51.65 5-10 ปี มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.34 และ 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.38 ตามลำดับ จากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการทำงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็น 51.65% รองลงมาคือ 5-10 ปี เพราะฉะนั้นจากการเก็บแบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือมีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี มากที่สุด

ในส่วนของรายได้ (ต่อเดือน) ต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.34 20,001- 40,000 บาท มีจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 40,001-60,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.49 60,001-80,000 บาท มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 80,001-100,000 บาท มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 และ 100,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.56 ตามลำดับ จากผลการเก็บแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ (ต่อเดือน) อยู่ในช่วง 20,001- 40,000 บาท มากที่สุด คิดเป็น 66.67% รองลงมาคือ 40,001-60,000 บาท เพราะฉะนั้นจากการเก็บแบบสอบถามมีค่าฐานนิยม (Mode) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามคือมีรายได้ (ต่อเดือน) 20,001- 40,000 บาท มากที่สุด

จากการเก็บข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมเชิงกลุ่ม โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) ตามรายละเอียดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมเชิงกลุ่มระหว่างเพศและอายุ โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

เพศ * อายุ Crosstabulation							
			อายุ				Total
			21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
เพศ	ชาย	Count	68	55	13	2	138
		% Within เพศ	49.30%	39.90%	9.40%	1.40%	100.00%

ตารางที่ 4.2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและอายุ โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) (ต่อ)

เพศ * อายุ Crosstabulation							
			อายุ				Total
			21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
เพศ	หญิง	Count	128	96	16	5	245
		% Within เพศ	52.20%	39.20%	6.50%	2.00%	100.00%
เพศ	ทาง เลือก	Count	8	2	0	0	10
		% Within เพศ	80.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Total		Count	204	153	29	7	393
		% Within เพศ	51.90%	38.90%	7.40%	1.80%	100.00%

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็น 49.30% ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็น 52.20% และผู้ตอบแบบสอบถามเพศทางเลือกอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็น 80.00% ตามลำดับ สรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและอายุ โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี

ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

เพศ * วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด Crosstabulation						
			วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด			Total
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
เพศ	ชาย	Count	8	103	27	138
		% Within เพศ	5.80%	74.60%	19.60%	100.00%
	หญิง	Count	7	205	33	245
		% Within เพศ	2.90%	83.70%	13.50%	100.00%
	เพศทางเลือก	Count	0	9	1	10
		% Within เพศ	0.00%	90.00%	10.00%	100.00%
Total		Count	15	317	61	393
		% Within เพศ	3.80%	80.70%	15.50%	100.00%

จากตาราง 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 103 คน คิดเป็น 74.60% ซึ่งสอดคล้องกับเพศหญิงและเพศทางเลือกที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 205 คน คิดเป็น 83.70% และจำนวน 9 คน คิดเป็น 90% ตามลำดับ ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็น 83.70%

ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

เพศ * ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) Crosstabulation							
			ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)				Total
			เจ้าหน้าที่ ระดับ ทั่วไป	ผู้บริหาร ระดับ ล่าง	ผู้จัดการ ส่วน/ฝ่าย	ผู้บริหาร ระดับกลาง	
เพศ	ชาย	Count	92	21	19	6	138
		% Within เพศ	66.70%	15.20%	13.80%	4.30%	100.00%
	หญิง	Count	184	30	19	12	245
		% Within เพศ	75.10%	12.20%	7.80%	4.90%	100.00%
	เพศ ทาง เลือก	Count	9	1	0	0	10
		% Within เพศ	90.00%	10.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Total		Count	285	52	38	18	393
		% Within เพศ	72.50%	13.20%	9.70%	4.60%	100.00%

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็น 66.70% ซึ่งสอดคล้องกับเพศหญิงและเพศทางเลือกที่ทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 184 คน คิดเป็น 75.10% และ จำนวน 9 คน คิดเป็น 90.00% ตามลำดับ ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างเพศและตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จำนวน 184 คน คิดเป็น 75.10%

ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธี ตารางไขว้ (Crosstab)

อายุ * วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด Crosstabulation						
			วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด			Total
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
อายุ	21 - 30 ปี	Count	12	183	9	204
		% Within อายุ	5.90%	89.70%	4.40%	100.00%
	31 - 40 ปี	Count	1	116	36	153
		% Within อายุ	0.70%	75.80%	23.50%	100.00%
	41 - 50 ปี	Count	1	15	13	29
		% Within อายุ	3.40%	51.70%	44.80%	100.00%
	50 ปีขึ้นไป	Count	1	3	3	7
		% Within อายุ	14.30%	42.90%	42.90%	100.00%
Total		Count	15	317	61	393
		% Within อายุ	3.80%	80.70%	15.50%	100.00%

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็น 89.70% สอดคล้องกับช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี ที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 116 และ 15 คน คิดเป็น 75.80% และ 51.70% ตามลำดับ และช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุดเท่ากัน

จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นอย่างละ 42.90% และพบข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมักอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็น 80.00% ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมักอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็น 57.73% และผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมักอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด มีจำนวน 36 คน คิดเป็น 59.02% ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี และอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็น 89.70%

ตารางที่ 4.6 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

อายุ * ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) Crosstabulation							
		ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)				Total	
		เจ้าหน้าที่ ระดับ ทั่วไป	ผู้บริหาร ระดับล่าง	ผู้จัดการ ส่วน/ฝ่าย	ผู้บริหาร ระดับกลาง		
อายุ	21 - 30 ปี	Count	197	7	0	0	204
		% Within อายุ	96.60%	3.40%	0.00%	0.00%	100.00%
	31 - 40 ปี	Count	82	44	23	4	153
		% Within อายุ	53.60%	28.80%	15.00%	2.60%	100.00%
	41 - 50 ปี	Count	5	1	13	10	29
		% Within อายุ	17.20%	3.40%	44.80%	34.50%	100.00%
	50 ปี ขึ้นไป	Count	1	0	2	4	7
		% Within อายุ	14.30%	0.00%	28.60%	57.10%	100.00%

ตารางที่ 4.6 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) (ต่อ)

อายุ * ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) Crosstabulation						
		ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)				Total
		เจ้าหน้าที่ ระดับ ทั่วไป	ผู้บริหาร ระดับล่าง	ผู้จัดการ ส่วน/ฝ่าย	ผู้บริหาร ระดับกลาง	
Total	Count	285	52	38	18	393
	% Within อายุ	72.50%	13.20%	9.70%	4.60%	100.00%

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุระหว่าง 21-30 ปี ทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุด จำนวน 197 คน คิดเป็น 96.60% สอดคล้องกับช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 82 คน คิดเป็น 53.60% ส่วนช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่าย (Manager) มากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็น 44.80% และช่วงอายุ 50 ขึ้นไป ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) มากที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็น 57.10% ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างอายุและตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จำนวน 197 คน คิดเป็น 96.60%

ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดและตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

ระดับการศึกษาสูงสุด * ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) Crosstabulation							
			ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)				Total
			เจ้าหน้าที่ ระดับ ทั่วไป	ผู้บริหาร ระดับล่าง	ผู้จัดการ ส่วน/ฝ่าย	ผู้บริหาร ระดับ กลาง	
ระดับ การศึกษ สูงสุด	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	Count	15	0	0	0	15
		% Within ระดับ การศึกษา สูงสุด	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	ระดับ ปริญญา ตรี	Count	258	31	22	6	317
		% Within ระดับ การศึกษา สูงสุด	81.40%	9.80%	6.90%	1.90%	100.00%
	สูงกว่า ปริญญา ตรี	Count	12	21	16	12	61
		% Within ระดับ การศึกษา สูงสุด	19.70%	34.40%	26.20%	19.70%	100.00%
Total		Count	285	52	38	18	393
		% Within ระดับ การศึกษา สูงสุด	72.50%	13.20%	9.70%	4.60%	100.00%

จากตาราง 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็น 100.00% สอดคล้องกับในระดับปริญญาตรี ซึ่งทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 258 คน คิดเป็น 81.40% แต่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor) มากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็น 34.40% ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดและตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี และทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จำนวน 258 คน คิดเป็น 81.40%

ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และระยะเวลาในการทำงาน โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) * ระยะเวลาในการทำงาน Crosstabulation								
			ระยะเวลาในการทำงาน					Total
			เพิ่ง เข้าทำ งาน	6 เดือน - 1 ปี	1 - 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปี ขึ้นไป	
ตำแหน่ง งานใน บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)	เจ้า หน้าที่ ระดับ ทั่วไป	Count	26	53	154	46	6	285
		% Within ตำแหน่ง งาน	9.10%	18.60%	54.00%	16.10%	2.10%	100.00%
	ผู้ บริหาร ระดับ ล่าง	Count	2	1	33	15	1	52
		% Within ตำแหน่ง งาน	3.80%	1.90%	63.50%	28.80%	1.90%	100.00%
	ผู้ จัดการ ส่วน/ ฝ่าย	Count	0	2	14	13	9	38
		% Within ตำแหน่ง งาน	0.00%	5.30%	36.80%	34.20%	23.70%	100.00%

ตารางที่ 4.8 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และระยะเวลาในการทำงาน โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) (ต่อ)

ตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) * ระยะเวลาในการทำงาน Crosstabulation								
			ระยะเวลาในการทำงาน					Total
			เพิ่งเข้า ทำ งาน	6 เดือน - 1 ปี	1 - 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปี ขึ้นไป	
ตำแหน่ง งานใน บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)	ผู้ บริหาร ระดับ กลาง	Count	1	0	2	2	13	18
		% Within ตำแหน่ง งาน	5.60%	0.00%	11.10%	11.10%	72.20%	100.00%
Total		Count	29	56	203	76	29	393
		% Within ตำแหน่ง งาน	7.40%	14.20%	51.70%	19.30%	7.40%	100.00%

จากตาราง 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานอยู่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี มากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็น 54.00% สอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor) และผู้จัดการส่วน/ฝ่าย (Manager) ซึ่งมีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี มากที่สุด เช่นเดียวกัน จำนวน 33 คน และ 14 คน คิดเป็น 63.50% และ 36.80% ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) มีระยะเวลาในการทำงาน 10 ปีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็น 72.20% ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และระยะเวลาในการทำงาน โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) ที่มีระยะเวลาในการทำงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็น 54.00%

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระยะเวลาในการทำงานและรายได้ (ต่อเดือน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab)

ระยะเวลาในการทำงาน * รายได้ (ต่อเดือน) Crosstabulation									
			รายได้ (ต่อเดือน)						Total
			ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 บาท	40,001 บาท	60,001 บาท	80,001 บาท	100,000 บาท ขึ้นไป	
ระยะ เวลา ทำ งาน	เพิ่ง เข้า ทำ งาน	Count	10	16	2	0	0	1	29
		%	34.50%	55.20	6.90%	0.00%	0.00%	3.40%	100.00
	Within ระยะ เวลา ทำงาน		%						%
	6 เดือน - 1 ปี	Count	5	48	1	2	0	0	56
		%	8.90%	85.70	1.80%	3.60%	0.00%	0.00%	100.00
	Within ระยะ เวลา ทำงาน		%						%
	1 - 5 ปี	Count	4	153	29	14	2	1	203
		%	2.00%	75.40	14.30	6.90%	1.00%	0.50%	100.00
	Within ระยะ เวลา ทำงาน		%	%					%

ตารางที่ 4.9 ค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระยะเวลาในการทำงานและรายได้ (ต่อเดือน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) (ต่อ)

ระยะเวลาในการทำงาน * รายได้ (ต่อเดือน) Crosstabulation									
			รายได้ (ต่อเดือน)						Total
			ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 บาท	40,001 บาท	60,001 บาท	80,001 บาท	100,000 บาท ขึ้นไป	
ระยะ เวลา ทำ งาน	5 – 10 ปี	Count	2	41	18	12	2	1	76
		%	2.60%	53.90	23.70	15.80	2.60%	1.30%	100.00
		Within ระยะเวลา ลา ทำงาน		%	%	%			%
	10 ปี ขึ้นไป	Count	0	4	3	5	6	11	29
		%	0.00%	13.80	10.30	17.20	20.70%	37.90%	100.00
		Within ระยะเวลา ลา ทำงาน		%	%	%			%
Total		Count	21	262	53	33	10	14	393
		%	5.30%	66.70	13.50	8.40%	2.50%	3.60%	100.00
		Within ระยะเวลา ลา ทำงาน		%	%			%	

จากตาราง 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เพิ่งได้รับการบรรจุเข้าทำงาน มีรายได้ (ต่อเดือน) 20,001 - 40000 บาท มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็น 55.20% สอดคล้องกับผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานอยู่ระหว่าง 6 เดือน – 1 ปี, 1 – 5 ปี และ 5 – 10 ปี ซึ่งมีรายได้ (ต่อเดือน) 20,001 - 40000 บาท มากที่สุด เช่นเดียวกัน จำนวน 48 คน, 153 คน และ 41 คน คิดเป็น 85.70%, 75.40% และ 53.90% ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีรายได้ (ต่อเดือน) 100,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็น 37.90% ซึ่งสรุปจากค่าสถิติการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงกลุ่มระหว่างระยะเวลาในการทำงานและรายได้ (ต่อเดือน) โดยใช้วิธีตารางไขว้ (Crosstab) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีระยะเวลาในการทำงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี และมีรายได้ (ต่อเดือน) 20,001 - 40000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็น 75.40%

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนารองครอย่างยั่งยืน (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยนำปัจจัยที่ได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับของค่าเฉลี่ยเป็นช่วง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) อ้างอิงในบทที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)

ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง	4.32	0.713	เห็นด้วยมากที่สุด
2. องค์กรของท่านยังคงจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหาประมาณ	4.09	0.664	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) (ต่อ)

ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
3. องค์กรของท่านมีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะสำคัญที่ใช้ในการทำงาน เช่น ทักษะด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ (Communication & Relation skills) ทักษะในการแก้ไขปัญหา (Problem solving skills) เป็นต้น	4.40	0.652	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.27	0.567	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.567 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะสำคัญที่ใช้ในการทำงาน เช่น ทักษะด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ (Communication & Relation skills) ทักษะในการแก้ไขปัญหา (Problem solving skills) เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.652 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง และ องค์กรของท่านยังคงจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหาทางงบประมาณ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ 4.09 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.713 และ 0.664 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations)

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	4.30	0.631	เห็นด้วยมากที่สุด
2. หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงเคารพและให้เกียรติท่าน	4.31	0.594	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	4.34	0.571	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.32	0.538	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.538 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.571 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงเคารพและให้เกียรติท่าน และท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ 4.30 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.594 และ 0.631 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)

ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน	4.20	0.728	เห็นด้วยมาก
2. องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป	4.12	0.684	เห็นด้วยมาก
3. องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป เช่น เวลาทำงานมีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions)	4.67	0.540	เห็นด้วยมากที่สุด
4. องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร	3.79	0.754	เห็นด้วยมาก
รวม	4.20	0.539	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.539 โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป เช่น เวลาทำงานมีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.540 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน, องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไปและ องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.12 และ 3.79 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.728, 0.684 และ 0.754 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)

ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับการสืบทอดภายในองค์กร	4.33	0.671	เห็นด้วยมากที่สุด
2. องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารมากกว่าสรรหาจากบุคคลภายนอก	3.54	0.868	เห็นด้วยมาก
3. องค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน	4.33	0.665	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.07	0.612	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.612 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับการสืบทอดภายในองค์กรและองค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เท่ากัน และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.671 และ 0.665 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารมากกว่าสรรหาจากบุคคลภายนอก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.868 ซึ่งทั้งหมดสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)

ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรปฏิบัติต่อท่านด้วยความเห็นอกเห็นใจและมีศีลธรรม	4.51	0.576	เห็นด้วยมากที่สุด
2. หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน	4.42	0.610	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	4.27	0.674	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.40	0.573	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.573 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรปฏิบัติต่อท่านด้วยความเห็นอกเห็นใจและมีศีลธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.576 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่านและท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และ 4.27 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.610 และ 0.674 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)

ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญ จะตัดสินใจโดยคณะผู้บริหารระดับสูง มิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่งสูงสุดเพียงผู้เดียว	4.40	0.678	เห็นด้วยมากที่สุด
2. เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา	4.39	0.684	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.39	0.660	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.660 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญ จะตัดสินใจโดยคณะผู้บริหารระดับสูง มิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่งสูงสุดเพียงผู้เดียว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.678 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.684 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)

ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ	4.69	0.491	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) (ต่อ)

ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. องค์กรของท่านระบุแนวทางการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่างชัดเจน	4.66	0.510	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	4.54	0.552	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.63	0.479	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.479 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.491 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านระบุแนวทางการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่างชัดเจนและองค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และ 4.54 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.510 และ 0.552 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)

ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมักคำนึงถึงผลลัพธ์ในระยะยาวเป็นหลัก	4.66	0.530	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มุ่งเน้นการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว	4.61	0.557	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดและวางแผนการทำงานเพื่อผลสำเร็จในระยะยาว	4.54	0.566	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.60	0.512	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.512 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมุ่งคำนึงถึงผลลัพธ์ในระยะยาวเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.530 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มุ่งเน้นการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาวและองค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดและวางแผนการทำงานเพื่อผลสำเร็จในระยะยาว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และ 4.54 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.557 และ 0.566 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)

ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมักมีวิธีการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความระมัดระวัง และทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด	4.54	0.566	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) (ต่อ)

ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น	3.84	0.911	เห็นด้วยมาก
3. ท่านมักเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ	4.18	0.742	เห็นด้วยมาก
4. ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดีต่อการดำเนินงานของท่าน	4.16	0.769	เห็นด้วยมาก
รวม	4.18	0.604	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.604 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมักมีวิธีจัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความระมัดระวัง และทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.566 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านมักเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ, ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดีต่อการดำเนินงานของท่านและเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18, 4.16 และ 3.84 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.742, 0.769 และ 0.911 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)

ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถตัดสินใจกำหนดทิศทางการลงทุนได้ด้วยตนเอง (มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากตลาดทุน)	4.54	0.533	เห็นด้วยมากที่สุด
2. องค์กรของท่านมีฐานะทางการเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มีอิสรภาพทางการเงิน)	4.57	0.530	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.56	0.515	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.515 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีฐานะทางการเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มีอิสรภาพทางการเงิน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.530 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถตัดสินใจกำหนดทิศทางการลงทุนได้ด้วยตนเอง (มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากตลาดทุน) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.533 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	4.80	0.426	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) (ต่อ)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. องค์กรของท่านส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร	4.79	0.435	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านมักมีการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร	4.69	0.495	เห็นด้วยมากที่สุด
4. องค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมมลพิษและลดการใช้พลังงาน	4.67	0.503	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.74	0.411	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.411 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ องค์กรของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.426 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร, องค์กรของท่านมักมีการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กรและองค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมมลพิษและลดการใช้พลังงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79, 4.69 และ 4.67 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.435, 0.495 และ 0.503 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม	4.72	0.466	เห็นด้วยมากที่สุด
2. องค์กรของท่านพยายามจัดหาสภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน	4.51	0.619	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม	4.47	0.597	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.56	0.478	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.478 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.466 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านพยายามจัดหาสภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน และองค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ 4.47 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.619 และ 0.597 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)

ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับพนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders)	4.68	0.498	เห็นด้วยมากที่สุด
2. องค์กรของท่านพยายามสร้างความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย]	4.64	0.516	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด	4.59	0.542	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.64	0.475	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.475 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับพนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.498 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านพยายามสร้างความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และ 4.59 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.516 และ 0.542 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)

ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม	4.70	0.479	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน	4.51	0.615	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่นอนและกว้างไกล	4.66	0.484	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.61	0.470	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.470 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.479 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่นอนและกว้างไกลและท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และ 4.51 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.484 และ 0.615 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)

ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่	4.46	0.713	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงได้	4.06	0.787	เห็นด้วยมาก
3 องค์กรของท่านมักตัดสินใจจากวิธีการลงมติของเสียงส่วนใหญ่	4.44	0.595	เห็นด้วยมากที่สุด
4. องค์กรของท่านมักมีการตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วนผ่านการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่	4.45	0.569	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.35	0.562	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.562 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.713 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรของท่านมักมีการตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วน ผ่านการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่, องค์กรของท่านมักตัดสินใจจากวิธีการลงมติของเสียงส่วนใหญ่และท่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45, 4.44 และ 4.06 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.569, 0.595 และ 0.787 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)

ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านสามารถบริหารจัดการงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ตรงตามวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานที่องค์กรกำหนด	4.52	0.580	เห็นด้วยมากที่สุด
2. หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถบริหารจัดการหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของตนเองได้เป็นอย่างดี	4.53	0.576	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.53	0.545	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.545 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถบริหารจัดการหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของตนเองได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.576 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านสามารถบริหารจัดการงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ตรงตามวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานที่องค์กรกำหนด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.580 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)

ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันเป็นทีม และส่งเสริมให้เกิดเป้าหมายร่วมกันระหว่างพนักงาน	4.52	0.631	เห็นด้วยมากที่สุด
2. พนักงานทุกคนในองค์กรของท่าน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างดี	4.47	0.627	เห็นด้วยมากที่สุด
3. องค์กรของท่านส่งเสริมให้แนวทางการทำงานร่วมกันเป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร	4.47	0.623	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.49	0.586	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.586 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันเป็นทีม และส่งเสริมให้เกิดเป้าหมายร่วมกันระหว่างพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.631 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานทุกคนในองค์กรของท่าน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างดีและองค์กรของท่านส่งเสริมให้แนวทางการทำงานร่วมกันเป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ 4.47 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.627 และ 0.623 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	4.53	0.580	เห็นด้วยมากที่สุด
2. วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น	4.50	0.572	เห็นด้วยมากที่สุด
3. วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน	4.47	0.584	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.50	0.535	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.535 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.580 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้นและวัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 4.47 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.572 และ 0.584 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)

ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน	4.11	0.795	เห็นด้วยมาก
2. สภาพแวดล้อมขององค์กรของท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้	3.90	0.799	เห็นด้วยมาก
3. ท่านมักมีโอกาสดังที่ได้รับและได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน	3.84	0.776	เห็นด้วยมาก
รวม	3.95	0.720	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.720 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.795 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมขององค์กรของท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้และท่านมักมีโอกาสดังที่ได้รับและได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และ 3.84 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.799 และ 0.766 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านสามารถไว้วางใจ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน	4.46	0.601	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) (ต่อ)

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements)	4.47	0.584	เห็นด้วยมากที่สุด
3. พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง	4.39	0.626	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.44	0.565	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.565 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.584 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านสามารถไว้วางใจ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านและพฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และ 4.39 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.601 และ 0.626 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation)

ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. พนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา	3.18	0.770	เห็นด้วยปานกลาง

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) (ต่อ)

ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆภายในองค์กร	3.53	0.782	เห็นด้วยมาก
3. องค์กรของท่านมีการประเมิน ติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	3.62	0.774	เห็นด้วยมาก
4. ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ	3.64	0.764	เห็นด้วยมาก
รวม	3.49	0.696	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.696 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.764 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก รองลงมา คือ องค์กรของท่านมีการประเมิน ติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์, องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆภายในองค์กรและพนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.53 และ 3.18 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.774, 0.782 และ 0.770 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมาก, เห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)

ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้	4.71	0.517	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้	4.60	0.611	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อองค์กร	4.42	0.681	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.58	0.525	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.525 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.517 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้และท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อองค์กร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และ 4.42 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.611 และ 0.681 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)

ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบมีคุณภาพ	4.81	0.415	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. องค์กรของท่านมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง	4.82	0.409	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ลูกค้ายักพึงพอใจกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบ	4.76	0.457	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.80	0.396	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.396 โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.409 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบมีคุณภาพและลูกค้ายักพึงพอใจกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 และ 4.76 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.415 และ 0.457 ตามลำดับ ซึ่งทั้งคู่สามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)

ตัวแปรตาม: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4.88	0.336	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness) (ต่อ)

ตัวแปรตาม: การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
2. ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4.78	0.468	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4.59	0.574	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ความพึงพอใจของผู้ลงทุนต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4.49	0.615	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4.41	0.649	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.63	0.448	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของตัวแปรตาม (Employee Awareness) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.448 โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.336 ซึ่งสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage), ความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage), ความพึงพอใจของผู้ลงทุนต่อองค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) และความพึงพอใจของผู้มีส่วน

ได้ส่วนเสียต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78, 4.59, 4.49 และ 4.41 ตามลำดับ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.468, 0.574, 0.615 และ 0.649 ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดสามารถแปลความหมายว่าเห็นด้วยมากที่สุด

4.3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการศึกษาวิจัยภายใต้กรอบการศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการพิจารณาตัวแปรต้น โดยศึกษาว่าตัวแปรต้นใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรตาม โดยจากการศึกษา ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่คิดค้นโดย Avery and Bergsteiner (2010) ซึ่งอธิบายว่าหลักการในการบริหารจัดการองค์กรโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร แบ่งออกเป็น 23 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations) ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff) ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior) ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration) ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) และปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ซึ่งทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) นั้น มักถูกนำมาดัดแปลงเป็นแบบทดสอบเพื่อใช้ศึกษาทำนายถึงความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่พนักงานรับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcome) ในรูปแบบของแบบสอบถามที่ถูกใช้ในงานวิจัยต่างๆ เช่น งานวิจัยของ รัชชิตา จุลรักษา (2564) ที่ศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามแนวคิดของ Honeybee Leadership ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรผ่านการรับรู้ได้ของกลุ่มพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่) จำนวนประมาณ 342 คน พบว่ามี 3 ปัจจัยที่

ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่สามารถรับรู้ได้ผ่านพนักงาน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long-term Perspective) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล (Organization Change) และปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) เป็นต้น

4.3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรมภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) (Avery and Bergsteiner, 2010) เป็นการจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มตัวแปรเข้าด้วยกัน โดยตัวแปรที่อยู่ใน Factor เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก อาจไปในทิศทางบวก (ไปในทิศทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้ามกัน) โดยเริ่มจากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มา มีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) ตามรายละเอียดตาราง 4.34 ดังนี้

ตารางที่ 4.34 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) ของภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.952
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	29605.83
	df	2850
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน มีค่าเท่ากับ 0.952 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.8 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้น มีความสัมพันธ์กันดี สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ และจากค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่าค่าสถิติไค-สแควร์ (Approx. Chi-Square) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 29605.83 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 แสดงให้เห็นว่าเมตริกสหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมตริกสหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ตามแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์เชิงสำรวจและระบุองค์ประกอบ (Common Factor) ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) สามารถลดจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ โดยการสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม มักใช้กรณีที่นักวิจัยยังไม่มีทฤษฎีสันับสนุนที่ชัดเจนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ต้องการวัด โดยเมื่อผู้วิจัยใส่ข้อมูลตัวแปรเข้าไป ใช้วิธีการวิเคราะห์และแปรผลด้วยวิธีการหมุนแกนปัจจัยตั้งฉากแบบ Varimax พบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน จึงไม่สามารถใช้วิธีการวิเคราะห์และแปรผลด้วยวิธีการหมุนแกนปัจจัยตั้งฉากแบบ Varimax ได้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการหมุนแกนที่เมื่อมีการหมุนแกนแล้ว ปัจจัยอาจจะไม่ตั้งฉากกัน เรียกว่าวิธีแบบ Direct Oblimin โดยจะใช้ในกรณีที่ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยกำหนดจำนวนค่าปัจจัยจำนวน 24 ปัจจัยดังนี้

ตารางที่ 4.35 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

Total Variance Explained							
Initial Eigenvalues				Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
Component	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total
1	31.21	41.066	41.066	31.21	41.066	41.066	9.399
2	5.004	6.585	47.65	5.004	6.585	47.65	9.963
3	3.499	4.603	52.254	3.499	4.603	52.254	3.623
4	2.861	3.765	56.018	2.861	3.765	56.018	6.902
5	2.735	3.599	59.617	2.735	3.599	59.617	5.253
6	1.868	2.458	62.075	1.868	2.458	62.075	12.208
7	1.693	2.227	64.302	1.693	2.227	64.302	7.763
8	1.487	1.956	66.259	1.487	1.956	66.259	9.891
9	1.441	1.896	68.155	1.441	1.896	68.155	10.195

ตาราง 4.35 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (ต่อ)

Total Variance Explained							
Initial Eigenvalues				Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
Component	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total
10	1.286	1.692	69.847	1.286	1.692	69.847	9.816
11	1.165	1.533	71.38	1.165	1.533	71.38	12.795
12	1.084	1.427	72.806	1.084	1.427	72.806	9.934
13	1.072	1.41	74.217	1.072	1.41	74.217	7.552
14	0.952	1.253	75.469	0.952	1.253	75.469	13.236
15	0.93	1.223	76.692	0.93	1.223	76.692	11.738
16	0.87	1.144	77.836	0.87	1.144	77.836	8.298
17	0.806	1.061	78.897	0.806	1.061	78.897	6.47
18	0.742	0.976	79.873	0.742	0.976	79.873	2.913
19	0.714	0.94	80.813	0.714	0.94	80.813	13.14
20	0.658	0.865	81.679	0.658	0.865	81.679	10.76
21	0.649	0.854	82.533	0.649	0.854	82.533	13.768
22	0.591	0.777	83.31	0.591	0.777	83.31	2.89
23	0.59	0.776	84.086	0.59	0.776	84.086	1.768
24	0.579	0.761	84.847	0.579	0.761	84.847	2.241
25	0.528	0.695	85.542				
26	0.515	0.678	86.22				
27	0.476	0.626	86.845				
28	0.453	0.596	87.441				

ตาราง 4.35 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (ต่อ)

Total Variance Explained							
Initial Eigenvalues				Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
Component	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total
29	0.442	0.582	88.023				
30	0.431	0.568	88.591				
31	0.411	0.541	89.131				
32	0.392	0.515	89.647				
33	0.379	0.498	90.145				
34	0.352	0.463	90.608				
35	0.336	0.442	91.05				
36	0.322	0.423	91.473				
37	0.313	0.412	91.886				
38	0.305	0.402	92.288				
39	0.296	0.389	92.677				
40	0.278	0.366	93.043				
41	0.265	0.348	93.391				
42	0.262	0.345	93.736				
43	0.253	0.332	94.069				
44	0.239	0.314	94.383				
45	0.238	0.313	94.696				
46	0.222	0.292	94.987				
47	0.22	0.29	95.278				

ตาราง 4.35 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (ต่อ)

Total Variance Explained							
Initial Eigenvalues				Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
Component	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total
48	0.21	0.276	95.554				
49	0.208	0.274	95.828				
50	0.199	0.261	96.089				
51	0.182	0.24	96.329				
52	0.180	0.237	96.566				
53	0.176	0.232	96.798				
54	0.171	0.224	97.023				
55	0.165	0.217	97.24				
56	0.155	0.204	97.443				
57	0.148	0.194	97.638				
58	0.144	0.189	97.827				
59	0.133	0.176	98.003				
60	0.126	0.166	98.169				
61	0.123	0.162	98.33				
62	0.119	0.157	98.487				
63	0.113	0.149	98.636				
64	0.106	0.14	98.776				
65	0.103	0.136	98.912				
66	0.095	0.125	99.036				

ตาราง 4.35 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (ต่อ)

Total Variance Explained							
Initial Eigenvalues				Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
Component	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total	% Of Variance	Cumulative %	Total
67	0.091	0.119	99.156				
68	0.088	0.116	99.272				
69	0.088	0.115	99.387				
70	0.081	0.106	99.493				
71	0.08	0.105	99.598				
72	0.072	0.094	99.692				
73	0.064	0.084	99.776				
74	0.06	0.079	99.854				
75	0.059	0.078	99.932				
76	0.052	0.068	100				

เนื่องจากในงานวิจัยมีจำนวน Components มากถึง 24 Components ทางผู้วิจัยจึงขอแบ่งตารางแสดงผลค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเป็นจำนวน 4 ตาราง ตามจำนวนของ Components ดังนี้

1. ตารางที่ 4.36 แสดงค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 1-6)

2. ตารางที่ 4.37 แสดงค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 7-12)

3. ตารางที่ 4.38 แสดงค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 13-18)

4. ตารางที่ 4.39 แสดงค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 19-24)

ตารางที่ 4.36 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 1-6)

Pattern Matrix						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
Responsibility for Environment 2	-0.052	-0.468	-0.001	0.037	0.083	-0.068
Responsibility for Environment 3	0.019	-0.725	0.007	-0.021	-0.013	-0.02
Responsibility for Environment 4	0.071	-0.798	-0.037	-0.044	-0.052	-0.077
Social Responsibility 1	0.036	-0.391	0.015	0.069	0.141	-0.068
Trust 1	0.524	0.009	0.068	-0.094	0.048	-0.084
Trust 2	0.576	-0.044	0.023	-0.066	0.039	-0.062
Trust 3	0.598	-0.145	-0.033	-0.084	-0.012	-0.013
Innovation 1	0.036	-0.011	0.795	-0.043	-0.083	0.005
Innovation 2	-0.036	-0.025	0.919	0.021	-0.002	-0.011
Innovation 3	-0.058	0.033	0.943	0.011	0.046	0.021
Innovation 4	0.065	0.018	0.913	0.039	0.035	-0.012
Quality 1	-0.011	0.03	-0.031	0.068	0.111	-0.853
Quality 2	-0.046	0.003	0.013	0.033	0.026	-0.914
Quality 3	0.05	-0.071	0.01	-0.077	-0.055	-0.888
Employee Awareness 1	-0.049	-0.071	0.034	-0.204	0.767	-0.103
Employee Awareness 2	0.092	0.091	-0.004	-0.232	0.709	-0.089
Employee Awareness 3	0.042	-0.001	-0.005	-0.739	0.218	-0.005
Employee Awareness 4	0.012	-0.021	-0.011	-0.876	0.085	-0.007
Employee Awareness 5	0.004	0.001	-0.043	-0.795	0.037	0.004

ตารางที่ 4.37 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 7-12)

Pattern Matrix						
	Component					
	7	8	9	10	11	12
Developing People 1	-0.02	0.042	0.003	0.03	-0.058	-0.851
Developing People 2	-0.004	-0.007	0.141	-0.027	0.018	-0.642
Developing People 3	0.089	0.051	-0.1	0.007	-0.037	-0.781
Succession Planning 1	-0.065	-0.032	0.09	-0.07	-0.174	-0.334
Valuing Staff 2	0.023	-0.003	0.026	-0.076	-0.303	-0.034
Valuing Staff 3	0.149	-0.01	0.094	-0.093	-0.302	-0.063
CEO and Top team 1	-0.019	0.055	-0.072	0.014	-0.835	-0.025
CEO and Top team 2	0.012	0.039	-0.002	-0.087	-0.885	-0.041
Organization Change 2	0.549	0.146	-0.107	-0.044	-0.034	-0.111
Social Responsibility 2	0.034	0.018	0.13	-0.739	0.002	-0.006
Social Responsibility 3	0.007	0.016	-0.069	-0.837	-0.088	0.044
Decision Making 1	0.529	0.071	0.142	0.017	0.003	-0.06
Decision Making 2	0.833	-0.008	0.004	-0.044	-0.017	-0.009
Decision Making 3	0.403	-0.001	0.097	-0.052	-0.06	-0.027
Self-Management 1	0.24	0.037	0.328	0.133	-0.172	0.07
Self-Management 2	0.097	0.065	0.382	0.114	-0.173	0.029
Team Orientation 1	-0.012	0.093	0.694	-0.095	-0.024	0.023
Team Orientation 2	0.023	0.053	0.718	-0.046	0.063	-0.05
Team Orientation 3	0.029	0.092	0.642	-0.031	0.021	-0.03
Knowledge Sharing Retention 1	-0.037	0.83	0.081	-0.062	-0.055	-0.01
Knowledge Sharing Retention 2	0.008	0.92	-0.03	0.032	-0.024	-0.051
Knowledge Sharing Retention 3	0.007	0.88	0.002	0.019	0.023	0.033

ตารางที่ 4.38 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 13-18)

Pattern Matrix						
	Component					
	13	14	15	16	17	18
Succession Planning 2	0.07	-0.078	0.009	-0.012	-0.008	0.781
Organization Change 3	0.04	0.834	0.013	0.016	0.029	-0.055
Organization Change 4	0.098	0.867	0.005	-0.053	0.000	-0.036
Financial market independence 1	0.711	0.109	-0.045	-0.047	0.024	0.036
Financial market independence 2	0.743	0.11	0.033	-0.091	0.078	0.063
Stakeholder consideration 1	-0.023	-0.058	-0.647	-0.118	0.029	-0.094
Stakeholder consideration 2	0.037	-0.025	-0.814	-0.044	0.044	-0.007
Stakeholder consideration 3	0.026	0.106	-0.707	0.047	0.105	0.071
Strong, Share Vision 1	0.094	-0.09	-0.069	-0.104	0.475	-0.015
Strong, Share Vision 2	-0.043	0.062	-0.102	-0.159	0.431	0.013
Strong, Share Vision 3	0.104	0.062	-0.103	0.035	0.778	0.002
Staff Engagement 1	-0.01	0.074	-0.019	-0.63	0.012	-0.037
Staff Engagement 2	0.13	0.047	-0.041	-0.771	0.030	0.026
Staff Engagement 3	0.088	0.03	-0.183	-0.332	-0.066	0.063

ตารางที่ 4.39 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 19-24)

Pattern Matrix						
	Component					
	19	20	21	22	23	24
Labor Relations 1	0.038	-0.014	0.768	-0.006	0.074	0.022
Labor Relations 2	0.019	-0.061	0.842	-0.01	0.039	-0.003
Labor Relations 3	-0.041	-0.039	0.739	0.026	-0.10	-0.01

ตารางที่ 4.39 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Component 19-24) (ต่อ)

Pattern Matrix						
	Component					
	19	20	21	22	23	24
Staff Retention 2	0.096	0.052	0.430	-0.216	-0.069	-0.025
Staff Retention 4	0.094	-0.08	0.024	-0.678	-0.003	0.01
Succession Planning 3	0.054	0.049	0.172	0.044	-0.304	-0.006
Ethics Behavior 1	0.585	-0.059	0.048	0.031	0.012	0.335
Ethics Behavior 2	0.626	-0.074	0.091	0.042	-0.015	0.217
Ethics Behavior 3	0.555	-0.095	0.161	0.113	-0.017	-0.097
Long term Perspective 1	0.655	-0.033	-0.075	-0.075	0.021	0.128
Long term Perspective 2	0.752	0.009	0.051	-0.091	0.013	-0.044
Long term Perspective 3	0.691	-0.013	-0.033	-0.053	-0.08	-0.259
Organization Change 1	0.41	-0.075	0.07	-0.077	0.105	-0.014
Responsibility for Environment 1	0.078	-0.074	0.01	-0.076	-0.068	0.427
Culture 1	0.043	-0.574	0.031	-0.006	0.113	0.001
Culture 2	0.036	-0.641	-0.019	-0.019	0.054	-0.06
Culture 3	-0.024	-0.737	0.091	-0.032	-0.09	0.044

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 32 iterations.

