

ข้อป้จจ้ยที่มือทธิพลต่อควมผุกพ้หนองค้กรของพ้نگงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มืการ
ทำงานที่บ้าน (Work from Home)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์


เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการ
ทำงานที่บ้าน (Work from Home)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565



นายเจษฎา ยิบ

ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ชนานุศักดิ์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์




รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล



สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความเมตตากรุณาและคุณูปการของท่านทั้งหลายที่ศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงดังนี้

การให้คำปรึกษาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ความรู้ คำแนะนำชี้แนะและข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ที่นำมาปรับใช้ในการทำวิจัย และกราบขอบพระคุณ ณิชาริ เอี่ยมสวรรค์ ผู้ช่วยสอน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตรวจทานเนื้อหาในงานวิจัย รวมถึงการให้คำชี้แนะเพิ่มเติมในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามงานวิจัย รวมไปถึงคนสำคัญในชีวิตที่ร่วมเป็นกำลังใจและสนับสนุน การศึกษาของผู้วิจัยเสมอมา หากขาดสิ่งเหล่านี้ไป สารนิพนธ์ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ได้

เจษฎา ยิบ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

FACTORS THAT AFFECT EMPLOYEE ENGAGEMENT IN E-COMMERCE AND IT INDUSTRIES DURING WORKING FROM HOME PRACTICE

เจษฎา ยิบ 6350354

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ รัตนศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรในการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) 2.เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน จำนวน 425 คน จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า .547 มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 54.7 ($R^2 = .547$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่า 0.3910 ส่วนตัวแปรทั้ง 6 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ ($\beta = 0.146$) ด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา ($\beta = 0.158$) ด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ ($\beta = 0.094$) ด้านคุณภาพชีวิต ($\beta = 0.094$) ด้านหัวหน้างาน ($\beta = 0.244$) มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ทุนมนุษย์และการจัดการองค์กร/ ไวรัสโคโรนา 2019/ COVID-19/ E-Commerce / IT/ ความผูกพันองค์กร/ Work from Home/ การทำงานที่บ้าน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญรูปภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 ขอบเขตระยะเวลา	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร	7
2.2 ความสำคัญของความผูกพันองค์กร	9
2.3 แนวคิด/ทฤษฎีตัวแบบว่าด้วยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	10
2.3.1 แนวคิดความผูกพันของ Steers	
สรุปว่าปัจจัยที่กำหนดความผูกพันต่อองค์กร	10
2.3.2 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs)	11
2.3.3 ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor Theory)	12
2.3.4 แนวคิดของ เอออน ฮิววิท ฮิววิท แอส โซซิเอทส์	15
2.3.5 แนวคิดของ เอออน ฮิววิท ฮิววิท แอส โซซิเอทส์ (ปรับปรุง)	16
2.4 วิกฤตโควิด 19	18
2.5 กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	23
2.5.1 รูปแบบธุรกิจ B2C e-Commerce	24
2.5.2 ธุรกิจที่มีบทบาทในอุตสาหกรรม B2C e-Commerce	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6 กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	30
2.6.1 ประมาณการจำนวนเงินที่ประเทศไทยใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	31
2.7 ตัวแปรที่ทำการศึกษา	64
2.7.1 ตัวแปรต้น	64
2.7.2 ตัวแปรตาม	65
2.8 กรอบงานวิจัย	65
2.9 สมมติฐานของงานวิจัย	66
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	70
3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	70
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	71
3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
3.4 กระบวนการเก็บข้อมูล	78
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	78
บทที่ 4 ผลการวิจัย	80
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
4.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร	83
4.3 ข้อมูลด้านปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร	90
4.4 ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	92
4.4.1 การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	121
5.1 สรุปผลการวิจัย	122
5.2 อภิปรายผล	122
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	142
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	145
5.5 ข้อจำกัดในการทำวิจัย	146

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	149
ภาคผนวก	154
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	155
ประวัติผู้วิจัย	163