Developing People = การพัฒนาบุคลากร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Labor Relations = ความสัมพันธ์กับพนักงาน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Staff Retention = การรักษาพนักงาน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Succession Planning = การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Valuing Staff = การให้คุณค่ากับพนักงาน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

CEO and Top team = การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Ethics Behavior = พฤติกรรมทางจริยธรรม เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Long term Perspective = ผลประโยชน์ในระยะยาว เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Organization Change = การเปลี่ยนแปลงองค์กร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Financial market independence = การมีอิสรภาพจากตลาดเงิน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Responsibility for Environment = ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Social Responsibility = ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Stakeholder consideration = การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Strong, Share Vision = การสื่อสารวิสัยทัศน์ เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Decision Making = การตัดสินใจ เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Self-Management = การจัดการด้วยตนเอง เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Team Orientation = การสร้างเครือข่ายในองค์กร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Culture = วัฒนธรรมองค์กร เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Knowledge Sharing Retention = การแบ่งปันและรักษาความรู้ เป็นตัวแปรอิสระและ
หมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Trust = ความไว้วางใจ เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Innovation = นวัตกรรม เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Staff Engagement = ความผูกพันของพนักงาน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดง
ถึงลำดับที่ของคำถาม

Quality = คุณภาพของงาน เป็นตัวแปรอิสระและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

Employee Awareness = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร เป็นตัว
แปรตามและหมายเลขแสดงถึงลำดับที่ของคำถาม

จากตารางที่ 4.36 – 4.39 พบว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้วิเคราะห์ออกมา 24
ปัจจัย ตามที่ระบุการวิเคราะห์โดยใช้วิธี Direct Oblimin เนื่องจากการวิเคราะห์ผลตัวแปรตามตาราง
4.12 – 4.15 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่า
น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ ซึ่ง
ควรมีค่ามากกว่า 0.3 (วิยะดา ตันวัฒนากุล อังโน ยุทธ ไกรวรรณ, 2551) แล้วจึงพิจารณา
องค์ประกอบคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดบน
องค์ประกอบนั้นสามารถอธิบายได้ 24 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Trust 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนัก
องค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.524 – 0.598 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ใน
องค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 1 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความไว้วางใจ (Trust)**

องค์ประกอบที่ 2 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Responsibility for Environment 2-4 และ
Social Responsibility 1 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.798) – (-0.391) เมื่อ
พิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 2
เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)**

องค์ประกอบที่ 3 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Innovation 1-4 และมีพิสัยของค่าน้ำหนัก
องค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.795 – 0.943 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ใน
องค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 3 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **นวัตกรรม (Innovation)**

องค์ประกอบที่ 4 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Employee Awareness 3 – 5 และมีพิสัยของ
ค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.876) – (-0.739) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบ
ทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 4 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การรับรู้ของ
พนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)**

องค์ประกอบที่ 5 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ Employee Awareness 1 – 2 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.709 – 0.767 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 5 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage)**

องค์ประกอบที่ 6 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Quality 1 - 3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.853) – (-0.914) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 6 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **คุณภาพของงาน (Quality)**

องค์ประกอบที่ 7 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Organization Change 2 และ Decision Making 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.403 – 0.833 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 7 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การตัดสินใจ (Decision Making)**

องค์ประกอบที่ 8 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Knowledge Sharing Retention 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.830 - 0.920 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 8 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)**

องค์ประกอบที่ 9 มีจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ Self-Management 1-2 และ Team Orientation 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.328 – 0.718 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 9 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation)**

องค์ประกอบที่ 10 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ Social Responsibility 2-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.837) – (-0.739) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 10 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)**

องค์ประกอบที่ 11 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Valuing Staff 2-3 และ CEO and Top team 1-2 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.885) – (-0.302) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 11 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)**

องค์ประกอบที่ 12 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Developing People 1-3 และ Succession Planning 1 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.851) – (-0.334) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 12 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การพัฒนาบุคลากร (Developing People)**

องค์ประกอบที่ 13 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ Financial market independence 1-2 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.711 – 0.743 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 13 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **มีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)**

องค์ประกอบที่ 14 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ Organization Change 3-4 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.834 – 0.867 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 14 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)**

องค์ประกอบที่ 15 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Stakeholder consideration 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.814) – (-0.647) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 15 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **รักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)**

องค์ประกอบที่ 16 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Staff Engagement 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.771) – (-0.332) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 16 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)**

องค์ประกอบที่ 17 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Strong, Share Vision 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.431 – 0.778 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 17 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)**

องค์ประกอบที่ 18 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ Succession Planning 2 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ 0.781 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 18 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)**

องค์ประกอบที่ 19 มีจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ Ethics Behavior 1-3, Long term Perspective 1-3 และ Organization Change 1 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.410 – 0.752 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือ องค์ประกอบที่ 19 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective)**

องค์ประกอบที่ 20 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ Culture 1-3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง (-0.737) – (-0.574) เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 20 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **วัฒนธรรมองค์กร (Culture)**

องค์ประกอบที่ 21 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ Labor Relations 1 -3 และ Staff Retention 2 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.430 – 0.842 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 21 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations)**

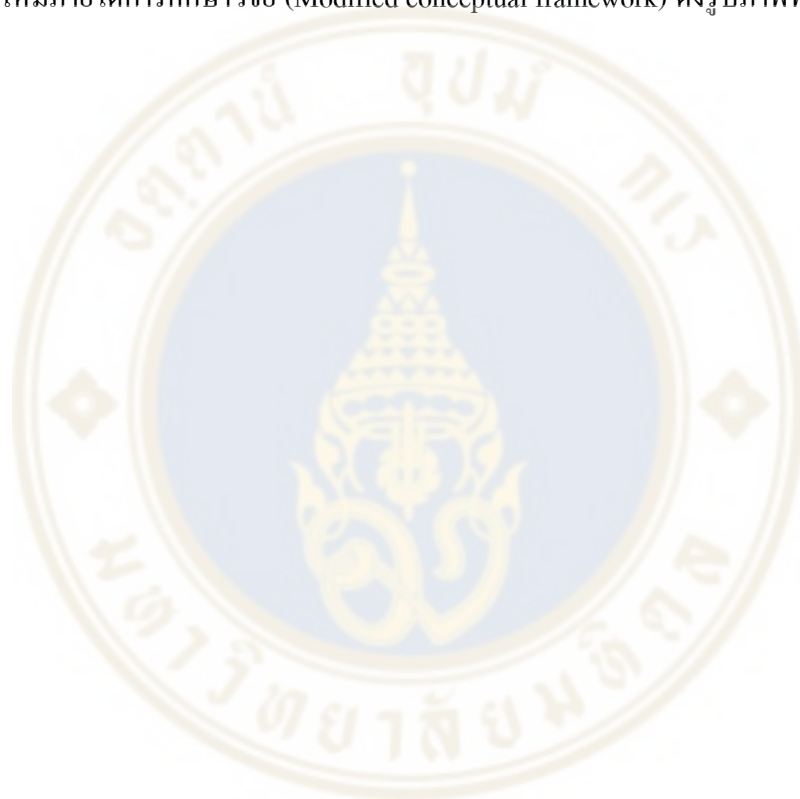
องค์ประกอบที่ 22 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ Staff Retention 4 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ -0.678 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 22 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การรักษาพนักงาน (Staff Retention)**

องค์ประกอบที่ 23 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ Succession Planning 3 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ -0.304 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 23 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development)**

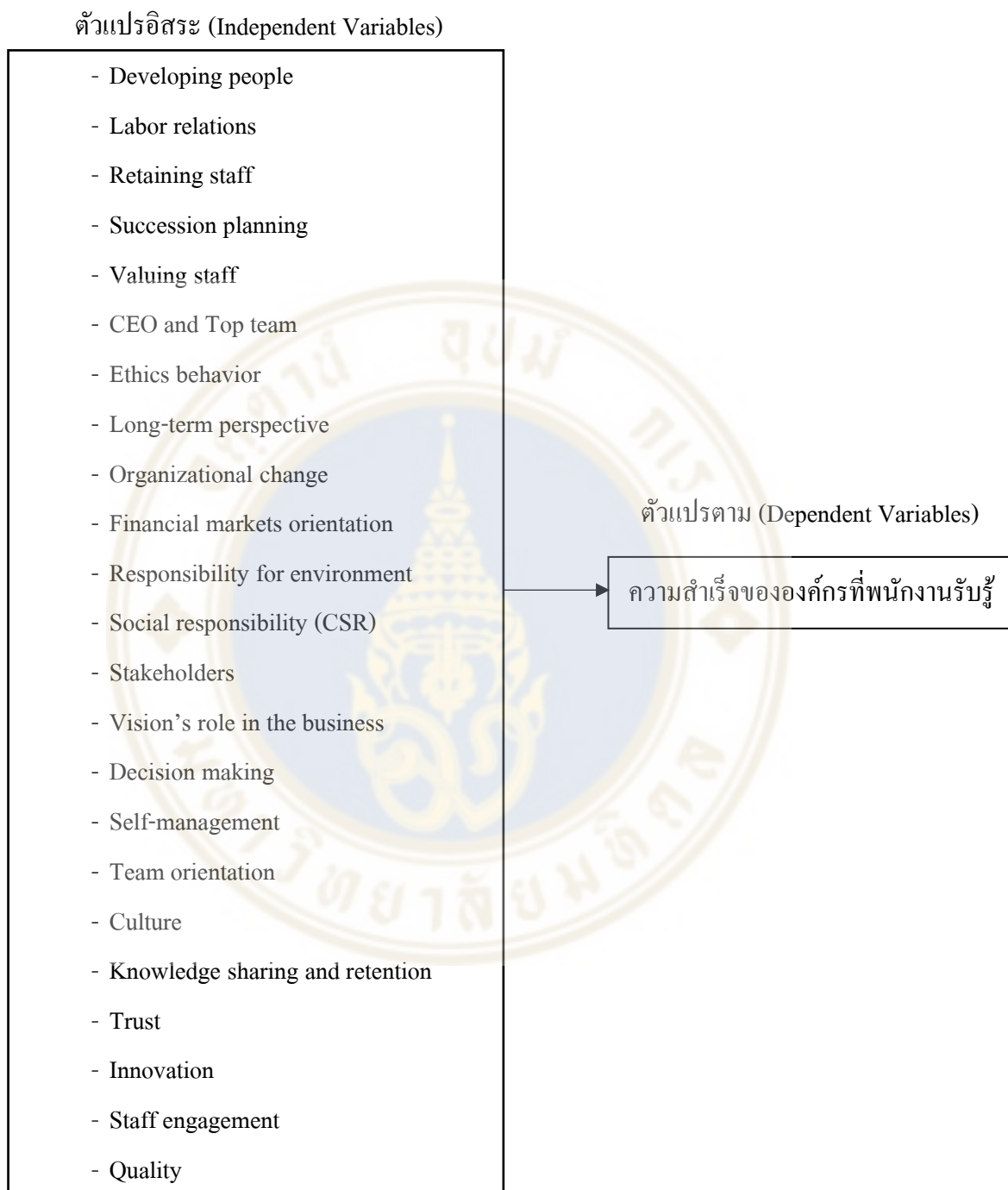
องค์ประกอบที่ 24 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ Responsibility for Environment 1 และมีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ 0.427 เมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วประกอบทุกตัวแปรอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันคือองค์ประกอบที่ 24 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า **การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law)**

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่า ปัจจัยในข้อคำถามในกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยมีการจัดเรียงใหม่ และเนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการแปลผลโดยอ้างอิงจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.3 (วิเศษดา ต้นวัฒนากุล อังโน ยุทธ ไกรวรรณ, 2551) ทำให้ผู้วิจัยต้องตัดข้อคำถามบางข้อที่มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบไม่ถึง 0.3 ทั้ง

ไป ซึ่งได้แก่ Staff Retention 1, Staff Retention 3, Valuing Staff 1 และ Decision Making 4 แล้วจึงพิจารณาองค์ประกอบคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดบนองค์ประกอบ โดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดเดิมในการศึกษาวิจัยดังรูปภาพที่ 14 ซึ่งจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ผู้วิจัยได้ทำการแปลผลโดยอ้างอิงจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เนื่องจากข้อคำถามในแต่ละปัจจัยมีการจัดเรียงใหม่โดยอ้างอิงจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ในตาราง 4.36 – 4.39 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.3 นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิดปรับปรุงใหม่ภายใต้การศึกษาวิจัย (Modified conceptual framework) ดังรูปภาพที่ 15



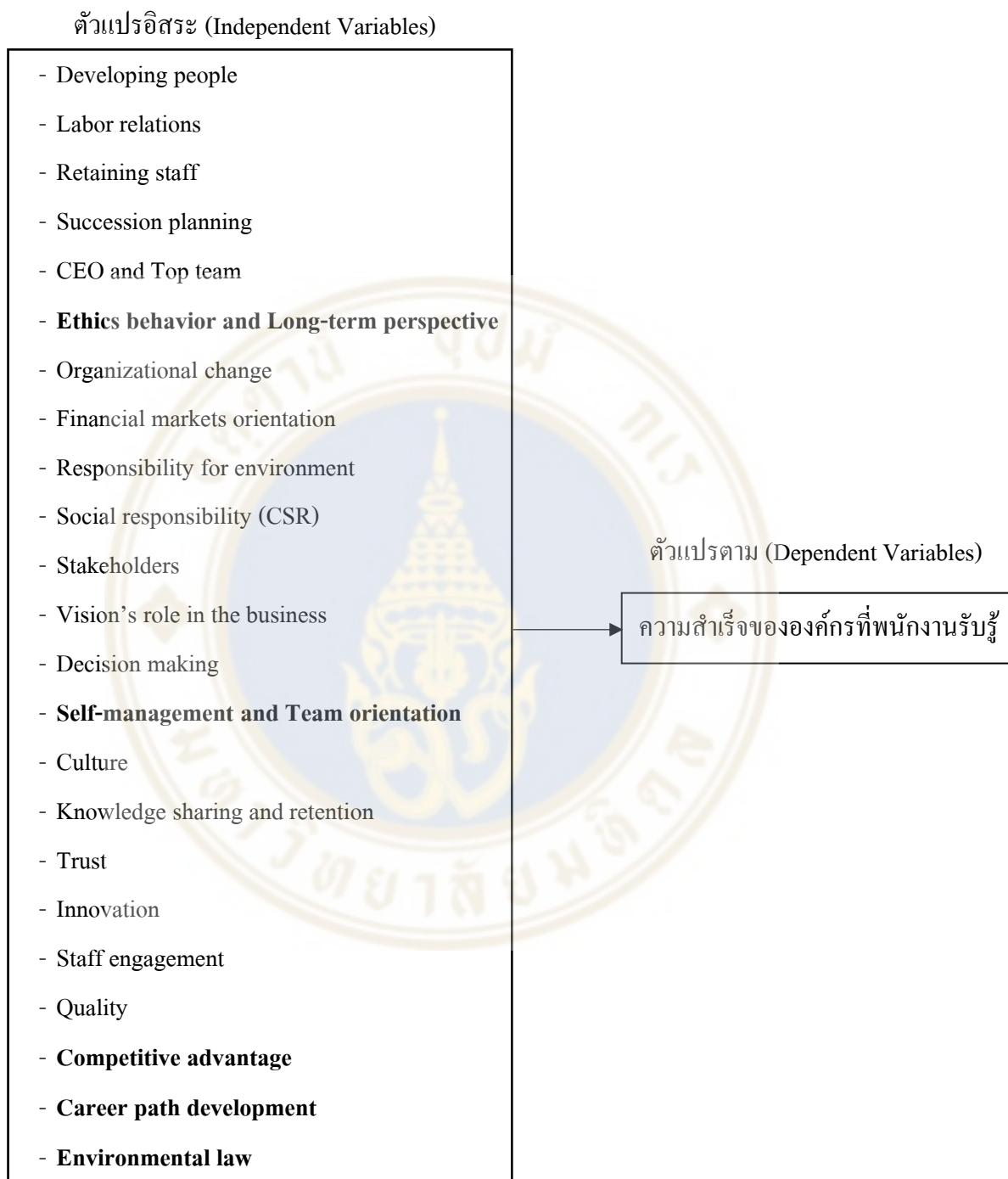
กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)



รูปภาพที่ 4.8: กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)

ที่มา: ปรับปรุงจาก Sustainable leadership research framework (Avery and Bergsteiner, 2010)

กรอบแนวคิดการวิจัยปรับปรุงใหม่ภายใต้การศึกษาวิจัย (Modified conceptual framework)



รูปภาพที่ 4.9: กรอบแนวคิดการวิจัยปรับปรุงใหม่ภายใต้การศึกษาวิจัย (Modified conceptual framework)

ที่มา: ปรับปรุงจาก Sustainable leadership research framework (Avery and Bergsteiner, 2010)

จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานงานวิจัยใหม่ตามกรอบแนวคิดที่ได้มีการปรับปรุงมาจาก Avery and Bergsteiner, (2010) และผู้วิจัยได้ทำการจัดเรียงใหม่โดยอ้างอิงจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ในตาราง 4.12 – 4.15 ค่า Pattern Matrix (a) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.3 และนำมาสู่การวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในลำดับถัดไป ดังนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยที่เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม และปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่พนักงานรับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcome) จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long-term Perspective) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long-term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 17 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 18 ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 19 ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 20 ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 21 ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 22 ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 23 ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ภายหลังจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ห้่องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมาทำการแปลผลตามสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MFA) ผ่านระบบโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธี Enter ในการแปลผลการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งการเลือกใช้วิธี Enter หมายถึง การใส่ตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าในสมการ (Select all independence variables) สมการถดถอยที่ได้เป็นสมการที่มีตัวแปรต้นอยู่ในสมการทุกตัวแปร ถือเป็นสมการถดถอยทั่วไป การตรวจสอบนัยสำคัญเป็นการตรวจสอบขนาดอิทธิพลของตัวแปรต้นแต่ละตัว เมื่อมีการควบคุมอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่นๆ การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีนี้ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้คำสั่ง “Enter” โดยใส่ตัวแปรต้นทุกตัว (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553) เพื่อทำการแปลผลการวิจัยโดยนำเสนอผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ได้แก่ ค่า F-Test และค่า P-Value หรือ Sig. เพื่อนำไปทดสอบสมมติฐาน, ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test), ทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic), ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกันและการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731a	0.535	0.506	0.40249

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณจากตาราง 4.40 พบว่า ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นทั้ง 23 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 50.6 (ค่า Adjusted R Square = 0.506) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 หมายความว่าตัวแปรต้นทั้ง 23 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ 50.6%

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์โดยภาพรวมของสมการระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในกรณีที่ใช้การวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) โดยเป็นการแปลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยเป็นการตั้งสมมติฐานภาพรวมของสมการถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

H_0 = ตัวแปรอิสระทั้ง 24 ตัว ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H_1 = ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.41 ค่าสถิติทดสอบ F เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership)

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.692	23	2.987	18.436	.000a
	Residual	59.777	369	0.162		
	Total	128.469	392			

จาดตาราง 4.41 พบว่าค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) เพราะฉะนั้นสรุปได้ว่าทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 4.9: กรอบแนวคิดงานวิจัย (ใหม่) อย่างน้อย 1 ปัจจัย ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จึงทำการตรวจสอบต่อไป โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบนำตัวแปรอิสระเข้าสมการทั้งหมดด้วยวิธี Enter โดยมีปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People), ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention), ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร

(Succession Planning), ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team), ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision), ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making), ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture), ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust), ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation), ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality), ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) และ ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามครั้งละ 1 ตัวแปรดังตาราง 4.42 ดังนี้

ตารางที่ 4.42 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดงานวิจัย (ใหม่) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.235	0.356		0.660	0.510
Trust	0.220	0.066	0.217	3.319	0.001
Responsibility for Environment	-0.032	0.104	-0.023	-0.307	0.759
Innovation	-0.053	0.032	-0.064	-1.665	0.097
Competitive Advantage	0.716	0.066	0.465	10.83	0.000
Quality	-0.094	0.074	-0.065	-1.267	0.206

ตาราง 4.42 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดงานวิจัย (ใหม่) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Decision Making	-0.027	0.053	-0.028	-0.500	0.618
Knowledge Sharing Retention	-0.006	0.038	-0.008	-0.168	0.867
Self-Management and Team Orientation	0.027	0.072	0.024	0.372	0.710
Social Responsibility	0.034	0.052	0.034	0.663	0.508
CEO and Top team	0.148	0.061	0.151	2.447	0.015
Developing People	-0.025	0.059	-0.025	-0.425	0.671
Financial market independence	0.072	0.060	0.064	1.185	0.237
Organization Change	0.053	0.042	0.067	1.249	0.212
Stakeholder consideration	-0.011	0.071	-0.009	-0.157	0.876
Staff Engagement	0.133	0.065	0.122	2.043	0.042
Ethics Behavior and Long-term Perspective	-0.082	0.079	-0.068	-1.043	0.298
Succession Planning	-0.056	0.03	-0.085	-1.839	0.067
Strong, Share Vision	0.056	0.078	0.044	0.710	0.478
Culture	-0.052	0.069	-0.048	-0.752	0.452
Labor Relations	0.097	0.070	0.091	1.386	0.167
Staff Retention	0.006	0.035	0.008	0.181	0.856
Career Path Development	0.056	0.054	0.065	1.049	0.295
Environmental Law	-0.268	0.083	-0.20	-3.217	0.001

ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดงานวิจัย (ใหม่) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.671 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านพัฒนาบุคลากร (Developing People) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.167 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัย

ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long-term Perspective) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long-term Perspective) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.298 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long-term Perspective) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.212 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.237 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.759 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.508 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.876 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.478 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.618 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.710 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.452 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.867 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 17 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 18 ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.097 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัย

ด้านนวัตกรรม (Innovation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 19 ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 20 ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.206 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 21 ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 22 ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.295 ซึ่งมากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 23 ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือ ยอมรับว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (Unstandardized Coefficients Beta) จากตาราง 4.42 ข้างต้น จึงสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงเส้น ได้ดังนี้

$$Y = 0.220 (\text{Trust}) + - 0.032 (\text{Responsibility for Environment}) + - 0.053 (\text{Innovation}) + 0.716 (\text{Competitive Advantage}) + - 0.094 (\text{Quality}) + - 0.027 (\text{Decision Making}) + - 0.006 (\text{Knowledge Sharing Retention}) + 0.027 (\text{Self-Management and Team Orientation}) + 0.034 (\text{Social Responsibility}) + 0.148 (\text{CEO and Top team}) + - 0.025 (\text{Developing People}) + 0.072 (\text{Financial market independence}) + 0.053 (\text{Organization Change}) + - 0.011 (\text{Stakeholder consideration}) + 0.133 (\text{Staff Engagement}) + - 0.082 (\text{Ethics Behavior and Long-term Perspective}) + - 0.056 (\text{Succession Planning}) + 0.056 (\text{Strong, Share Vision}) + - 0.052 (\text{Culture}) + 0.097 (\text{Labor Relations}) + 0.006 (\text{Staff Retention}) + 0.056 (\text{Career Path Development}) + - 0.268 (\text{Environmental Law})$$

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients Beta) จึงสามารถกล่าวได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด รองลงมา คือ ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team), ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.465, 0.217, -0.200, 0.151, 0.122, 0.091, -0.085, -0.068, 0.067, -0.065, 0.065, -0.064, 0.064, -0.048, 0.044, 0.034, -0.028, -0.025, 0.024, -0.023, -0.009, 0.008 และ -0.008 ตามลำดับ

แต่เมื่อพิจารณาจากค่า Sig หรือ P-Value พบว่ามีทั้งหมด 18 ปัจจัย ได้แก่ ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning),

พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ที่มีค่า Sig หรือ P-Value เท่ากับ 0.167, 0.067, 0.298, 0.212, 0.206, 0.295, 0.097, 0.237, 0.452, 0.478, 0.508, 0.618, 0.671, 0.710, 0.759, 0.876, 0.856 และ 0.867 ตามลำดับ ซึ่งทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการยอมรับ H0 (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าปัจจัยทั้ง 18 ด้านนี้ ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) เพราะฉะนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 18 ด้าน ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จึงต้องนำออกจากสมการและแปลผลอีกครั้งด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อนำไปสู่ โมเดลในลำดับที่ 2 (Second Model) ดังนี้

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (ครั้งที่ 2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712a	0.507	0.500	0.40471

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณครั้งที่ 2 จากตารางที่ 4.43 พบว่า เมื่อนำปัจจัยทั้ง 18 ด้านข้างต้นที่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันออกจากสมการและแปลผลอีกครั้ง พบว่าตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นทั้ง 5 ปัจจัยที่เหลือ สามารถอธิบายการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 50.0 (Adjusted R Square = 0.500) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่าตัวแปรต้นคือทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้ว

ตามภาพที่ 4.9: กรอบแนวคิดการวิจัย (ใหม่) สามารถอธิบายตัวแปรตามคือการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ 50.0%

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในครั้งที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์โดยรวมของสามาระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในกรณีที่ใช้การวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) โดยเป็นการแปรผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยเป็นการตั้งสมมติฐานภาพรวมของสมการถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

H_0 = ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H_1 = ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.44 ค่าสถิติทดสอบ F เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) (ครั้งที่ 2)

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.083	5	13.017	79.473	.000a
	Residual	63.386	387	0.164		
	Total	128.469	392			

จากตารางที่ 4.44 พบว่าค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายถึง ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่าทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 4.9: กรอบแนวคิดการวิจัย (ใหม่) มีอย่างน้อย 1 ด้านที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จึงทำการตรวจสอบต่อไป โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรอิสระเข้าสมการทั้งหมดโดยกด Enter โดยมีปัจจัยดังต่อไปนี้ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และ

ทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) เพราะฉะนั้น จึงต้องมีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามครั้งละ 1 ตัวแปรดังตารางที่ 4.45 ดังนี้

ตารางที่ 4.45 ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดการวิจัย (ใหม่) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน) (ครั้งที่ 2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.012	0.306		0.039	0.969
Trust	0.237	0.053	0.234	4.486	0.000
Competitive Advantage	0.688	0.063	0.447	10.941	0.000
CEO and Top team	0.200	0.045	0.203	4.397	0.000
Staff Engagement	0.131	0.055	0.120	2.379	0.018
Environmental law	-0.284	0.056	-0.211	-5.065	0.000

ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานด้านทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ที่ได้มีการปรับปรุงแล้วตามภาพที่ 15: กรอบแนวคิดการวิจัย (ใหม่) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainable Organization) ที่แตกต่างส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน) (ครั้งที่ 2)

สมมติฐานที่ 1 ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ความไว้วางใจ (Trust) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 3 การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 4 ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 5 การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H0: การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

H1: การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่ามีค่า Sig. (P-Value) อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (Unstandardized Coefficients Beta) จากตาราง 4.45 ข้างต้น จึงสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงเส้นได้ ดังนี้

$$Y = 0.237 (\text{Trust}) + 0.688 (\text{Competitive Advantage}) + 0.200 (\text{CEO and Top team}) + 0.131 (\text{Staff Engagement}) + - 0.284 (\text{Environmental Law})$$

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients Beta) จึงสามารถกล่าวได้ว่าความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด รองลงมาคือ ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือ

กันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.447, 0.234, -0.211, 0.203 และ 0.120 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่า Sig หรือ P-Value นั้นพบว่าทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) มีค่า Sig หรือ P-Value น้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ปฏิเสธ H0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H1 (สมมติฐานรอง) ซึ่งหมายถึงปัจจัยทั้ง 5 ด้านส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือว่าเป็นโมเดลสุดท้าย (Final Model) เพื่อนำไปสรุปผลการวิจัยอีกครั้ง

ส่วนที่ 5 การตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) โดยตรวจสอบทั้งหมด 4 เงื่อนไข ดังนี้

1. การทดสอบตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)

เนื่องจากมีจำนวนตัวแปรในงานวิจัยมีจำนวนมากถึง 24 ตัวแปร แบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ 23 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว จึงขอแสดงผลตารางค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตาราง ตั้งแต่ตารางที่ 4.46 – 4.49 ดังนี้

ตารางที่ 4.46 ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในส่วนของความไว้วางใจ (Trust), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), นวัตกรรม (Innovation), ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) และคุณภาพของงาน (Quality)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
	ตัวแปรตาม	Trust	Responsibility for Environment	Innovation	Competitive Advantage	Quality	
N	393	393	393	393	393	393	
Normal Parameter	Mean	4.497	4.438	4.7156	3.4905	4.8282	4.7981

ตารางที่ 4.46 ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในส่วนของความไว้วางใจ (Trust), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), นวัตกรรม (Innovation), ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) และคุณภาพของงาน (Quality) (ต่อ)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		ตัวแปรตาม	Trust	Responsibility for Environment	Innovation	Competitive Advantage	Quality
Normal Parameter	Std. Deviation	0.5724	0.565	0.4146	0.6955	0.3716	0.3962
Most Extreme Differences	Absolute	0.291	0.27	0.339	0.18	0.477	0.435
	Positive	0.19	0.234	0.246	0.153	0.322	0.305
	Negative	-0.291	-0.27	-0.339	-0.18	-0.477	-0.435
Kolmogorov-Smirnov Z		5.771	5.348	6.716	3.565	9.456	8.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด

(มหาชน)

ตารางที่ 4.47 ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอ์รโนฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของการตัดสินใจ (Decision Making), การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และการพัฒนาบุคลากร (Developing People)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Deci- sion Making	Know- ledge Sharing Retention	Self- Manage- ment and Team Orientation	Social Respon- sibility	CEO and Top team	Deve- loping People
N		393	393	393	393	393	393
Normal Para- meters	Mean	4.196	3.950	4.502	4.486	4.370	4.283
	Std. Deviation	0.607	0.720	0.526	0.561	0.581	0.567
Most Extreme Diffe- rences	Absolute	0.116	0.179	0.242	0.288	0.184	0.143
	Positive	0.093	0.127	0.173	0.198	0.181	0.104
	Negative	-0.116	-0.179	-0.242	-0.288	-0.184	-0.143
Kolmogorov-Smirnov Z		2.306	3.541	4.801	5.712	3.641	2.838
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.48 ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของกรณีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration), ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) และการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Finan- cial market inde- pen- dence	Orga- Niza- tion Change	Stake- holder conside- ration	Staff Engage- ment	Ethics Behavior and Long- term Perspec- tive	Succes- sion Planning
N		393	393	393	393	393	393
Normal Para- meters	Mean	4.557	4.170	4.63	4.577	4.606	3.539
	Std. Devia- Tion	0.514	0.732	0.474	0.525	0.469	0.868
Most Extreme Diffe- rences	Abso- Lute	0.352	0.232	0.35	0.288	0.224	0.226
	Posi- Tive	0.260	0.22	0.222	0.211	0.201	0.209
	Nega- tive	-0.352	-0.232	-0.35	-0.288	-0.224	-0.226
Kolmogorov- Smirnov Z		6.980	4.608	6.942	5.712	4.438	4.485
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.49 ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร်นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ของตัวแปรอิสระในส่วนของการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations), การรักษานักงาน (Staff Retention), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) และการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Strong, Share Vision	Culture	Labor Relations	Staff Retention	Career Path Development	Environmental Law
N		393	393	393	393	393	393
Normal Parameter	Mean	4.624	4.498	4.267	3.791	4.333	4.799
	Std. Deviation	0.449	0.535	0.538	0.754	0.664	0.425
Most Extreme Differences	Absolute	0.300	0.271	0.204	0.339	0.277	0.491
	Positive	0.202	0.211	0.204	0.261	0.277	0.318
	Negative	-0.300	-0.271	-0.17	-0.339	-0.257	-0.491
Kolmogorov-Smirnov Z		5.938	5.369	4.048	6.726	5.494	9.727
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

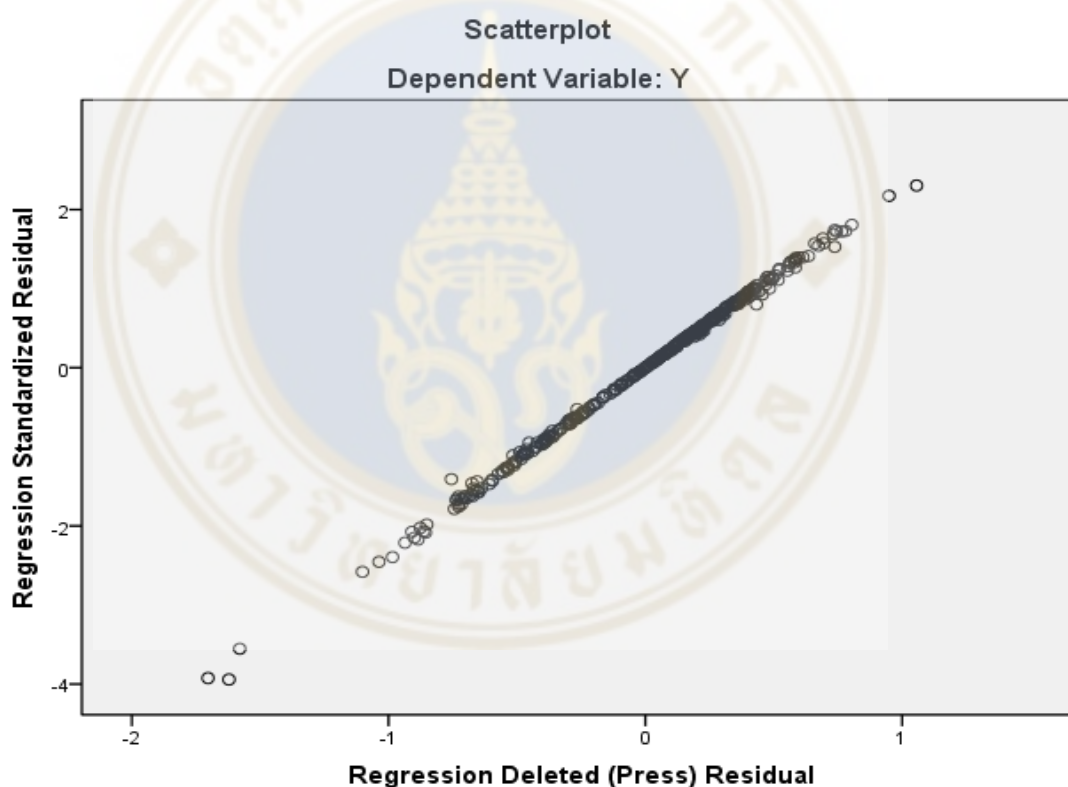
ตัวแปรตาม = การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากตารางที่ 4.46 – 4.49 พบว่าเงื่อนไขที่สำคัญข้อหนึ่งในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) คือกำหนดว่าตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบโดยใช้วิธี Kolmogorov-Smirnov Test

โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ

แต่เนื่องจากทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) ระบุว่า สำหรับประชากรใดๆ ถ้าเก็บตัวอย่างในจำนวนที่มากพอ การกระจายของค่าตัวอย่างดังกล่าวจะมีแนวโน้มใกล้เคียงกับการกระจายแบบธรรมชาติ (Normal Distribution) ซึ่งทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ส่วนกลาง ระบุว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้การแจกแจงเป็นแบบปกติ ควรมีมากกว่า 30 ตัวอย่าง (Bland, 1996) ซึ่งในงานวิจัยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 393 ตัวอย่าง ถือว่าตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

2. การทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic)



รูปภาพที่ 4.10: การทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยใช้ Scatterplot

จากรูปภาพที่ 16 พบว่าการทดสอบค่าแปรแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot จากภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกและลักษณะของความสัมพันธ์ของจุดข้อมูลความสัมพันธ์มีลักษณะคงที่ลากเส้นเป็นแนวขนานทางบวก หมายถึงค่า

ของตัวแปร x และ y มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อตัวแปร x มีค่าเพิ่มขึ้น มีผลทำให้ค่าของตัวแปร y มีค่าเพิ่มขึ้น และเมื่อตัวแปร x มีค่าลดลงมีผลทำให้ตัวแปร y มีค่าลดลงด้วย เพราะฉะนั้นสรุปได้ว่าจุดของความสัมพันธ์มีลักษณะแบบ Homoscedastic

3. การทดสอบความเป็นอิสระจากกันของค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors)

การตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors) เพื่อตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกัน โดยการตรวจสอบโดยใช้ค่าสถิติ Durbin Watson ในการทดสอบ โดยค่า Durbin Watson ต้องอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 นั้นหมายถึงค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันหรือไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2564) ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน

Model Summary (b)					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.731a	0.535	0.506	0.40249	1.905

จากตารางที่ 4.50 พบว่าค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 1.905 ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ปกติระหว่าง 1.5 – 2.5 จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันหรือไม่เกิดปัญหา Autocorrelation

4. การทดสอบตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Multicollinearity)

ตารางที่ 4.51 ตารางผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)

Coefficients(a)							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.235	0.356		0.660	0.510		
Trust	0.220	0.066	0.217	3.319	0.001	0.295	3.394
Responsibility for Environment	-0.032	0.104	-0.023	-0.307	0.759	0.222	4.509
Innovation	-0.053	0.032	-0.064	-1.665	0.097	0.851	1.176
Competitive Advantage	0.716	0.066	0.465	10.83	0.000	0.685	1.460
Quality	-0.094	0.074	-0.065	-1.267	0.206	0.475	2.104
Decision Making	-0.027	0.053	-0.028	-0.500	0.618	0.397	2.517
Knowledge Sharing Retention	-0.006	0.038	-0.008	-0.168	0.867	0.562	1.780
Self-Management and Team Orientation	0.027	0.072	0.024	0.372	0.710	0.291	3.434
Social Responsibility	0.034	0.052	0.034	0.663	0.508	0.485	2.064
CEO and Top team	0.148	0.061	0.151	2.447	0.015	0.333	3.003

ตารางที่ 4.51 ตารางผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) (ต่อ)

Coefficients(a)							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Developing People	-0.025	0.059	-0.025	-0.425	0.671	0.364	2.745
Financial market independence	0.072	0.060	0.064	1.185	0.237	0.428	2.336
Organization Change	0.053	0.042	0.067	1.249	0.212	0.435	2.300
Stakeholder consideration	-0.011	0.071	-0.009	-0.157	0.876	0.359	2.783
Staff Engagement	0.133	0.065	0.122	2.043	0.042	0.356	2.809
Ethics Behavior and Long-term Perspective	-0.082	0.079	-0.068	-1.043	0.298	0.300	3.330
Succession Planning	-0.056	0.030	-0.085	-1.839	0.067	0.596	1.677
Strong, Share Vision	0.056	0.078	0.044	0.710	0.478	0.333	3.001
Culture	-0.052	0.069	-0.048	-0.752	0.452	0.305	3.282
Labor Relations	0.097	0.070	0.091	1.386	0.167	0.293	3.416
Staff Retention	0.006	0.035	0.008	0.181	0.856	0.606	1.650
Career Path Development	0.056	0.054	0.065	1.049	0.295	0.324	3.082
Environmental Law	-0.268	0.083	-0.200	-3.217	0.001	0.327	3.055

จากตาราง 4.51 พบว่าเงื่อนไขข้อหนึ่งในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ กำหนดให้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยการตรวจสอบเงื่อนไขนี้จะตรวจสอบโดย

ใช้ค่าสถิติ คือ ค่า Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ถ้าหากค่า Tolerance ของตัวแปร เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity โดยผลจากการวิจัยจากตารางที่ 2.37 ข้างต้น พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรต้น เท่ากับ 0.295, 0.222, 0.851, 0.685, 0.475, 0.397, 0.562, 0.291, 0.485, 0.333, 0.364, 0.428, 0.435, 0.359, 0.356, 0.300, 0.596, 0.333, 0.305, 0.293, 0.606, 0.324 และ 0.327 ซึ่งค่าของ Tolerance ของตัวแปรแต่ละตัวมีค่าไม่เข้าใกล้ศูนย์หรือน้อยกว่าเท่ากับ 0.1 เพราะฉะนั้นสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรต้นแต่ละตัวไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และในส่วนของ การทดสอบค่า Variance Inflation Factor (VIF) หากมีค่าเข้าใกล้ 10 แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นมีมาก ซึ่งหมายความว่าเกิดปัญหา Multicollinearity แต่จากการทดสอบพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่า Variance Inflation Factor เท่ากับ 3.394, 4.509, 1.176, 1.460, 2.104, 2.517, 1.780, 3.434, 2.064, 3.003, 2.745, 2.336, 2.300, 2.783, 2.809, 3.330, 1.677, 3.001, 3.282, 3.416, 1.650, 3.082 และ 3.055 ซึ่งทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

4.4 บทสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านประชากรศาสตร์สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานในบริษัท แสตนลรี จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) มีระยะเวลาในการทำงานอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 40,000 บาท โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่าค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน มีค่าเท่ากับ 0.952 และมีค่ามากกว่า 0.800 ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่าข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์กันดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์งานวิจัยได้ หลังจากนั้นได้มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ตามแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งสามารถลดจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ โดยการสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม มักใช้ในกรณีที่นักวิจัยยังไม่มีทฤษฎีสนับสนุนชัดเจนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ต้องการวัด โดยเมื่อเราใส่ข้อมูลเข้าไป ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์และแปลผลด้วยวิธีการหมุนปัจจัยตั้งฉากแบบ Varimax พบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน จึงเลือกใช้วิธีการหมุนที่เมื่อมีการหมุนแล้วปัจจัยอาจจะไม่ตั้งฉากกันแทน ซึ่งเรียกว่าวิธี Direct Oblimin โดยจะใช้ในกรณี

ที่ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยกำหนดจำนวนค่าปัจจัยทั้งหมด 24 ปัจจัย จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานใหม่และกรอบแนวคิดงานวิจัยใหม่ ภายหลังจากแปลผลการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีแบบ Direct Oblimin สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.3 แล้วจึงพิจารณา องค์ประกอบคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดบน องค์ประกอบนั้น สามารถอธิบายได้ 24 องค์ประกอบใหม่ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใหม่มาทำการแปลผลตามสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MFA) ผ่านระบบโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธี Enter ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.506 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้นทั้ง 23 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของ บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 50.6 เมื่อผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MFA) ในครั้งที่ 1 พบว่ามีทั้งหมด 18 ปัจจัย ได้แก่ ความสัมพันธ์กับ พนักงาน (Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาส ความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมี อิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสาร วิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้าง เครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ที่มีค่า Sig หรือ P-Value เท่ากับ 0.167, 0.067, 0.298, 0.212, 0.206, 0.295, 0.097, 0.237, 0.452, 0.478, 0.508, 0.618, 0.671, 0.710, 0.759, 0.876, 0.856 และ 0.867 ตามลำดับ ซึ่งทุกตัว มีค่ามากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการยอมรับ H₀ (สมมติฐานหลัก) และปฏิเสธ H₁ (สมมติฐานรอง) คือยอมรับว่าปัจจัยทั้ง 18 ด้านนี้ ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อ ความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จึงต้องนำออกจากสมการแล้วทำการวิเคราะห์ผล ใหม่ในครั้งที่ 2 ซึ่งพบว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่เหลือ ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top

team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) มีค่า Sig หรือ P-Value เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.0018 ซึ่งทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 แสดงการปฏิเสธ H_0 (สมมติฐานหลัก) และยอมรับ H_1 (สมมติฐานรอง) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านนี้ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) นอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบเงื่อนไขการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งพบว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และผลการทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยพิจารณาจากแผนภาพการกระจาย (Scatter Plot) มีความสัมพันธ์ทางบวกและลักษณะของความสัมพันธ์ของจุดข้อมูลความสัมพันธ์มีลักษณะคงที่ลากเป็นเส้นแนวนานทางบวก เพราะฉะนั้นสรุปได้ว่าจุดของความสัมพันธ์มีลักษณะแบบ Homoscedastic



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม และปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยมีการพัฒนากรอบแนวคิดมาจากทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) (Avery & Bergsteiner, 2011) ทำให้มีปัจจัยทั้งหมด 24 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระ 23 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People), ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations), ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention), ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), ปัจจัยด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff), ปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team), ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior), ปัจจัยด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective), ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial markets independence), ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration), ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making), ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management), ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation), ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture), ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust), ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation), ปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) และ ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ปัจจัยที่เป็นตัวแปรตาม 1 ปัจจัย คือ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ตามแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบ (Common Factor) ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) สามารถลดจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ โดยการสร้างตัวแปรใหม่ในรูปขององค์ประกอบร่วม มักใช้กรณีที่นักวิจัยยังไม่มีทฤษฎีสันับสนุนที่ชัดเจนเกี่ยวกับความสัมพันธ์

ระหว่างองค์ประกอบที่ต้องการวัด โดยเมื่อใส่ข้อมูลตัวแปรเข้าไป ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์และแปลผลด้วยวิธีการหมุนแกนปัจจัยตั้งจากแบบ Varimax พบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน จึงไม่สามารถใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยตั้งจากแบบ Varimax ได้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการหมุนแกนที่เมื่อมีการหมุนแกนแล้วปัจจัยอาจจะไม่ตั้งฉากกัน เรียกว่าวิธีแบบ Direct Oblimin โดยจะใช้ในกรณีที่ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยกำหนดจำนวนค่าปัจจัยจำนวน 24 ปัจจัย แล้วจึงพิจารณาองค์ประกอบ โดยคัดเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดบนองค์ประกอบนั้นสามารถอธิบายได้ 24 องค์ประกอบจึงสรุป 23 องค์ประกอบเป็นตัวแปรต้นใหม่ ได้แก่ ความไว้วางใจ (Trust), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), นวัตกรรม (Innovation), ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), คุณภาพของงาน (Quality), การตัดสินใจ (Decision Making), การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration), ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relations), การรักษาพนักงาน (Staff Retention), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) และการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) และอีก 1 องค์ประกอบเป็นตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) (Employee Awareness) โดยงานวิจัยนี้มีการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 393 ชุด เมื่อเก็บข้อมูลครบตามจำนวนแล้วจึงนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในงานวิจัย ทดสอบการแจกแจงปกติ รวมถึงทดสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย

5.1.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากถึง 245 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 138 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 35.1 ในส่วนที่เหลือเพศทางเลือกจำนวน 10 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 .ในด้านอายุนั้นส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 204 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคืออยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 153 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 38.9 จากผลการวิเคราะห์ด้านอายุจะเห็นได้ว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ในส่วนของสถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 90.6 และส่วนที่เหลือคือสมรสจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ในส่วนของระดับการศึกษาสูงสุดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และส่วนที่เหลือคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ในส่วนของตำแหน่งงานในบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ระดับทั่วไป จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือผู้บริหารระดับล่างมีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และผู้จัดการส่วนหรือผู้จัดการฝ่ายมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และส่วนที่เหลือคือผู้บริหารระดับกลางซึ่งมีน้อยที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ในส่วนของระยะเวลาในการทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงานอยู่ในช่วง 1-5 ปีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ 5-10 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ 6 เดือนถึง 1 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และส่วนที่เหลือคือเพิ่งได้รับการบรรจุเข้าทำงานและ 10 ปีขึ้นไป ซึ่งน้อยที่สุดเท่ากัน จำนวนอย่างละ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 เท่ากัน ในส่วนสุดท้ายคือรายได้ (ต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ (ต่อเดือน) อยู่ในช่วง 20,001 - 40000 บาท จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาอยู่ในช่วง 40,001 - 60000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และน้อยที่สุดอยู่ในช่วง 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

5.1.2 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการศึกษา ข้อมูลด้านปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ได้รับการปรับปรุงจากการแปลผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) มีค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน เท่ากับ 0.952 และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity) มีค่าเท่ากับ 29605.83 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นเมตริกซ์สหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบนี้ สามารถอธิบายองค์ประกอบของปัจจัยด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งพัฒนามาจากกรอบแนวคิดภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ด้วยวิธีแบบ Direct Oblimin ได้ 24 องค์ประกอบ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร (Developing People), ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), การรักษาพนักงาน (Staff Retention), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision), การตัดสินใจ (Decision-Making), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention), ความไว้วางใจ (Trust), นวัตกรรม (Innovation), ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement), คุณภาพของงาน (Quality), ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) และการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)

5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยจากการตั้งสมมติฐาน

การวิเคราะห์ตามสมมติฐานจากการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในครั้งที่ 1 พบว่ามีตัวแปรอิสระ 18 ตัว ได้แก่ ความสัมพันธ์กับพนักงาน

(Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ที่มีค่า Sig หรือ P-Value เท่ากับ 0.167, 0.067, 0.298, 0.212, 0.206, 0.295, 0.097, 0.237, 0.452, 0.478, 0.508, 0.618, 0.671, 0.710, 0.759, 0.876, 0.856 และ 0.867 ตามลำดับ ซึ่งทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.05 ที่ค่านัยสำคัญระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 18 ตัวนี้ ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จึงต้องนำออกจากการวิเคราะห์ แล้วจึงวิเคราะห์และแปลผลใหม่ในครั้งที่ 2 พบว่าตัวแปรทั้ง 5 ตัว ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ยอมรับในสมมติฐานทั้ง 5 ตัวแปร จึงได้สมการถดถอยเชิงพหุคูณคือ $Y = 0.237 (\text{Trust}) + 0.688 (\text{Competitive Advantage}) + 0.200 (\text{CEO and Top team}) + 0.131 (\text{Staff Engagement}) + (- 0.284) (\text{Environmental Law})$ ซึ่งอธิบายได้ว่าตัวแปร y หรือตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน), Trust คือ ความไว้วางใจ, Competitive Advantage คือ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร, CEO and Top team คือ การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร, Staff Engagement คือ ความผูกพันของพนักงาน และ Environmental Law คือ การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม โดยทั้ง 5 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 50.0 (Adjusted R Square = 0.500)

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิวี จำกัด (มหาชน)

สมมติฐาน	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิวี จำกัด (มหาชน)	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1	การพัฒนาบุคลากร (Developing People)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2	ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3	การรักษาพนักงาน (Staff Retention)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 4	การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 5	การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6	พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 7	การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 8	การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 9	ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 10	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	ปฏิเสธ

ตาราง 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

สมมติฐาน	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 11	การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 12	การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 13	การตัดสินใจ (Decision-Making)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 14	การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 15	วัฒนธรรมองค์กร (Culture)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 16	การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 17	ความไว้วางใจ (Trust)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 18	นวัตกรรม (Innovation)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 19	ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 20	คุณภาพของงาน (Quality)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 21	ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 22	การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 23	การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law)	ยอมรับ

จากการวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) มีทั้งหมด 5 ปัจจัยที่สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์เรียงตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จากมากไปน้อยได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.447, 0.234, -0.211, 0.203 และ 0.120 ตามลำดับ โดยทั้ง 5 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 50.0 ส่วนปัจจัยที่เหลือทั้ง 18 ด้านได้แก่ ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) พบว่าไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

จากข้อสรุปข้างต้นสามารถลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ลำดับ	ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients Beta)
1	ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage)	0.447
2	ความไว้วางใจ (Trust)	0.234
3	การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law)	-0.211
4	การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)	0.203
5	ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)	0.120

ดังนั้นจากตาราง 5.2 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ซึ่งนำไปสู่การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย โดยการเปรียบเทียบผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาหาความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต ผ่านการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 1 การพัฒนา บุคลากร (Developing People)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิดา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วิชา ราพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สม สงวน ปัสสาโก (2553)	นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019)
สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์กับ พนักงาน (Labor Relation)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิดา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วิชา ราพร ภัทรสัตยากร (2562), นันท พร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 การรักษา พนักงาน (Staff Retention)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), ทร พรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภา ภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสา โก (2553)	สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)
สมมติฐานที่ 4 การวางแผนการ สืบทอดภายใน องค์กร (Succession Planning)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), ทร พรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 5 การร่วมมือกัน บริหารองค์กรของ CEO และทีม ผู้บริหาร (CEO and Top Team)	ส่งผลบวก อย่างมี นัยสำคัญ	Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), ธรา รินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561)	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภร พรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยา กร (2562), นันทพร ดำรง พงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์ คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ณชารี เอี่ยม สุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จง วุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)
สมมติฐานที่ 6 พฤติกรรมทาง จริยธรรมและ ผลประโยชน์ใน ระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรง พงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), นิภา ภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัส สาโก (2553)	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภร พรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยา กร (2562), อภิญญา ขุ้ยด้วง (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรง ศักดิ์ ใจกล้า (2561), ธรา รินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 7 การเปลี่ยนแปลง องค์กร (Organization Change)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันท พร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์กะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019), ปณิธาน ลิ่นะกิตติ (2564)
สมมติฐานที่ 8 การมีอิสระภาพจาก ตลาดเงิน (Financial Markets Independence)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัต ยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์กะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 9 ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุฬารัถยา (2564), สุภรัถย์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตตยากร (2562), นันท พร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวศย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561)
สมมติฐานที่ 10 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุฬารัถยา (2564), วัชรภาพร ภัทรสัตตยากร (2562), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวี สุข (2561), ณชารี เอี่ยม สุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รั้งสรรค์ สิงห เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัถย์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรง ศักดิ์ ใจกล้า (2561)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 11 การรักษา ผลประโยชน์ของ ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย (Stakeholder Consideration)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุกฤษดิ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), วัชรา พร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์กะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวชย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	Linda Goulet Crosby (2559), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561)
สมมติฐานที่ 12 การสื่อสาร วิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์กะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561)	สุกฤษดิ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชราพร ภัทรสัตยา กร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวชย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สม สงวน ปัสสาโก (2553)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 13 การตัดสินใจ (Decision- Making)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันท พร คำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019)
สมมติฐานที่ 14 การจัดการด้วย ตนเองและการ สร้างเครือข่าย ภายในองค์กร (Self- Management and Team Orientation)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), วัชรพร ภัทรสัตยา กร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สม สงวน ปัสสาโก (2553)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 15 วัฒนธรรมองค์กร (Culture)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวิ สุข (2561), ณิชาริ เอี่ยม สวรรค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจ กล้า (2561)
สมมติฐานที่ 16 การแบ่งปันและ รักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยา กร (2562), นันทพร ดำรง พงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), ณิชาริ เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรง ศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภา ภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัส สาโก (2553)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 17 ความไว้วางใจ (Trust)	ส่งผลบวก อย่างมี นัยสำคัญ	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019)	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยา กร (2562), นันทพร ดำรง พงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์ คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรง ศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภา ภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสา โก (2553)
สมมติฐานที่ 18 นวัตกรรม (Innovation)	ไม่ส่งผลอย่างมี นัยสำคัญ	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวี สุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจ กล้า (2561)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จง วุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 19 ความผูกพันของ พนักงาน (Staff Engagement)	ส่งผลบวก อย่างมี นัยสำคัญ	รัชชิดา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)	วัชรภาพ ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)
สมมติฐานที่ 20 คุณภาพของงาน (Quality)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัชชิดา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวี สุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจ กล้า (2561)	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), วัชรภาพ ภัทรสัตยากร (2562), นันท พร ดำรงพงศ์ (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จง วุฒิเวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 21 ความสามารถใน การแข่งขันของ องค์กร (Competitive Advantage)	ส่งผลบวก อย่างมี นัยสำคัญ	นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019)	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพ ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสน ทวิสุข (2561), ณิชาริ เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), ทรง ศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภา ภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สม สงวน ปัสสาโก (2553)
สมมติฐานที่ 22 การให้โอกาส ความก้าวหน้าใน สายอาชีพแก่ พนักงาน (Career Path Development)	ไม่ส่งผลอย่าง มีนัยสำคัญ	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติ แก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพ ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), ณิชาริ เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ (2553)	Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqa Haroon & Asmara Irfan (2019)

ตารางที่ 5.3 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน งานวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต	
		งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 23 การปฏิบัติตาม กฎหมาย สิ่งแวดล้อม (Environmental Law)	ส่งผลลบอย่าง มีนัยสำคัญ	-	รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยัน เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัช ราพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิ เวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)

จากตารางที่ 5.3 การพัฒนาบุคลากร (Developing People) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชราพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวชย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรองพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การรักษาพนักงาน (Staff Retention) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรองพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรองพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของ

พนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ธรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้คาดว่าสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวส่งผลเชิงบวก เนื่องมาจากผู้นำของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) หรือคุณเศรษฐา ทวีสิน ซึ่งเป็นผู้นำขององค์กรที่มีภาวะความเป็นผู้นำสูง เน้นการร่วมมือกันบริหารองค์กรกับทีมผู้บริหาร ไม่ยึดเอาตัวเองเป็นที่ตั้ง และมีการกระจายอำนาจ (Decentralized) ในการบริหารงาน เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญ จะตัดสินใจร่วมกับคณะผู้บริหารระดับสูง และเมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา โดยยึดเอาผลประโยชน์ส่วนรวมขององค์กรเป็นหลัก นอกจากนี้ยังเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญและใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงาน คอยสนับสนุนและให้คุณค่ากับพนักงานอยู่เสมอ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าการร่วมมือกันบริหารองค์กรของคุณเศรษฐาและทีมผู้บริหารเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่ในบางงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัทยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทิวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562) และ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รั้งสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top Team) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ในการวิจัยครั้งนี้

พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของ

พนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิวรี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ รัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), อภิญา อุ้ยคิ้ว (2562), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ชรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิวรี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ รัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ปณิธาน ลีนะกิตติ (2564) พบว่าปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิวรี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของสุภ

รักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), อภิญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), อภิญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด

(มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กณญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชาวี เอี่ยมสุวรรณ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค สังเหล็ก & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ Linda Goulet Crosby (2559), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ธารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) พบว่าปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กณญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชาวี เอี่ยมสุวรรณ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share, Vision) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของสุภรรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค สังเหล็ก & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การตัดสินใจ (Decision-Making) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กณญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค สังเหล็ก & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ สุภรรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), ณชาวี เอี่ยมสุวรรณ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) หรือที่

เกี่ยวข้องกับส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), สุภรัญญ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