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา	32
2.2	สรุปรงานวิจัย	59
3.1	ระดับความคิดเห็นในแบบสอบถาม	72
3.2	ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด	72
3.3	ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อ	76
4.1	แสดงความถี่และค่าร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	81
4.2	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	81
4.3	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	82
4.4	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน	82
4.5	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านการรับรู้ถึงปัจจัยจูงใจการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (RE)	83
4.6	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา (CO)	84
4.7	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านทรัพยากรในการทำงาน (RS)	85
4.8	แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจ	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
เทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้าน เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ (EB)	86
4.9 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านคุณภาพชีวิต (QL)	87
4.10 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา (LS)	88
4.11 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY)	89
4.12 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	90
4.13 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และ ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้าน พฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	91
4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด	95
4.15 ตารางชี้แจงตัวต่อของแต่ละตัวแปร	97
4.16 ผลการทดสอบข้อมูลสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ,	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของ ผู้บังคับบัญชา) ที่มีต่อตัวแปรตามความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	97
4.17 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	99
4.18 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	99
4.19 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	100
4.20 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	103
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	104
4.22 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.23	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	108
4.24	แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	109
4.25	สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	112
5.1	แสดงสมมติฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	123
5.2	แสดงสมมติฐานของปัจจัยแรงจูงใจ (การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE	125
5.3	แสดงสมมติฐานของปัจจัยแรงจูงใจ (ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY, STAY และ STRIVE	127
5.4	แสดงสมมติฐานของปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	130
5.5	แสดงสมมติฐานของปัจจัยค้ำจุน (ทรัพยากรในการทำงาน) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE	133
5.6 แสดงสมมติฐานของปัจจัยค่าจูน (เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE	135
5.7 แสดงสมมติฐานของปัจจัยค่าจูน (คุณภาพชีวิต) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE	138
5.8 แสดงสมมติฐานของปัจจัยค่าจูน (หัวหน้างาน) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE	140

สารบัญรูปลภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 แนวคิดความผูกพันของ Steers	11
2.2 Aon’s Engagement Model (Aon Hewitt, 2015)	17
2.3 ตัวอย่างธุรกิจที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมการค้าปลีก การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของไทย	27
4.1 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)	105
4.2 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	109
4.3 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	114

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ทรัพยากรบุคคลนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่องค์กรในปัจจุบันเล็งเห็นถึงความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากการที่องค์กรจะเติบโตไปได้อย่างยั่งยืนก็ต้องมีทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะ มีความสามารถ และจำนวนที่เพียงพอ เข้ามาช่วยกันขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน มากกว่าการที่มีทรัพยากรบุคคลอย่างเพียงพอแล้ว องค์กรจะต้องพยายามที่จะทำให้ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าเหล่านี้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด ด้วยการวิธีการสร้างความผูกพันองค์กรผ่านเครื่องมือต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างกิจกรรมต่างๆ ให้กับพนักงาน การสร้างบรรยากาศการทำงานที่เหมาะสม เป็นต้น

เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันนั้นได้มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ซึ่งเป็นการจำกัดการติดต่อและการสัมผัสระหว่างคนที่ จะสามารถช่วยลดอัตราการแพร่เชื้อโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้หลาย ๆ องค์กรนั้นมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีแนวโน้มในการแพร่กระจายอย่างต่อเนื่องนั่นก็คือ การทำงานจากที่บ้าน (Work from home) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 (วิมลสิริ หลอดทอง, 2564)



ภาพที่ 1.1 แบบจำลองหรือฉากทัศน์การระบาดของโรคโควิด 19 ในช่วงหลังปีใหม่ 2565

ที่มา : กระทรวงสาธารณสุข (สธ.)

ปัจจุบัน หลายองค์กรต้องปรับรูปแบบการทำงาน ผู้การทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ด้วยผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ทำให้หลายองค์กรมีความสามารถในการปรับตัวได้ดีและรวดเร็ว เป็นสัญญาณว่าจากที่เราเห็นว่ารูปแบบงานในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนรูปแบบการทำงานหลังจากนี้ หรืออาจกล่าวได้ว่าในอนาคตหลังวิกฤตโควิด-19 มีแนวโน้มว่า Work From Home หรือการทำงานจากที่บ้านอาจกลายเป็นความปกติใหม่หรือความปกติใหม่ในการทำงานที่หลายองค์กรเลือกทำและพบว่าการอนุญาตให้พนักงานทำงานที่บ้าน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานหรือผลลัพธ์ (ลักขิภา นุชอุดม, 2564)

“คน” ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในองค์กร องค์กรไม่สามารถที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ได้หากขาดปัจจัยในเรื่องของคน ทั้งในรูปแบบการบริหารขององค์กรในอดีตและปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ ทุกองค์กรจึงทุ่มเทอย่างมากในการสรรหาพนักงานที่มีแนวโน้มว่าจะได้ คึงศักยภาพของบุคลากรนั้นให้เต็มศักยภาพ และรักษาไว้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยได้พยายามปรับปรุงสภาพการทำงานและคุณภาพชีวิตโดยรวมของแรงงาน อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่เริ่มต้นในปี 2563 ส่งผลให้มาตรฐานการครองชีพใน สังคม และมีผลกระทบต่อบุคลากรจำนวนมาก รวมทั้งสร้างปัญหาต่างๆ นานา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข เนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจและสุขภาพจิตของประชาชน ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมแย่ลง ทำให้ธุรกิจต้องเปลี่ยนแปลงไปเพื่อดำเนินงานต่อไป ตัวอย่างเช่น พนักงานองค์กรปรับรูปแบบการทำงานให้ไม่ต้องเดินทางไปที่องค์กรทุกวันอีกต่อไปแต่นั่งทำงานที่บ้าน (Work from home) หรือธุรกิจร้านอาหารเปลี่ยนไปใช้บริการจัดส่ง เป็นต้น (ชนิกานต์ สุวรรณทรัพย์ 2564)

ธุรกิจจำนวนมากได้รับผลกระทบโดยตรงในเชิงลบจากการแพร่กระจายของ COVID-19 ในทางกลับกัน อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซและเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) กำลังเติบโตเนื่องจากผู้คนใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น การใช้แพลตฟอร์มต่างๆ สำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้เติบโตมาจากองค์กร องค์กรขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ในปัจจุบันมีความต้องการให้องค์กรธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย ให้คำปรึกษา และวางแผน โดยปรับการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อลดงานที่ไม่ทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ฯลฯ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป พบว่าเมื่อเปลี่ยนไปใช้อีคอมเมิร์ซสูงขึ้นและเร็วขึ้น ผู้บริโภคถูกบังคับให้ทำ ความคุ้นเคยและปรับตัวให้เข้ากับการซื้อสิ่งจำเป็นและสินค้าอื่นๆ ทางออนไลน์ ท่ามกลางการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่นำไปสู่การล็อกดาวน์ และ social distancing เมื่อการช้อปปิ้งออนไลน์ กลายเป็นกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคทำให้เปิดให้ใช้จ่ายผ่านอีคอมเมิร์ซมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการแบบเดิมๆ ที่ต้องเร่งปรับตัว หันมาใช้ e-commerce เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้านี้ ส่งผลให้มูลค่าของ e-commerce เพิ่มขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

ในช่วงปี 2561-2563 บริษัทบริการและซอฟต์แวร์ดิจิทัลของไทยเติบโตเฉลี่ย 13.0% ต่อปี อันเนื่องมาจากการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ในภาคธุรกิจและการขยายธุรกรรมออนไลน์ตามกระแสโลกที่ขับเคลื่อนโดยนโยบาย 4.0 ของรัฐบาลไทย ซึ่งสนับสนุนให้องค์กรต่างๆ ต้องใช้บริการซอฟต์แวร์เพื่อประมวลผลบิกดาต้าบนแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับคลาวด์และ IoT ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจาก เครือข่าย 4G ที่กว้างขวาง นอกจากนี้ การระบาดของ COVID-19 ได้เร่งการให้บริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ข้ามแพลตฟอร์มต่างๆ

ในช่วงปี 2561-2563 รายได้จากธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์โดยรวมในประเทศไทยเติบโตในอัตราเฉลี่ยต่อปีที่ 13.0% อันเนื่องมาจากการปรับตัวอย่างรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ขับเคลื่อนโดยนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล ซึ่งสนับสนุนให้ธุรกิจต่างๆ ต้องการบริการซอฟต์แวร์เพื่อประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่บนแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อกับคลาวด์และ Internet of Things ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้จากเครือข่าย 4G ที่ครอบคลุม นอกจากนี้ การระบาดของ COVID-19 ได้เร่งการให้บริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์บนแพลตฟอร์มต่างๆ (วิจัยกรุงศรี, 2564)

“ดัชนีความสุขในการทำงานของแรงงานไทย” พบว่าก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 อยู่ที่ 85% ลดลงเหลือเพียง 59% ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค และดัชนีความสุขเพิ่มขึ้น 3 เท่า เมื่อพูดถึงการทำงานจากที่บ้าน 46% ของ คนงานบอกว่างานของพวกเขาดีขึ้น พบว่าพนักงานในสายงาน โฆษณา รวมถึงงานการตลาดดิจิทัล อีคอมเมิร์ซ และ โซเชียลมีเดีย นี่คือกลุ่มที่ทำงานนานขึ้นและนานขึ้นในขณะที่ทำงานจากที่บ้าน(จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย), 2563)