วัฒนธรรมองค์กร (Culture) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัญญ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) พบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสันทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจ

กล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรรยาณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความไว้วางใจ (Trust) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกั๊ด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภรรยาณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ณชารี เอี่ยมสุวรรณ (2562) และ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) ที่พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้คาดว่าสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวส่งผลเชิงบวก เนื่องมาจากที่บริษัท แสนศิริ จำกั๊ด (มหาชน) มีผู้นำที่คอยสร้างความไว้วางใจในองค์กรให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ผ่านวิธีการต่างๆ เช่น การสื่อสารกับพนักงาน การแสดงถึงความซื่อตรงและโปร่งใส การรับฟังและดำเนินการตามความคิดเห็นของพนักงาน รวมถึงแสดงความไว้วางใจในตัวพนักงาน ซึ่งทั้งหมดทำให้เกิดเป็นความเชื่อมั่นที่พนักงานมีต่อการดำเนินการขององค์กรและมีความมั่นใจในตัวผู้นำ ผู้จัดการ หรือสมาชิกในทีมแต่ละคน และยังรวมไปถึงความไว้วางใจต่อบุคคลต่างๆในองค์กร เช่น พันธกิจขององค์กร วัตถุประสงค์ของผู้บริหารหรือวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร ซึ่งความไว้วางใจในองค์กรจะเป็นพื้นฐานสำคัญของความสัมพันธ์ที่ดีและความสามัคคีของพนักงานและเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจ เพราะความไว้วางใจในองค์กรส่งผลให้พนักงานมีความร่วมมือในการทำงานมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น ในทางกลับกันหากพนักงานไม่มีความไว้วางใจในองค์กร สิ่งนี้อาจนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง และอัตราการลาออกของพนักงานที่เพิ่มมากขึ้น และไม่สามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ แต่ในบางงานวิจัยของ รัชชิตา จุฬรัญา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ในการวิจัยครั้งนี้

นวัตกรรม (Innovation) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) ที่พบว่าปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้คาดว่าสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวส่งผลเชิงบวก เนื่องมาจากบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายในการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยการตอบสนองในสิ่งต่างๆที่พนักงานต้องการ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และตระหนักว่าบุคคลแต่ละคนก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น โครงการติดตามชีวิตความเป็นอยู่และความปลอดภัยของพนักงาน ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) มีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่องค์กรแห่งนี้ รู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความไว้วางใจ มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร และทำให้พนักงานมีความตั้งใจและเต็มใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ให้องค์กรประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่ในบางงานวิจัยของ วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ในการวิจัยครั้งนี้

คุณภาพของงาน (Quality) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กณญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทพร ดำรงพงศ์ (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) ที่พบว่าปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้คาดว่าสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวส่งผลเชิงบวก เนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการที่องค์กรมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี เพราะส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมหรือการดึงดูดลูกค้าใหม่ๆเข้ามา ซึ่งบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) เน้นทำการตลาดเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ และปัจจุบันมูลค่าของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นอันดับที่ 2 ขององค์กรธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย (ข้อมูล ณ ปี 2565) ทำให้มีความสามารถในการทำกำไรในระดับที่สูงจนทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืน แต่ในบางงานวิจัยของ รัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กณญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) พบว่าปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ในการวิจัยครั้งนี้

การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัถย์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ในบางงานวิจัยของ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019) พบว่าปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรัถย์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรภาพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสุวรรณ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ที่บางงานวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) หรือที่เกี่ยวข้องไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร และบางงานวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) หรือที่เกี่ยวข้องส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้คาดว่าสาเหตุที่ทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวส่งผลเชิงลบเนื่องมาจากข้อจำกัดของงานวิจัย จากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) ผ่านกรอบแนวคิดปรับปรุงใหม่ภายใต้การศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework) ทำให้มีจำนวนตัวแปรอิสระมากถึง 23 ปัจจัย ส่งผลให้มีข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวนมากและเนื้อหาในบางข้อคำถามมีความใกล้เคียงกัน อาจทำให้คำตอบเกิดความคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพียงพนักงานระดับทั่วไป อาจขาดความเข้าใจในทฤษฎีภาวะผู้นำอย่างยั่งยืน (Sustainable Leadership) จนเกิดความสับสนในการตอบคำถามได้ แต่ยัง

ไม่พบงานวิจัยใดที่มีผลสอดคล้องกัน หรือบอกว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร จึงเกิดข้อค้นพบใหม่ในงานวิจัยนี้

สรุปได้ว่าจากปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 23 ด้าน มีปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) คือ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่วนปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) คือ การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) และปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่เหลือทั้ง 18 ด้านไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นจึงสามารถสนับสนุนให้ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ สามารถนำปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้โดยสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยจากการศึกษาในงานวิจัยค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) เป็นอันดับแรกว่าองค์กรต้องมีภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ และความไว้วางใจ (Trust) พนักงานภายในองค์กรต้องมีความเชื่อใจในกันและกัน และต้องไว้วางใจเพื่อนร่วมงาน หัวหน้าหรือทีมผู้บริหารระดับสูง และการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ผู้บริหารขององค์กรต้องมีภาวะผู้นำ มีการร่วมมือกันในการบริหารงาน ไม่ใช่ CEO เป็นผู้ตัดสินใจด้านกลยุทธ์เพียงผู้เดียว ควรมีการปรึกษากับทีมผู้บริหารในการตัดสินใจที่สำคัญ รวมถึงความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) พนักงานต้องรู้สึกมีพลังและแรงจูงใจที่จะมุ่งมั่นทุ่มเททำงานด้วยความกระตือรือร้นและพนักงานต้องรู้สึกรักในองค์กรและงานที่ทำจนอยากทุ่มเททำงานเพื่อองค์กร นอกจากนี้การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) องค์กรต้องมีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในกรอบของกฎหมายอย่างเคร่งครัดและต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการวางกลยุทธ์ในการรับมือหากมีปัญหากเกิดขึ้น แต่จากงานวิจัยพบว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) คาดว่าอาจเกิดจากข้อจำกัดของงานวิจัย ซึ่งจะอธิบายในข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

ในส่วนต่อไปนี้ ทั้งนี้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาคสังคม ภาคธุรกิจ หรือภาครัฐบาลต่อไป

5.3 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่ามิจำจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนทั้งหมด 18 จาก 23 ด้าน ที่ผลการศึกษายกมาว่าไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผ่านการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ดังนี้

- ปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทพร ดำรงพงศ์ (2561), กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)

- ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)

- ปัจจัยด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)

- ปัจจัยด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)

- ปัจจัยด้านพฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ธรารินทร์ ใจเอื้อผลสุข (2561)

- ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), ณชารี เอี่ยมสุวรรณค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ปณิธาน ถิ่นะกิตติ (2564)

- ปัจจัยด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)
- ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561)
- ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561)
- ปัจจัยด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Linda Goulet Crosby (2559), อภิญญา จุ้ยด้วง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ธารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561)
- ปัจจัยด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)
- ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision-Making) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019)
- ปัจจัยด้านการจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงหเลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)
- ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561)

- ปัจจัยด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019)

- ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะนิง (2562), ณ ชารี เอี่ยมสุวรรณ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)

- ปัจจัยด้านคุณภาพของงาน (Quality) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร คำรองพงศ์ (2561), ณ ชารี เอี่ยมสุวรรณ (2562), Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553)

- ปัจจัยด้านการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sana Rehman, Abdul Sami, Aniqah Haroon & Asmara Irfan (2019)

อย่างไรก็ดีงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมา มีกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกับงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยที่นำมาทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเล่มนี้ ทำงานอยู่ในคนละอุตสาหกรรม และช่วงเวลาในการศึกษางานวิจัยที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยของศศิธร พงษ์คะนิง (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนขององค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ในองค์กรสุขภาพตามแนวคิด Sustainable Leadership” ซึ่งศึกษาในบริบทขององค์กรสุขภาพ (7 ส.) ยกตัวอย่างเช่น กระทรวงสาธารณสุข (สธ.) คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) และกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) เป็นต้น และงานวิจัยของกัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee Leadership กรณีศึกษา ประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งศึกษาในบริบทของพนักงานในองค์กรธุรกิจที่ปรึกษาทางด้านการตรวจสอบบัญชีและที่ปรึกษาทางธุรกิจกฎหมายและภาษีการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในแวดวงของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์เท่านั้น คือ พนักงานตั้งแต่เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) จนถึงผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) ของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ทำให้ผลการศึกษาที่ได้แตกต่างกัน แต่เนื่องจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework)

ที่ใช้ในการศึกษา มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งปรับใช้มาจากทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) จึงทำให้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนทั้ง 18 ด้านที่กล่าวมา ได้แก่ ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labor Relation), การวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning), พฤติกรรมทางจริยธรรมและผลประโยชน์ในระยะยาว (Ethics Behavior and Long term Perspective), การเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change), คุณภาพของงาน (Quality), การให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน (Career Path Development), นวัตกรรม (Innovation), การมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial Markets Independence), วัฒนธรรมองค์กร (Culture), การสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision), ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility), การตัดสินใจ (Decision-Making), การพัฒนาบุคลากร (Developing People), การจัดการด้วยตนเองและการสร้างเครือข่ายภายในองค์กร (Self-Management and Team Orientation), ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment), การรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Consideration), การรักษาพนักงาน (Staff Retention) และการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention) ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ในส่วนของคุณสมบัติในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ผลการศึกษาพบว่าส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรณ จิระदारฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ซึ่งโดยทั่วไปงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) มักนำความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) เป็นตัวแปรตาม แต่จากการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ในงานวิจัย พบว่าปัจจัยในข้อคำถามในกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยมีการจัดเรียงใหม่ ผู้วิจัยจึงพิจารณาโดยการนำข้อคำถาม 2 จาก 5 ข้อ ในปัจจัยด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness) ซึ่งเดิมที่เป็นตัวแปรตาม ได้ทำการแยกตัวออกมาเป็นตัวแปรอิสระตัวใหม่ ซึ่งใช้ชื่อว่าปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) เนื่องจากรายละเอียดในข้อคำถามเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความสามารถในการทำกำไรขององค์กร แต่ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ที่กล่าวมาข้างต้น ศึกษาในกรอบงานวิจัยเดิมซึ่งปรับใช้จาก Sustainable leadership research framework (Avery and Bergsteiner, 2010) และไม่ได้มีการปรับปรุงกรอบแนวคิดงานวิจัย

ใหม่เหมือนงานวิจัยนี้ จึงทำให้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ว่าปัจจัยความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ในส่วนของความไว้วางใจ (Trust) ผลการศึกษาบอกว่าส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามแนวคิดของ Honeybee Leadership ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรผ่านการรับรู้ได้ของพนักงานภายในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่) ตามแนวคิดภาวะผู้นำอย่างยั่งยืน (Sustainable Leadership)” พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ไม่สนับสนุนต่อความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานภายในรับรู้ได้ เนื่องจากทั้งสองงานวิจัยได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างและช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน แต่จากกรอบงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งถ้าเจาะลึกลงไปในงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564) พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความไว้วางใจ (Trust) ก่อนข้างต่ำ มีค่าอยู่ที่ 3.4770 ต่างจากงานวิจัยนี้ซึ่งค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.4385 ที่ค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าพนักงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่) ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ (Trust) เท่ากับพนักงานกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จึงทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ว่าความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ในส่วนของความร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ผลการศึกษาบอกว่าส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุลรักษา (2564), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์คะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ยกตัวอย่างเช่นงานวิจัยของภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจให้บริการขยายตลาด โดยใช้กรอบแนวคิด Honeybee Leadership ทั้งหมด 23 ปัจจัยในการวัดผล ผ่านความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานภาพทางการเงินขององค์กรและความพึงพอใจของพนักงาน และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ” พบว่าปัจจัยด้านการร่วมมือกัน

บริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ไม่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจและไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานภายในองค์กร เนื่องจากทั้งสองงานวิจัยได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างและช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน แต่จากกรอบงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งถ้าเจาะลึกลงไปในงานวิจัยของกรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) พบว่าข้อคำถามของเครื่องมือวิจัยในส่วนของปัจจัยด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) มีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นไม่ถึง 0.7 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรนั้นไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้เนื่องจากคำถามแต่ละข้อไม่ได้วัดในสิ่งเดียวกัน (ปิยะ พิมลสิทธิ์, 2544) จึงไม่สามารถนำไปทดสอบสมมติฐานต่อไปได้ จึงทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ว่าการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ในส่วนของความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ผลการศึกษาบอกว่าส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) ยกตัวอย่างเช่นงานวิจัยของวัชรพร ภัทรสัตยากร (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรและความพึงพอใจของพนักงานตามแนวคิด Sustainability Leadership กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจจัดหางานในประเทศไทย” พบว่าปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากทั้งสองงานวิจัยได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างและช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน แต่จากกรอบงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งถ้าเจาะลึกลงไปในงานวิจัยของวัชรพร ภัทรสัตยากร (2562) พบว่าภาพรวมของค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความไว้วางใจ ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ค่อนข้างต่ำ มีค่าอยู่ที่ 3.68 ต่างจากงานวิจัยนี้ซึ่งค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.5776 ที่ค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่าพนักงานของกลุ่มธุรกิจจัดหางานในประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) เท่ากับพนักงานกลุ่มธุรกิจสังหาริมทรัพย์ จึงทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ว่าความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

นอกจากนี้พบว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่พบงานวิจัยที่มีผลการศึกษาคือคล้ายคลึงกัน และพบว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชิตา จุฑารักษา (2564), กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560), สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (2559), Linda Goulet Crosby (2559), วัชรพร ภัทรสัตยากร (2562), นันทพร ดำรงพงศ์ (2561), ศศิธร พงษ์กะเนิง (2562), กัญญาณัฐ แสนทวีสุข

(2561), ณชารี เอี่ยมสวรรค์ (2562), ทรงศักดิ์ ใจกล้า (2561), นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก (2553) โดยงานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมด ผลการศึกษาบอกว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร บ่งบอกว่าการที่พนักงานให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ แต่ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้บอกว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสนศิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งในทางปฏิบัติการที่องค์กรให้ความสำคัญและปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ได้ส่งผลเสียกับองค์กรแต่อย่างใด แต่ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้คาดว่าเกิดจากขอบเขตหรือข้อจำกัดต่างๆของงานวิจัย เช่น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและบริบทของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ว่าการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

5.4 ข้อเสนอแนะและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย

1. ข้อเสนอแนะและประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

1.1 สิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage) องค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงาน การที่องค์กรมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีจะทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับ มีความน่าเชื่อถือ และง่ายต่อการทำการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า รวมถึงช่วยสนับสนุนให้ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรเพิ่มสูงและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรในแง่มุมอื่นๆได้

1.2 ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลอย่างมากต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร เพราะความไว้วางใจเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพราะความไว้วางใจในองค์กรส่งผลให้พนักงานมีความร่วมมือในการทำงานมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น องค์กรที่มีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจ มักจะมีแนวโน้มที่จะผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากกว่า เนื่องจากองค์กร

เหล่านี้สามารถคัดเลือกและรักษาพนักงานที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูงและมักจะแสดงพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

1.3 การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่ง CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) ควรร่วมมือกันทำงานเพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้เกิดขึ้น ผู้บริหาร ควรมีภาวะผู้นำ ควรเป็นคนที่มีความบุคลิกภาพและอุปนิสัยที่ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากพนักงาน เป็น ผู้ที่มองโลกในแง่ดี มีความมุ่งมั่นและเพียรพยายามในการดำเนินงานเพื่อองค์กร นอกจากนี้ CEO ควรร่วมมือกับทีมผู้บริหารในการบริหารองค์กร เช่น ร่วมมือกันตัดสินใจในการวางกลยุทธ์ที่สำคัญ และเป็นแบบอย่าง (Role Model) ที่ดีให้กับพนักงาน

1.4 การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) แม้ใน งานวิจัยบ่งบอกว่าส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ผู้วิจัยคิดว่า การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law) ยังคงสำคัญกับการดำเนินงานภายใน องค์กร หากองค์กรมีการควบคุมการดำเนินงาน และวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า สิ่งนี้เป็นอีกสิ่งหนึ่ง ที่สามารถที่จะทำให้องค์กรได้รับการยอมรับและได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภค รวมทั้งสังคมโดยรวม

1.5 ความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ควรให้ ความสำคัญเช่นเดียวกันเนื่องจาก การสร้างความผูกพันของพนักงานที่มีประสิทธิภาพให้กับ บุคลากรในองค์กร จะทำให้บุคลากรรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รู้สึกมีความสุขและมีความ ภาคภูมิใจในการทำงาน หากองค์กรใส่ใจดูแลพนักงานเป็นอย่างดี นั้นทำให้บุคลากรอยากร่วมงาน กับองค์กรในระยะยาว และเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรได้ในที่สุด นอกจากนี้ความผูกพันของ พนักงานที่มีประสิทธิภาพจะทำให้พนักงานค้นพบปัญหาและให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น (Feedback) กลับสู่องค์กรได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วงทีและชัดเจน ทำให้องค์กรสามารถแก้ไขปัญหาได้ ทัน ตรงจุด แก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะหรือประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อ การ พัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) ต่อในอนาคต

2.1 ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรให้ ยั่งยืน (Sustainable Organization) สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้เป็น แนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ได้

รวมถึงการนำองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการที่เกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ไปใช้เป็นแนวทางเพื่อต่อยอดในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.2 สำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำให้เพิ่มเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องภาวะผู้นำและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และอาจศึกษาต่อในมุมมองของผู้บริหารแทนที่การศึกษาในมุมมองของพนักงาน นอกจากนี้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้นจากกลุ่มตัวอย่าง ส่งผลให้เกิดความเข้าใจในความต้องการและปัญหาที่องค์กรธุรกิจพบเจอในขั้นตอนการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

2.3 การทำวิจัยในครั้งต่อไป เสนอให้มีการศึกษาในบริบทของอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมสุขภาพ อุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการศึกษา เป็นต้น หรืออาจศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของอุตสาหกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์เช่นเดิม แต่ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในต่างประเทศ โดยอาจเริ่มต้นจากประเทศที่อยู่ในประชาคมอาเซียน ซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ใกล้เคียงก่อน

2.4 การทำวิจัยในครั้งต่อไป เสนอให้มีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆเพิ่มเติม ทั้งส่วนที่เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เช่น การศึกษาตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ตัวอื่นๆเพิ่มเติม นอกเหนือจากแนวคิดภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) เช่น กรอบแนวคิด Curtin Leadership (Lacy Gow, 2018) เป็นต้น หรืออาจเปลี่ยนตัวแปรตาม (Dependent Variable) จากความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่พนักงานรับรู้ได้ (Sustainability Performance Outcome) เป็นการวิเคราะห์ในมุมมองของความพึงพอใจของพนักงาน หรือความสำเร็จขององค์กรที่วัดปัจจัยอื่นๆ เช่น สภาพคล่องทางการเงินขององค์กร (Financial Performance) เป็นต้น

2.5 ภายหลังโรคระบาดโควิด-19 ลึกลง อยากให้มีการทำวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรอีกครั้ง เนื่องจากในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การเก็บข้อมูลของงานวิจัยโดยใช้แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์เท่านั้น อาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลเล็กน้อย บวกกับการที่บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work from home) ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้จำนวนที่เหมาะสมตามที่ผู้วิจัยต้องการ