ซึ่งจากผลการศึกษาของแองเจิลและเพอร์รี่ (Angle; & Perry, 1981) ลักษณะของพฤติกรรมที่ส่งกระทบเชิงลบต่อองค์กร เช่น ประการแรก การมาทำงานไม่ตรงเวลา ประการที่สอง ลาออกจากองค์กร และประการสุดท้ายการไม่มาทำงาน ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะพบได้กับพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร ในทางตรงกันข้ามหากพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร ก็จะมาเข้างานตรงต่อเวลา มาทำงานในทุกๆวัน และไม่มีความประสงค์ที่จะลาออกจากองค์กร สรุปได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงาน และสาเหตุนี้ก็ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในภาพรวม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา จึงทำให้สนใจที่จะศึกษาความผูกพันต่อองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานที่ทำงานที่บ้านในช่วงวิกฤตโควิด 19 ในกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการ

เติบโตในช่วงโควิด 19 อย่างก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่น เช่นกลุ่มธุรกิจการผลิตที่ส่วนใหญ่จะมีผลกำไรที่ลดต่ำลงจากผลกระทบของการที่องค์กรจะต้องปิดโรงงาน การขนส่งติดขัดจากการที่มีพนักงานทำงานไม่เพียงพอ แต่กลับกันการที่พนักงานส่วนใหญ่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานจากการทำงานในองค์กร เป็นแบบ Work from home มากขึ้นของในหลายๆ องค์กร ทำให้ องค์กร เหล่านี้ นั้น จะต้องนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยพนักงานในองค์กรมากขึ้นเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่นมากที่สุด กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเติบโตขึ้นจากความต้องการที่เพิ่มขึ้น ส่วนธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นเช่นกัน จากการที่ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากการต้องเดินเข้าห้างสรรพสินค้าเพื่อซื้อสิ่งของต่างๆ เปลี่ยนเป็นการสั่งสินค้าบนออนไลน์ การเดินทางไปรับประทานอาหารภายในร้าน กลายเป็นการสั่งอาหารบนแอปพลิเคชันที่มากขึ้น เมื่อทั้ง 2 ธุรกิจเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้พนักงานในกลุ่มธุรกิจนี้มีแนวโน้มที่ชั่วโมงการทำงานจะมากขึ้น ถึงแม้การทำงานในรูปแบบ Work from home จะลดเวลาการเดินทางของพนักงานได้ แต่เวลาในการทำงานแต่ละวันจะสูงขึ้น จากแรงกดดันที่องค์กรในกลุ่มธุรกิจเหล่านี้เพราะในองค์กรก็ต้องแข่งขันกันเติบโตนั่นเอง ซึ่งแน่นอนว่าจากสาเหตุที่กล่าวไป พนักงานจากทั้ง 2 ธุรกิจนี้ก็จะต้องรับงานที่มากขึ้น ทำให้อาจส่งผลต่ออัตราการลาออกที่สูงขึ้นท้ายที่สุดแล้วผู้วิจัยหวังว่าองค์กร ในกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ สามารถนำปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรที่ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยนำไปเพื่อวางแผนในการรักษาทรัพยากรที่สำคัญเป็นลำดับต้นๆขององค์กร นั่นก็คือทรัพยากรบุคคลนั่นเอง

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรในการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)
2. วิธีการที่เหมาะสมในการเพิ่มความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพื่อใช้ในการวางแผนรักษาทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรพนักงานจากการทำงานจากบ้าน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยชุดแบบสอบถาม กับพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงจะเลือกใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.5 ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ผู้วิจัยจะใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือตั้งแต่ มกราคม 2565 - สิงหาคม 2565 รวมทั้งสิ้น 8 เดือน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับของความรู้สึผูกพันทั้งทางอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรมที่พนักงานมีต่อองค์กร" ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพลังในการทำงานของพนักงานที่มีให้กับองค์กรนั้น ๆ ยิ่งองค์กรสามารถสร้างความผูกพันหรือมัดหัวใจของพนักงานได้มากแค่ไหน ก็ยิ่งส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานและประกอบการขององค์กรมากเท่านั้น (Aon Hewitt Thailand, 2559)

2. การทำงานที่บ้าน หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ทุกที่ทุกเวลาโดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลรองรับการปฏิบัติงานจากที่พักอาศัย หรือจากสถานที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น ร้านกาแฟ ห้องสมุด สวนสาธารณะ ฯลฯ โดยไม่จำเป็นต้องเข้ามาปฏิบัติงานที่สำนักงานเป็นประจำทุกวัน (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2563)

3. ทรัพยากรในการทำงาน หมายถึง ความคิดเห็นชอบพนักงานต่อทรัพยากรในองค์กรและเทคโนโลยีในองค์กร ว่ามีความเพียงพอ หรือมีความเหมาะสมต่อการทำงานที่บ้าน

4. เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ หมายถึง เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการต่างๆที่พนักงานได้รับเพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ จูงใจให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5. คุณภาพชีวิต หมายถึง การมีชีวิตที่สมบูรณ์ในแง่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งเกิดจากการให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ตามสภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม ที่มีอยู่ เป็นอยู่หรือได้รับอยู่ ด้วยการรับรู้และตัดสินใจของมนุษย์ในช่วงเวลาหนึ่ง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (พรภิมล ปานดี, 2557)

6. ความเป็นผู้นำ หมายถึงความสามารถในการบังคับบัญชาบุคคลอื่น โดยได้รับการยอมรับและยกย่องจากบุคคลอื่น เป็นผู้ทำให้บุคคลอื่นไว้วางใจและให้ความร่วมมือ ผู้นำเป็นผู้มีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกหรือสั่งการ บังคับบัญชาประสานงานเพื่อให้กิจการงานบรรลุผลสำเร็จ (เนตร์พนัฒนา ยาวีราย, 2549)

7. กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยผ่านคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (กรมสรรพากร, 2557)

8. กลุ่มธุรกิจธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มเติบโตและเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็นหลายประเภทของธุรกิจเช่น Software, Hardware, Application, Cloud, Out Sourcing, Telecom รวมทั้งการออกแบบ Solution ด้าน IT ต่างๆ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.2 ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร
- 2.3 แนวคิด/ ทฤษฎีตัวแบบว่าด้วยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน
- 2.4 วิกฤตโควิด 19
- 2.5 กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.6 กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)
- 2.7 ตัวแปรที่ทำการศึกษา
- 2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย
- 2.9 สมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันขององค์กรนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่เป็นที่พึงแล้วเข้าใจได้อย่างไม่ยากเย็นนัก กล่าวคือความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกที่พนักงานสามารถรับรู้ได้ทางจิตใจ โดยหากพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรก็จะมีความคิดในเชิงบวกกับองค์กร ความรู้สึกที่ดี อยากส่งมอบสิ่งดีๆ รวมไปถึงทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ และสิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งก็คือความจงรักภักดีโดยมีแนวโน้มที่จะลาออกไปจากองค์กรต่ำ โดยจากที่กล่าวไว้ข้างต้นว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นเรื่องที่สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก แต่สิ่งที่ท้าทายสำหรับองค์กรนั้นก็คือ จะทำอย่างไรให้สามารถสร้างความผูกพันนี้ให้พนักงานสามารถที่จะรับรู้ได้ โดยท้ายที่สุดแล้ว หากองค์กรสามารถ

ประสบความสำเร็จ มักจะได้ผลตอบแทนมาในรูปแบบของการที่พนักงานพูดถึงสิ่งดีๆ กับองค์กร ความจงรักภักดี รวมไปถึงความตั้งใจที่จะทำงานให้มีผลลัพธ์ที่ดีอยู่เสมอ จากการศึกษาค้นคว้าได้มี นักวิชาการและองค์การธุรกิจ ได้ให้ความหมายคำจำกัดความเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของ ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรดังนี้

สเตียร์ (Steers, 1983: 62) ได้นิยามความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความสัมพันธ์อย่าง แรงกล้าในการเป็นสมาชิกและการมีส่วนร่วม (Involvement) ในองค์กรอย่างน้อย 3 ประการคือ ประการแรกเป็นความผูกพันอย่างแน่นแฟ้นที่มีต่อองค์กรที่ตนเองทำงานอยู่ประการที่สองเป็น ความเชื่ออย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและประการสุดท้ายมีความเต็ม ใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อทำประโยชน์ให้กับองค์กรและความปรารถนาอย่างแรง กกล้าที่จะรักษาไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กร

นอร์ทคราฟ และ นิล (Northcraft & Neale, 1987 อ้างถึงใน จิรัชย์พุทธิจิตสงศ์, 2551) ให้ความหมายของความผูกพันว่า เป็นความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งซึ่งระหว่างบุคคลใดบุคคลหนึ่งกับ องค์กร โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. มีศรัทธาและเชื่อมั่นในเป้าหมายและคุณค่าขององค์กร
2. มีความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์กร
3. มีความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร

กรองแก้ว อยู่สุข (2533: 35) มุมมองที่ว่าความมุ่งมั่นขององค์กรคือทัศนคติที่ดีของ บุคคลเกี่ยวกับงานของตน ซึ่งจะช่วยให้ระดับความภักดีต่อบริษัทที่พวกเขาทำงานด้วย (Loyalty) เพื่อให้แน่ใจว่าองค์กรประสบความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์แม้ว่าองค์กรจะอยู่ท่ามกลาง วิกฤตที่เกิดจากตัวแปรภายนอก เช่น สถานะปัจจุบันของเศรษฐกิจ จะพยายามช่วยเหลือในการหา แนวทางแก้ไขปัญหา จะไม่พิจารณาลาออกเพื่อหางานใหม่ ฯลฯ มีความมุ่งมั่นต่อบริษัทนี้ มีความ เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับ Job Satisfaction และ Job Involvement ซึ่งหมายความว่าเมื่อบุคคลพอใจ กับงานของตนแล้ว พวกเขาจะกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมมากขึ้น และเต็มใจที่จะทำงานให้ดีที่สุด มีความผูกพัน และรักที่จะเห็นความก้าวหน้า ขององค์กร กล่าวอีกนัยหนึ่งความพึงพอใจในงานและ การมีส่วนร่วมในงานมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด

คำว่า "ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร " หมายถึงความรู้สึกเชิงบวกที่พนักงานมี ต่อบริษัทที่พวกเขาทำงาน กระตือรือร้นที่จะปฏิบัติหน้าที่และมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสมเพื่อให้ บริษัทบรรลุเป้าหมาย การรู้สึกเหมือนเป็นสมาชิกขององค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญของการอุทิศ ตนเพื่อองค์กร การยอมรับวัตถุประสงค์และแนวปฏิบัติขององค์กรตลอดจนแรงงานที่ทำเพื่อองค์กร ความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกในกลุ่ม พนักงานมีความกังวลเกี่ยวกับทิศทางที่องค์กรจะดำเนิน

ไปในอนาคต และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะมีส่วนร่วมในองค์กรต่อไป หนึ่งชีวิต (ชาญวุฒิ บุญชม, 2553)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ โดยมีความเชื่อมั่นอย่างสูงที่จะยอมรับเป้าหมายขององค์กร มีความเต็มใจและความทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร

ความรู้สึกและการกระทำของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่พวกเขาอยู่ด้วยความมั่นใจในระดับสูงที่จะยอมรับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร มีความปรารถนาพร้อมทั้งความเต็มใจและความทุ่มเทที่จำเป็นในการทำงานเพื่อประโยชน์ของบริษัท ความสามารถขององค์กรในการรักษาความเป็นสมาชิกปัจจุบันได้สำเร็จ (ลลิตา จันทรงาม, 2560)

จากการให้คำกวดความหรือความหมาย ของความผูกพันของพนักงานต่อ องค์กร ช้างต้นผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปว่า ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร คือการที่พนักงานได้มีการยอมรับในวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร รวมไปถึงความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรต่อไป และเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าที่จะปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

2.2 ความสำคัญของความผูกพันองค์กร

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างการเชื่อมต่อตามอุดมคติร่วมกันของความเมตตาซึ่งกันและกัน การดำเนินกิจกรรมใด ๆ หากประสบความสำเร็จได้ หากจงใจให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในความรับผิดชอบของตน อยากเห็นองค์กรการพัฒนา และประสบความสำเร็จ แสดงให้เห็นถึงองค์กรนั้นได้สร้างความผูกพันต่อองค์กรได้สำเร็จแล้ว ซึ่งเมื่อสร้างได้สำเร็จ จะส่งผลดีต่อภาพรวมของการทำงานดังต่อไปนี้ วิลาวรรณ ทรัพย์พิศาล 2549 (อ้างถึงใน สรวุฑ โภชนะสมบัติ, 2559)

1. เป็นการเสริมสร้างกำลังใจให้บุคลากรร่วมมือปฏิบัติงานเพื่อองค์กร
2. เป็นการสร้างแรงศรัทธา และความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากร ทำให้บุคลากรมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร
3. เป็นการสร้างความสามัคคีและการปฏิบัติงานเป็นทีม คือทุกคนต่างให้ความร่วมมือร่วมใจ อย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จขององค์กร
4. เป็นการสร้างความจงรักภักดีและเสียสละเพื่อองค์กร
5. เป็นการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และทำให้งานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