5.5 บทสรุป

ภายหลังจากการวิเคราะห์ผลการวิจัยผ่าน โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) พบว่ามีจำนวน 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Competitive Advantage), ความไว้วางใจ (Trust), การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม (Environmental Law), การร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team) และความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement) แสดงให้เห็นว่าในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน องค์กรธุรกิจที่ประกอบธุรกิจเพื่อพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ควรรักษาความสัมพันธ์กับปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่กล่าวมา หากผู้บริหารมีภาวะความเป็นผู้นำอย่างยั่งยืน ตามแนวคิดภาวะผู้นำแบบผึ้ง (Honeybee Leadership) และการดำเนินงานขององค์กรคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะทำให้สามารถสร้างความยั่งยืนขององค์กรที่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals –SDGs) ขององค์กรสหประชาชาติ (United Nations: UN) มากยิ่งขึ้น เป็นการวางรากฐานเพื่อให้องค์กรเติบโตได้ในระยะยาว และคนในองค์กรให้ความร่วมมือในการขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางที่วางไว้ รวมไปถึงสังคมยังส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรนั้นเจริญเติบโตและก้าวไปข้างหน้าอีกด้วย นอกจากนี้ทางภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ เช่น สำนักงานพัฒนาที่ดิน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงภาคเอกชน องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรอื่นๆ ที่พัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ นายหน้าที่ดิน ธุรกิจพัฒนาที่ดิน ธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย หรือธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดในการพัฒนาองค์กรให้เกิดความยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร และทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเกิดความพึงพอใจ ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า หรือผู้ลงทุน อีกทั้งผลการวิจัยในการศึกษานี้ เป็นการสร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ทำให้ผู้ที่สนใจที่จะศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต สามารถอ่านงานวิจัย รวมทั้งนำผลการวิจัยไปต่อยอดพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมถึงใช้ประโยชน์ในการศึกษา การทำงาน หรือการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

บรรณานุกรม

- นฤมล เพ็ญศิริวรรณ. (2561). ภาวะผู้นำกับการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด. สืบค้นจาก: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/human/article/download/164672/143246/637584>
- บริษัทชั้นนำของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ในไทย ไม่ประสงค์ออกนาม. (2563). รายงานความยั่งยืนประจำปี2563. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.anonymous.com/pdf/SustainabilityReport/sustainability-report-2020-EN.pdf>
- พัชรา กลิ่นชวนชื่น. (2564). แนวโน้มของธุรกิจ ปี 2564-2566: ธุรกิจที่อยู่อาศัย. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-Outlook/Real-Estate/housing-in-upcountry/IO/io-Housing-in-Upcountry-21>
- สหธร เพชรวิโรจน์ชัย. (2561). เมื่อความยั่งยืนเป็นคำตอบของธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://thematter.co/brandedcontent/tcp-sustainable-business/57783>
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2562). 7 องค์การสุขภาพเดินทางบูรณาการนโยบายสุขภาพ ขับเคลื่อนระบบสุขภาพที่ยั่งยืน. สืบค้นจาก: <https://www.nationalhealth.or.th/en/node/567>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). การมีส่วนร่วมและผูกพันของบุคคลากร (Employee Engagement) มีความสำคัญอย่างไรกับองค์กร. สืบค้นจาก: <https://th.hrnote.asia/personnel-management/190722-employee-engagement/>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). วิกฤตตลาดอสังหาริมทรัพย์ในวันที่ปัจจัยลบรุมเร้า. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/128234>
- กัญญาณัฐ แสันทวิสุข. (2561). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee Leadership กรณีศึกษาประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3141>
- ณชารี เอี่ยมสวรรค์. (2562). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานวิศวกรในอุตสาหกรรมการผลิตเจเนอเรชั่นวาย ตามแนวคิด Sustainable Leadership. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3327>

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2021). การพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.setsustainability.com/page/sustainability-management-process>
- ทรงศักดิ์ ใจกล้า. (2561). รูปแบบการพัฒนาและเสริมสร้างองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/download/140552/106055/>
- ชรินทร์ ใจเอื้อพลสุข. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/6527/1/7_60502950
- นันทพร คำรองพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัลในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/131934>
- นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ & สมสงวน ปัสสาโก. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/29580>
- ปณิธาน ลินะกิตติ. (2564). แนวทางการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ 2020 บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57700039.pdf
- ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์. (2560). ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจให้บริการขยายตลาด ตามแนวคิด Honeybee Leadership. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รัชชิตา จุลรักษา. (2564). ปัจจัยการพัฒนารูปแบบอย่างยั่งยืนตามแนวคิดของ Honeybee Leadership ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรผ่านการรับรู้ได้ของพนักงานภายในบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (สำนักงานใหญ่) ตามแนวคิดภาวะผู้นำอย่างยั่งยืน (Sustainable Leadership). สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วัชรภาพ ภัทรสัตยากร. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และความพึงพอใจของพนักงานตามแนวคิด Sustainability

- Leadership กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจจัดหา งานในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3343>
- ศศิธร พงษ์คะนิง. (2562). ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนขององค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ ในองค์กรสุขภาพตามแนวคิด Sustainable Leadership. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3772>
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2021). เส้นทางสู่ธุรกิจที่ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก [https:// www.setsustainability.com/](https://www.setsustainability.com/)
- อภิญา ข้วยดวง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4738>
- United Nations. (2558). Sustainable Development Goals. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://sdgs.un.org/>
- BSI Group Thailand. (2565). หน้าที่ของ Top Management. สืบค้นจาก: <https://www.isotoyou.com/index.php/article/72-top-management-responsibility.html>
- Avery & Bergsteiner. (2021). Sustainable leadership practices for enhancing business resilience and Performance. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.researchgate.net/publication/235278149_Sustainable_leadership_practices_for_enhancing_business_resilience_and_performance
- Institute for sustainable leadership. (2021). Sustainable Leadership Report. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://instituteforsustainableleadership.com/>
- Linda Goulet Crosby. (2016). Developing Sustainable Leadership Strategies to Increase Corporate Revenue. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/2646/>
- The global moving. (2013). คุณเป็นผู้นำแบบฝั่ง หรือผู้นำแบบตึกแดน. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/theglobalmoving/2013/10/15/entry-2>
- Sana Rehman, Abdul Sami, Aniq Haroon & Asmara Irfan (2019). Impact Of Sustainable Leadership Practices on Public Sector Organizations: A Systematic Review of Past Decade. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.researchgate.net/publication>

/336461271_Impact_Of_Sustainable_Leadership_Practices_On_Public_Sector_Organizations_A_Systematic_Review_of_Past_Decade

- Sooksan Kantabutra. (2011). Sustainable leadership in a Thai healthcare services provider. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://research.cm.mahidol.ac.th/research/index.php/research-area/management?view=publication&task=show&id=149>
- Sooksan Kantabutra, Molraudee Saratun. (2013). Sustainable leadership: Honeybee practices at Thailand's oldest university. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.researchgate.net/publication/263188484_Sustainable_leadership_Honeybee_practices_at_Thailand's_oldest_university
- Suparak Suriyankietkaew. (2016). Effects of sustainable leadership on customer satisfaction: evidence from Thailand. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://research.cm.mahidol.ac.th/research/index.php/conferences?view=publication&task=show&id=58>
- Suparak Suriyankietkaew and Gayle Avery. (2016). Sustainable Leadership Practices Driving Financial Performance: Empirical Evidence from Thai SMEs. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.researchgate.net/publication/299562894_Sustainable_Leadership_Practices_Driving_Financial_Performance_Empirical_Evidence_from_Thai_SMEs
- ประสพชัย พสุนนท์. (2015). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/7044>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). ระเบียบวิธีวิจัย. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://it.nation.ac.th/studentresearch/files/570113202213.pdf>
- สำนักนโยบายและวิชาการทางสถิติ. (2554). เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/Toneminute/files/55/A3-16.pdf>
- Cronbach. (1984). การหาคุณภาพของเครื่องมือวัด. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://www.watpon.in.th/spss23/spss7.pdf>
- Krejcie & Morgan. (1970). การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>

- Polit & Beck. (2006). การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <https://www.nurse.cmu.ac.th/web/images/userfiles/files/Research>
- Waltz, Strickland, & Lenz. (2010). การทดสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2565, จาก <http://www.nurse.nu.ac.th/Journal/data/Vol.11%20No.2S/012.pdf>
- กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2564). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา
- รศ.ดร. บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis). สืบค้นจาก: <http://soctech.sut.ac.th/wr/web/news/kDUAGpsafjb.pdf>
- นางลักษณ์ วิรัชชัย (2553). ชุดวิชา 21701 การวิจัยหลักสูตรการเรียนการสอน หน่วยที่ 7 การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหน่วยที่ 10 สถิติวิเคราะห์เชิงปริมาณ: สถิติบรรยายและสถิติพารามตริก หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- Bland, JM. And Altman. DG. (1996). Transformations, means and confidence intervals. *BMJ*. 312: 1079
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2551). วิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ



ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถามงานวิจัย

หัวข้องานวิจัย: ปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาสารนิพนธ์ (Thematic Paper) ของหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงอย่างมากที่สุด เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น ทางผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

โดยแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์กร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

คำชี้แจง : ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความจริง

1.เพศ

ชาย

หญิง

เพศทางเลือก

2.อายุ

น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

50 ปีขึ้นไป

3.สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

4.วุฒิการศึกษาหรือระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5.ตำแหน่งงาน

เจ้าหน้าที่ระดับทั่วไป (Officer) ผู้บริหารระดับล่าง (Supervisor Level)

ผู้จัดการส่วน/ฝ่าย (Manager) ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management)

6.ระยะเวลาในการทำงาน

เพิ่งได้รับการบรรจุเข้าทำงาน 6 เดือน - 1 ปี 1 - 5 ปี

5 - 10 ปี 10 ปีขึ้นไป

7.รายได้ (ต่อเดือน)

ต่ำกว่า 20,000 บาท 20,001 - 40000 บาท

40,001 - 60000 บาท 60,001 - 80000 บาท

80,001 - 100,000 บาท 100,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการบริหารงานขององค์กร

คำชี้แจง : ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้น โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความคิดเห็นของพนักงาน เกี่ยวกับการบริหารองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)					
1.1 ท่านได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง					

1.2 องค์กรของท่านยังคงจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหางบประมาณ					
1.3 องค์กรของท่านมีส่วนช่วยในการพัฒนาทักษะสำคัญที่ใช้ในการทำงาน เช่น ทักษะด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ (Communication & Relation skills) ทักษะในการแก้ไขปัญหา (Problem solving skills) เป็นต้น					
2. ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labour Relations)					
2.1 ท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง					
2.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงเคารพและให้เกียรติท่าน					
2.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง					
3. ด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)					
3.1 องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน					
3.2 องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป					
3.3 องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป เช่น เวลาทำงานมีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions)					

3.4 องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร					
4. ด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)					
4.1 องค์กรของท่านมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับการสืบทอดภายในองค์กร					
4.2 องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารมากกว่าสรรหาจากบุคคลภายนอก					
4.3 องค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน					
5. ด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)					
5.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรปฏิบัติต่อท่านด้วยความเห็นอกเห็นใจและมีศีลธรรม					
5.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน					
5.3 ท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง					
6. ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)					
6.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญ จะตัดสินใจโดยคณะผู้บริหารระดับสูง มิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่งสูงสุดเพียงผู้เดียว					
6.2 เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและ					

คณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา					
7. ด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)					
7.1 องค์กรของท่านมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ					
7.2 องค์กรของท่านระบุแนวทางการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่างชัดเจน					
7.3 องค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ					
8. ด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)					
8.1 องค์กรของท่านมักคำนึงถึงผลลัพธ์ในระยะยาวเป็นหลัก					
8.2 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มุ่งเน้นการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว					
8.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดและวางแผนการทำงานเพื่อผลสำเร็จในระยะยาว					
9. ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)					
9.1 องค์กรของท่านมักมีวิธีการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความระมัดระวังและทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด					
9.2 เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น					
9.3 ท่านมักเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ					

9.4 ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กร ในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดีต่อการ ดำเนินงานของท่าน					
10. ด้านการมีอิสรภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)					
10.1 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของ ท่าน สามารถตัดสินใจกำหนดทิศทางการ ลงทุนได้ด้วยตนเอง (มีความเป็น อิสระในการตัดสินใจจาก ตลาดทุน)					
10.2 องค์กรของท่านมีฐานะทาง การเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มี อิสรภาพทางการเงิน)					
11. ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)					
11.1 องค์กรของท่านปฏิบัติตาม กฎหมายสิ่งแวดล้อม					
11.2 องค์กรของท่านส่งเสริมการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยม หลัก (Core Value) ขององค์กร					
11.3 องค์กรของท่านมักมีการพิจารณา ถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจ เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร					
11.4 องค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุม มลพิษและลดการใช้พลังงาน					
12. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)					
12.1 องค์กรของท่านมีมาตรการ ป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและ					

ความปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม					
12.2 องค์กรของท่านพยายามจัดหาสภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน					
12.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม					
13. ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)					
13.1 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับพนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders)					
13.2 องค์กรของท่านพยายามสร้างความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
13.3 องค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด					
14. ด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)					
14.1 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม					
14.2 ท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน					
14.3 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่วแน่และกว้างไกล					
15. ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)					

15.1 ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจ ต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมาย อย่างเต็มที่					
15.2 ท่านสามารถแสดงความคิดเห็น และโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้า งานหรือผู้บริหารระดับสูงได้					
15.3 องค์กรของท่านมักตัดสินใจจาก วิธีการลงมติของเสียงส่วนใหญ่					
15.4 องค์กรของท่านมักมีการ ตัดสินใจที่ละเอียด ถี่ถ้วน ผ่านการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่					
16. ด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)					
16.1 ท่านสามารถบริหารจัดการงานที่ ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ตรง ตามวัตถุประสงค์และวิธีการ ดำเนินงานที่องค์กรกำหนด					
16.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถ บริหารจัดการหน่วยงานที่อยู่ภายใต้ การดูแลของตนเองได้เป็นอย่างดี					
17. ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)					
17.1 องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมใน การทำงานร่วมกันเป็นทีม และ ส่งเสริมให้เกิดเป้าหมายร่วมกัน ระหว่างพนักงาน					
17.2 พนักงานทุกคนในองค์กรของ ท่าน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้ อย่างดี					

17.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้แนวทางการทำงานร่วมกันเป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร					
18. ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)					
18.1 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน					
18.2 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น					
18.3 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน					
19. ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)					
19.1 องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน					
19.2 สภาพแวดล้อมขององค์กรของท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้					
19.3 ท่านมักมีโอกาสดังนี้ที่ได้รับและได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน					
20. ด้านความไว้วางใจ (Trust)					
20.1 ท่านสามารถไว้วางใจ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน					
20.2 เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements)					
20.3 พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง					

21. ด้านนวัตกรรม (Innovation)					
21.1 พนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา					
21.2 องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆภายในองค์กร					
21.3 องค์กรของท่านมีการประเมินติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์					
21.4 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ					
22. ด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)					
22.1 ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่น ๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้					
22.2 ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้					
22.3 ท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อองค์กร					
23. ด้านคุณภาพของงาน (Quality)					
23.1 โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบมีคุณภาพ					
23.2 องค์กรของท่านมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง					

23.3 ลูกค้านักฟังพอใจกับคุณภาพของ ผลิตและบริการที่องค์กรของท่านส่ง มอบ					
------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

คำชี้แจง : ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการรับรู้ของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้น โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อ ความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของ องค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการ แข่งขัน (Competitive Advantage)					
2. ความสามารถในการทำกำไร ขององค์กรของท่านทำให้เกิด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)					
3. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ องค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการ แข่งขัน (Competitive Advantage)					
4. ความพึงพอใจของผู้ลงทุนต่อ องค์กรของท่าน					

ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)					
5. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์และสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ภาคผนวก ข เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย (COA)



Institutional Review Board, Institute for Population and Social Research, Mahidol University (IPSR-IRB)

Established 1985

COA. No. 2022/05-096

Certificate of Approval

Protocol No.: IPSR-IRB-2022-096

Title of Project: The Study of Sustainable Leadership Factors That Affect Organizational Successfulness through Employees Awareness in Sansiri Public Company Limited

Approval Includes:

- 1) Principal Investigator: Assistant Professor Dr. Kittichai Rajchamaha
Affiliation: College of Management, Mahidol University
- 2) Submission Form Version Date 1 June 2022
- 3) Research Proposal Version Date 21 April 2022
- 4) Questionnaire Version Date 21 April 2022
- 5) Participant Information Sheet Version Date 12 April 2022
- 6) Informed Consent Form Version Date 12 April 2022

IPSR-IRB is in Full Compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Date of Approval: 1 June 2022

Date of Expiration: 31 May 2023



Signature of Chairperson:

(Associate Professor Dr. Chalernpol Chamchan)

IPSR-IRB Chair

List of Co – Investigators

1. Mr. Tharathorn Petchprapunkul

All IPSR-IRB Approved Investigators must comply with the Following:

1. Conduct the research according to the approved protocol.
2. Conduct the informed consent process without coercion or undue influence, and provide the potential subjects sufficient time to consider whether or not to participate.
3. Use only the Consent Form bearing the IPSR-IRB Approval stamp.
4. Obtain approval of any changes in research activity before commencing and informed research participants about the changes for their consideration in pursuing the research.
5. Timely report to serious adverse events to IPSR-IRB and any new information that may adversely affect the safety of participants.
6. Provide IPSR-IRB the progress reports at least annually or as requested.
7. Provide IPSR-IRB the final reports when completed the study procedures.