6. เป็นการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงาน

7. เป็นการลดข้อขัดแย้งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงาน

สตีลส์ (Steers, 1977: 48) ความผูกพันต่อองค์การสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้าออก จากงานของสมาชิกในองค์การได้ดีกว่าการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงานเสียอีกคือ

1. ความผูกพันต่อองค์การเป็นแนวคิดซึ่งมีลักษณะครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจ ในงาน สามารถสะท้อนถึงผลโดยทั่วไปที่บุคคลสนองตอบต่อองค์การ โดยส่วนรวมในขณะที่ความ พึงพอใจสะท้อนถึงการตอบสนองของบุคคลต่องาน หรือแง่ใดแง่หนึ่งของงานเท่านั้น

2. ความผูกพันต่อองค์การ การค่อนข้างจะมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจถึงแม้ว่าจะมี การพัฒนาไปอย่างช้าแต่ก็ อยู่อย่างมั่นคง

3. ความผูกพันต่อองค์การ การเป็นตัวชี้วัดถึงประสิทธิภาพขององค์การ

โดยจะเห็นได้ว่าการที่องค์กรต้องการที่จะมีประสิทธิภาพขององค์กรในระดับสูงนั้น พนักงานเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยพนักงานจะต้องมีความผูกพันกับองค์กรใน ระดับสูง เพราะหากพนักงานมีความผูกพันแล้วมักจะมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานเพื่อให้องค์กร บรรลุเป้าหมาย มีความเชื่อมั่นทั้งวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่องค์กรต้องการจะเติบโตไปรวมถึงมีความ ต้องการที่จะเป็นพนักงานขององค์กรต่อไป หากองค์กรมีพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงเป็น จำนวนมาก เชื่อว่าองค์กรก็มีความมั่นคง และเติบโตไปในทิศทางที่กำหนดไว้ได้

2.3 แนวคิด/ ทฤษฎีตัวแบบว่าด้วยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของ พนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่ มีการทำงานที่บ้าน

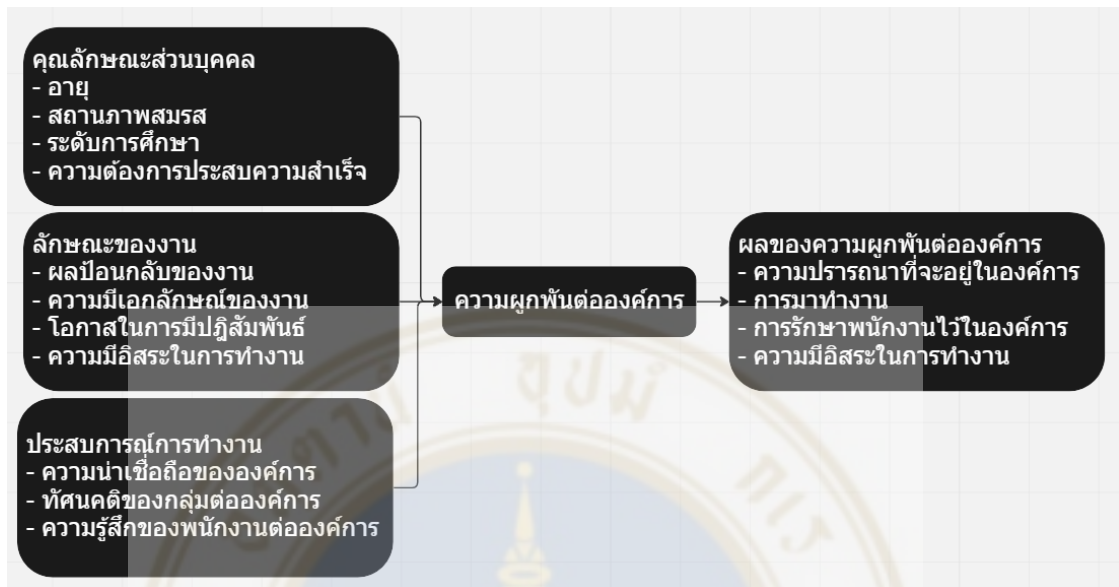
2.3.1 แนวคิดความผูกพันของ Steers สรุปว่าปัจจัยที่กำหนดความผูกพันต่อองค์การ แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวกับลักษณะของแต่ละ บุคคล เช่น อายุโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า การศึกษา และลักษณะบทบาท

2. ลักษณะงาน ประกอบด้วย ความท้าทายของงาน โอกาสที่จะมี ปฏิสัมพันธ์กับสังคม

3. ประสบการณ์การทำงาน ประกอบด้วย ทัศนคติของกลุ่มที่มีต่อ องค์กร ความเชื่อถือ ต่อองค์การและความไว้วางใจต่อองค์การ องค์กรมีความเข้าใจที่พนักงานได้