Office of the Institutional Review Board,
Institute for Population and Social Research, Mahidol University (IPSR-IRB)
999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom 73170, Thailand
Tel (662) 441-0201-4 ext. 223
E-mail: ipsrrib@mahidol.ac.th

ภาคผนวก ค การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC)

หัวข้องานวิจัย: การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของ บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ทั้งข้อความ ภาษาที่ใช้ และความเหมาะสมของข้อคำถาม เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น และนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยในลำดับถัดไป โดยพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาข้อคำถามที่ต้องการใช้จากดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) และนำคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC) เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตของ นายธรรพร เพ็ชรประพันธ์กุล รหัส 6350294 วิทยานิพนธ์ กจกจ697 (Thematic Paper MGMT697) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC) โดยกำหนดตัวเลือกเป็นมาตรวัด 3 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยวัตถุประสงค์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เน้นการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

โดยการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (IOC) ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รศ.ดร.พลีลา รุ่งเรือง รองคณบดีงานบริการวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. ผศ.ดร.พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด (Marketing) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณ ปิ่นฉัตร กล่อมกลิ่น เจ้าหน้าที่ทรัพยากรมนุษย์อาวุโส บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณล่วงหน้าจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 จำนวน ในการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC) เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยได้กำหนด เพื่อได้รับองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการพัฒนารองคกรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย ทำให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารองคกรความรู้ใหม่ เพื่อต่อยอดในเชิงการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ผลการศึกษาวิจัยนี้ ยังเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือสังคม โดยเฉพาะผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ที่สามารถนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ โดยสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ และช่วยให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อการพัฒนารองคกรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ได้

ส่วนที่ 1: ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการบริหารงานขององค์กร

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ แต่ละท่าน			คะแนน IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)				
1.1 ท่านได้รับการฝึกอบรมและ พัฒนาตนเองจากองค์กรอย่าง ต่อเนื่อง	+1	+1	+1	1
1.2 องค์กรของท่านยังคงจัดการ ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร อย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ใน ช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหา งบประมาณ	+1	+1	+1	1
1.3 ท่านได้รับการสนับสนุนจาก องค์กรเป็นอย่างดีในระหว่าง ทำงาน	-1	+1	+1	0.33
2. ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labour Relations)				
2.1 ท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับ หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูง	+1	+1	+1	1
2.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูงเคารพและให้เกียรติ ท่าน	+1	+1	+1	1
2.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการ ทำงานระหว่างพนักงานกับ หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูง	+1	+1	+1	1
3. ด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)				

3.1 องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน	+1	+1	0	0.67
3.2 องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป	+1	+1	+1	1
3.3 องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่มีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions)	0	+1	+1	0.67
3.4 องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร	+1	+1	+1	1
4. ด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)				
4.1 องค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน	0	+1	+1	0.67
4.2 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Skills) ของพนักงาน	-1	1	0	0
4.3 องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารมากกว่าสรรหาจากบุคคลภายนอก	+1	+1	+1	1
5. ด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)				
5.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรปฏิบัติต่อ	+1	+1	+1	1

ท่านด้วยความเห็นอกเห็นใจและมีศีลธรรม				
5.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน	+1	+1	+1	1
5.3 ท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	+1	+1	+1	1
6. ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)				
6.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่สำคัญจะตัดสินใจโดยคณะผู้บริหารระดับสูงมิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่งสูงสุดเพียงผู้เดียว	+1	+1	+1	1
6.2 เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กรของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะบริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา	+1	+1	+1	1
7. ด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)				
7.1 องค์กรของท่านมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1
7.2 องค์กรของท่านระบุแนวทางการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	1
7.3 องค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	+1	+1	+1	1
8. ด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)				

8.1 องค์กรของท่านมักคำนึงถึง ผลลัพธ์ในระยะยาวเป็นหลัก	+1	+1	+1	1
8.2 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ของท่าน มักมุ่งเน้นการวางแผน กลยุทธ์ระยะยาว	+1	+1	+1	1
8.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ ท่านคิดและวางแผนการทำงาน เพื่อผลสำเร็จในระยะยาว	+1	+1	+1	1
9. ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)				
9.1 เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้ง ใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมี ส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดง ความคิดเห็น	+1	+1	+1	1
9.2 องค์กรของท่านมักมีวิธี จัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วย ความระมัดระวัง และทำให้เกิด ความเสียหายน้อยที่สุด	+1	+1	+1	1
9.3 ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลง องค์กรในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดี ต่อการดำเนินงานของท่าน	+1	+1	+1	1
9.4 ท่านมักเห็นด้วยกับการ เปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ	+1	+1	0	0.67
10. ด้านการมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)				
10.1 ผู้บริหารระดับสูงของ องค์กรของท่าน สามารถตัดสินใจกำหนดทิศ ทางการลงทุนได้ด้วยตนเอง (มี ความเป็นอิสระในการตัดสินใจ จากตลาดทุน)	+1	+1	+1	1

10.2 องค์กรของท่านมีฐานะทางการเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มีอัตราสภาพทางการเงิน)	+1	+1	+1	1
11. ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)				
11.1 องค์กรของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1
11.2 องค์กรของท่านส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร	+1	+1	+1	1
11.3 องค์กรของท่านมักมีการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร	+1	+1	+1	1
11.4 องค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมมลพิษและลดการใช้พลังงาน	+1	+1	+1	1
12. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)				
12.1 องค์กรของท่านมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1
12.2 องค์กรของท่านพยายามจัดหาสภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน	+1	+1	+1	1
12.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคม	+1	+1	+1	1
13. ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)				

13.1 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับพนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders)	+1	+1	+1	1
13.2 องค์กรของท่านพยายามสร้างความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	+1	+1	+1	1
13.3 องค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด	+1	+1	+1	1
14. ด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)				
14.1 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม	+1	+1	+1	1
14.2 ท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน	+1	+1	+1	1
14.3 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่นอนและกว้างไกล	+1	+1	+1	1
15. ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)				
15.1 ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่	+1	+1	+1	1
15.2 ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงได้	+1	+1	+1	1

15.3 องค์กรของท่านมัก ตัดสินใจจากวิธีการลงมติของ เสียงส่วนใหญ่	+1	+1	+1	1
15.4 องค์กรของท่านมักมีการ ตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วน ผ่าน การตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่	+1	+1	+1	1
16. ด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)				
16.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูงขององค์กรของท่าน สามารถบริหารจัดการหน่วยงาน ของตนเองได้เป็นอย่างดี	0	+1	+1	0.67
16.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหาร ระดับสูงขององค์กรของท่านมี การกำหนดวัตถุประสงค์และวิธี ในการทำงานอย่างละเอียดและ คอยตรวจสอบความคืบหน้าใน การทำงานอย่างใกล้ชิด	0	+1	+1	0.67
17. ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)				
17.1 องค์กรของท่านมี วัฒนธรรมในการทำงานร่วมกัน เป็นทีม และส่งเสริมให้เกิด เป้าหมายร่วมกันระหว่าง พนักงาน	+1	+1	+1	1
17.2 พนักงานทุกคนในองค์กร ของท่าน สามารถทำงานร่วมกัน เป็นทีมได้อย่างดี	+1	+1	+1	1
17.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ แนวทางการทำงานร่วมกันเป็น ค่านิยมหลัก (Core Value) ของ องค์กร	+1	+1	+1	1

18. ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)				
18.1 องค์กรของท่านมีสภาพแวดล้อมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน	0	+1	+1	0.67
18.2 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น	+1	+1	+1	1
18.3 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	1
19. ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)				
19.1 องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน	+1	+1	+1	1
19.2 สภาพแวดล้อมขององค์กรของท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้	+1	+1	+1	1
19.3 ท่านมักมีโอกาสทั้งได้รับและได้แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน	+1	+1	+1	1
20. ด้านความไว้วางใจ (Trust)				
20.1 ท่านสามารถไว้วางใจเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน	+1	+1	+1	1
20.2 เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements)	+1	+1	0	0.67

20.3 พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง	+1	+1	0	0.67
21. ด้านนวัตกรรม (Innovation)				
21.1 พนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา	+1	+1	+1	1
21.2 องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆภายในองค์กร	+1	+1	+1	1
21.3 องค์กรของท่านมีการประเมิน ติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	+1	+1	+1	1
21.4 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ	+1	+1	+1	1
22. ด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)				
22.1 ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่นๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้	+1	+1	+1	1
22.2 ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้	+1	+1	+1	1
22.3 ท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ต่อองค์กร	+1	+1	0	0.67

23. ด้านคุณภาพของงาน (Quality)				
23.1 โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบมีคุณภาพ	+1	+1	+1	1
23.2 องค์กรของท่านมักพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้สูงขึ้น	+1	+1	+1	1
23.3 ลูกค้ายักพึงพอใจกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่งมอบ	+1	+1	+1	1

ส่วนที่ 2: ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ แต่ละท่าน			คะแนน IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)				
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	+1	+1	+1	1
2. ความสามารถในการทำกำไรขององค์กรของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	+1	+1	+1	1

3. ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	+1	+1	+1	1
4. ความพึงพอใจของผู้ ลงทุนต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	+1	+1	+1	1
5. ความพึงพอใจของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กร ของท่าน ทำให้เกิดความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	+1	+1	+1	1

ทางผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ ที่สละเวลามาช่วยประเมินความสอดคล้องของ
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (IOC) ในครั้งนี้

ภาคผนวก ง การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (CVI)

หัวข้องานวิจัย: การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของ บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

การประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ทั้งข้อความ ภาษาที่ใช้ และความเหมาะสมของข้อคำถาม เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น และนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยในลำดับถัดไป โดยพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาข้อคำถามที่ต้องการใช้จากดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) และนำคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (CVI) เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตของ นายธรรธร เพ็ชรประพันธ์กุล รหัส 6350294 รายวิชาสารนิพนธ์ กจกจ697 (Thematic Paper MGGM697) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (CVI) โดยกำหนดตัวเลือกเป็นมาตรวัด 4 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง ไม่เกี่ยวข้อง
- 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เกี่ยวข้อง
- 3 หมายถึง ค่อนข้างเกี่ยวข้อง
- 4 หมายถึง เกี่ยวข้อง

โดยการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (CVI) ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รศ.ดร.พลิศา รุ่งเรือง รองคณบดีงานบริการวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. ผศ.ดร.พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด (Marketing) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
3. คุณ ปิ่นนัทร กล่อมกลิ่น เจ้าหน้าที่ทรัพยากรมนุษย์อาวุโส บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณล่วงหน้าจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 จำนวน ในการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย (CVI) เพื่อนำไปปรับปรุง

แบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยได้กำหนด เพื่อได้รับองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิ่งจำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรชั้นนำของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย ทำให้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานองค์ความรู้ใหม่ เพื่อต่อยอดในเชิงการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ผลการศึกษาวิจัยนี้ ยังเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรธุรกิจ ภาครัฐ ชุมชน หรือสังคม โดยเฉพาะผู้บริหารองค์กร ธุรกิจ ที่สามารถนำไปปรับใช้ในภาคปฏิบัติสำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ โดยสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ และช่วยให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ได้

ส่วนที่ 1: ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการบริหารงานขององค์กร

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน			คะแนน CVI
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (Developing People)				
1.1 ท่านได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง	4	4	4	1
1.2 องค์กรของท่านยังคงจัดการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ แม้จะอยู่ในช่วงเวลาที่ประสบกับปัญหาทางงบประมาณ	4	4	4	1
1.3 ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเป็นอย่างดีในระหว่างทำงาน	1	4	2	0.33
2. ด้านความสัมพันธ์กับพนักงาน (Labour Relations)				

2.1 ท่านสะดวกใจที่จะทำงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	4	4	4	1
2.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงเคารพและให้เกียรติท่าน	4	4	4	1
2.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์เชิงบวกในการทำงานระหว่างพนักงานกับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง	4	4	4	1
3. ด้านการรักษาพนักงาน (Staff Retention)				
3.1 องค์กรของท่านมีความสามารถในการรักษาพนักงาน	4	4	4	1
3.2 องค์กรของท่านให้ค่าตอบแทนหรือโบนัสที่สามารถจูงใจท่านให้อยู่กับองค์กรต่อไป	4	4	4	1
3.3 องค์กรของท่านให้เงื่อนไขในการทำงานที่มีความยืดหยุ่น (Flexible working conditions)	3	4	4	1
3.4 องค์กรของท่านมักไม่ทำการปลดพนักงาน แม้จะมีความจำเป็นในการรักษาสถานะทางการเงินขององค์กร	4	4	4	1
4. ด้านการวางแผนการสืบทอดภายในองค์กร (Succession Planning)				
4.1 องค์กรของท่านให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงานทุกคน	3	4	3	1
4.2 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Skills) ของพนักงาน	1	4	1	0.33
4.3 องค์กรของท่านมักสรรหาบุคคลภายในองค์กรเพื่อขึ้นมารับตำแหน่ง	4	4	3	1

ผู้บริหารมากกว่าสรรหาจาก บุคคลภายนอก				
5. ด้านการให้คุณค่ากับพนักงาน (Valuing Staff)				
5.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง ขององค์กรปฏิบัติต่อท่านด้วยความเห็น อกเห็นใจและมีศีลธรรม	4	4	4	1
5.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง ใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน	4	4	3	1
5.3 ท่านมักได้รับคำชมจากหัวหน้างาน หรือผู้บริหารระดับสูง	4	4	3	1
6. ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร (CEO and Top team)				
6.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ สำคัญ จะตัดสินใจ โดยคณะผู้บริหาร ระดับสูง มิใช่โดยผู้บริหารตำแหน่ง สูงสุดเพียงผู้เดียว	4	4	4	1
6.2 เมื่อเกิดสถานการณ์ยุ่งยากกับองค์กร ของท่าน ผู้บริหารสูงสุดและคณะ บริหารจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา	4	4	4	1
7. ด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม (Ethics Behavior)				
7.1 องค์กรของท่านมีการดำเนินงาน อย่างมีจริยธรรมอย่างสม่ำเสมอ	4	4	4	1
7.2 องค์กรของท่านระบุแนวทางการ ดำเนินงานตามหลักจริยธรรมไว้อย่าง ชัดเจน	4	4	4	1
7.3 องค์กรของท่านมีระบบที่ใช้ ตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานปฏิบัติ ตามหลักจรรยาบรรณ	4	4	4	1
8. ด้านผลประโยชน์ในระยะยาว (Long term Perspective)				
8.1 องค์กรของท่านมักคำนึงถึงผลลัพธ์ ในระยะยาวเป็นหลัก	4	4	3	1

8.2 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน มุ่งเน้นการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว	4	4	3	1
8.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดและวางแผนการทำงานเพื่อผลสำเร็จในระยะยาว	4	4	3	1
9. ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organization Change)				
9.1 เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในองค์กร ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น	4	4	4	1
9.2 องค์กรของท่านมักมีวิธีการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงด้วยความระมัดระวังและทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด	4	4	4	1
9.3 ท่านเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรในแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลดีต่อการดำเนินงานของท่าน	4	4	3	1
9.4 ท่านมักเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรนำเสนอ	4	4	2	0.67
10. ด้านการมีอิสระภาพจากตลาดเงิน (Financial market independence)				
10.1 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน สามารถตัดสินใจกำหนดทิศทางการลงทุนได้ด้วยตนเอง (มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากตลาดทุน)	4	4	3	1
10.2 องค์กรของท่านมีฐานะทางการเงินมั่นคงและมีเสถียรภาพสูง (มีอิสระภาพทางการเงิน)	4	4	4	1
11. ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsibility for Environment)				
11.1 องค์กรของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	4	4	4	1

11.2 องค์กรของท่านส่งเสริมการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร	4	4	4	1
11.3 องค์กรของท่านมักมีการพิจารณา ถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจ เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร	4	4	4	1
11.4 องค์กรของท่านมีการวางกลยุทธ์ ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุม มลพิษและลดการใช้พลังงาน	4	4	4	1
12. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)				
12.1 องค์กรของท่านมีมาตรการป้องกัน ความเสี่ยงด้านสุขภาพและความ ปลอดภัยของพนักงานที่เหมาะสม	4	4	4	1
12.2 องค์กรของท่านพยายามจัดหา สภาพการทำงานและชีวิตที่ดีขึ้นให้กับ พนักงาน	4	4	4	1
12.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้ พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อ สังคม	4	4	4	1
13. ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder consideration)				
13.1 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับ พนักงาน (Staff) ลูกค้า (Customer) และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ (Stakeholders)	4	4	4	1
13.2 องค์กรของท่านพยายามสร้าง ความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะ ยาวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	4	4	4	1

13.3 องค์กรของท่านปฏิบัติตามข้อผูกพัน (Obligation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มงวด	4	4	3	1
14. ด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ (Strong, Share Vision)				
14.1 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเหมาะสม	4	4	4	1
14.2 ท่านเข้าใจและนำวิสัยทัศน์ขององค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน	4	4	4	1
14.3 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ที่แน่นอนและกว้างไกล	4	4	4	1
15. ด้านการตัดสินใจ (Decision Making)				
15.1 ท่านได้รับอำนาจในการตัดสินใจต่อการดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่	4	4	4	1
15.2 ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโต้แย้งการตัดสินใจของหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงได้	4	4	4	1
15.3 องค์กรของท่านมักตัดสินใจจากวิธีการลงมติของเสียงส่วนใหญ่	4	4	4	1
15.4 องค์กรของท่านมักมีการตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วน ผ่านการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่	4	4	3	1
16. ด้านการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management)				
16.1 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านสามารถบริหารจัดการหน่วยงานของตนเองได้เป็นอย่างดี	2	4	4	0.67
16.2 หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีในการทำงานอย่าง	2	4	4	0.67

ละเอียดและคอยตรวจสอบความ คืบหน้าในการทำงานอย่างใกล้ชิด				
17. ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร (Team Orientation)				
17.1 องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมใน การทำงานร่วมกันเป็นทีม และส่งเสริม ให้เกิดเป้าหมายร่วมกันระหว่าง พนักงาน	4	4	4	1
17.2 พนักงานทุกคนในองค์กรของท่าน สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างดี	4	4	4	1
17.3 องค์กรของท่านส่งเสริมให้แนว ทางการทำงานร่วมกันเป็นค่านิยมหลัก (Core Value) ขององค์กร	4	4	4	1
18. ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture)				
18.1 องค์กรของท่านมีสภาพแวดล้อมที่ ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง พนักงาน	3	4	4	1
18.2 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้ พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สูงขึ้น	4	4	4	1
18.3 วัฒนธรรมองค์กรของท่านช่วยให้ พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม กัน	4	4	4	1
19. ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ (Knowledge Sharing Retention)				
19.1 องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้ พนักงานพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน	4	4	4	1
19.2 สภาพแวดล้อมขององค์กรของ ท่านเอื้อให้เกิดการเรียนรู้	4	4	4	1
19.3 ท่านมักมีโอกาสดังได้รับและได้ แบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน	4	4	4	1

20. ด้านความไว้วางใจ (Trust)				
20.1 ท่านสามารถไว้วางใจ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน	4	4	4	1
20.2 เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักปฏิบัติตามข้อตกลง (Agreements)	4	4	3	1
20.3 พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่านมักเป็นไปตามที่ท่านคาดหวัง	4	4	2	0.67
21. ด้านนวัตกรรม (Innovation)				
21.1 พนักงานทุกคนภายในองค์กรของท่านสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา	4	4	4	1
21.2 องค์กรของท่านมีระบบที่คอยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆภายในองค์กร	4	4	4	1
21.3 องค์กรของท่านมีการประเมินติดตามผลและให้รางวัลกับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์	4	4	4	1
21.4 ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของท่าน ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความล้มเหลวของนวัตกรรมใหม่ๆ	4	4	4	1
22. ด้านความผูกพันของพนักงาน (Staff Engagement)				
22.1 ท่านภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่น ๆ ว่าท่านกำลังทำงานที่องค์กรแห่งนี้	4	4	4	1
22.2 ท่านรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรแห่งนี้	4	4	4	1

22.3 ท่านมีความไว้วางใจและซื่อสัตย์ ต่อองค์กร	4	4	3	1
23. ด้านคุณภาพของงาน (Quality)				
23.1 โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์และบริการ ที่องค์กรของท่านส่งมอบคุณภาพ	4	4	3	1
23.2 องค์กรของท่านมักพัฒนาคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่ม ความสามารถในการทำกำไรให้สูงขึ้น	4	4	2	0.67
23.3 ลูกค้ายักพึงพอใจกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรของท่านส่ง มอบ	4	4	4	1

ส่วนที่ 2: ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณาจาก ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน			คะแนน CVI
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร (Employee Awareness)				
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4	4	4	1
2. ความสามารถในการทำกำไรของ องค์กรของท่านทำให้เกิดความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4	4	4	1
3. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อองค์กร ของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4	4	4	1

4. ความพึงพอใจของผู้ลงทุนต่อองค์กร ของท่านทำให้เกิดความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4	4	3	1
5. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วน เสียต่อองค์กรของท่าน ทำให้เกิดความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	4	4	3	1

ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ทางผู้วิจัยขอขอบคุณ ที่สละเวลามาช่วยประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่
ใช้ในการศึกษางานวิจัย (CVI) ในครั้งนี้