ลงทุนลงแรงและเห็นความสำคัญของพนักงาน องค์กรมีการให้รางวัลหรือได้ตระหนักถึงความคาดหวังของพนักงาน



ภาพที่ 2.1 แนวคิดความผูกพันของ Steers

2.3.2 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) ของมาสโลว์ (Maslow)

อับราฮัม มาสโลว์ (Dr. C. George Boeree, 2006) ได้ค้นพบว่า ความความต้องการบางอย่างจะมีความสำคัญมากกว่า อย่างอื่น กล่าวคือ ความต้องการสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้ ตัวอย่างเช่น ระหว่างความหิวอาหารกับความกระหายน้ำ ความกระหายน้ำนั้นสำคัญมากกว่า เพราะร่างกายไม่สามารถขาดน้ำได้ มาสโลว์จึงนำแนวคิดนี้ไปพัฒนาต่อและสร้างเป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์แบ่งออก 5 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ของมนุษย์ เช่น อาหาร น้ำ อากาศ รวมไปถึง สิ่งอื่นๆที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น การนอน การพักผ่อน เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการด้านความมั่นคงและปลอดภัย (Safety and security needs) เมื่อคนเรา ได้รับความต้องการทางด้านร่างกายแล้ว จะเริ่มกังวลเรื่องอื่นๆมากขึ้น ทำให้ต้องการความมั่นคง ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านความรักและการยอมรับ (Love and belonging needs) เป็นความต้องการที่เริ่มจากความรู้สึกต้องการเพื่อน คนรอบข้างจึงทำให้มีความต้องการที่จะได้รับการยอมรับ จากคนรอบข้าง การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม การมีเพื่อน

ขั้นที่ 4 ความต้องการด้านความเคารพ (Esteem Needs) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1. ระดับล่าง คือ ต้องการได้รับการเคารพจากผู้อื่น ชื่อเสียง การชื่นชม
2. ระดับสูง คือ การเคารพตัวเอง รู้สึกเชื่อมั่น มีอิสระ

ขั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จในตนเอง (Self-actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมาสโลว์ คือ การเป็นในสิ่งที่ตัวเองต้องการจะเป็น โดยใช้ศักยภาพที่ตนเองมีเพื่อให้ กลายเป็นคนที่ตนเองต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ (Maslow, ลลิตา พรรณพนาวัลย์, 2560, หน้า 8-9)

2.3.3 ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor Theory) ของเฮิร์ชเบิร์ก (Herzberg's Theory of Motivation 1959)

ซึ่งเฮิร์ชเบิร์กได้ศึกษาจากปัจจัยที่ทำให้พนักงานเกิดความพอใจและไม่พอใจในงาน โดยศึกษาโดยการสัมภาษณ์พนักงานวิศวกรและบัญชี จำนวน 200 คน จากการศึกษาจึงสามารถแบ่งปัจจัย ได้ออกเป็น 2 ปัจจัยหลักดังนี้ (Herzberg, 1959 อ้างถึงใน ยุพินธร โชติสุข, 2548)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่องานแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ (Herzberg's, 1959 อ้างถึงใน สาสีทิพย์ ยิ่งฟูวัฒนา, 2553)

1. องค์ประกอบจูงใจ (Motivates factors) เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติโดยตรงและเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลเกิดความพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่จะทำประกอบด้วย

- ความสำเร็จในชีวิต (Achievement) การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นประสบผลสำเร็จอย่างดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน และรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น
- การเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป (Recognition) การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคล ในหน่วยงานหรือบุคคลอื่น ๆ ที่มาขอคำปรึกษา ซึ่งอาจแสดงออกในรูปการยกย่องชมเชย การให้ กำลังใจ การแสดงความยินดีการแสดงออกที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ
- งานที่มีความรับผิดชอบ (Responsibility) การได้รับมอบหมายให้ดูแลงานใหม่ ๆ และมีอำนาจอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

- งานที่ทำแล้วมีโอกาสก้าวหน้า (Advancement) การได้รับเลื่อนขั้น การเลื่อนตำแหน่ง ให้สูงขึ้น มีโอกาสได้ศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ได้รับการฝึกอบรม
- ตำแหน่งงานที่ดี (Work itself) งานนี้น่าสนใจ ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทลายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะทำตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพัง

องค์ประกอบจูงใจ (Motivates factors) ปัจจัยประเภทนี้เป็นปัจจัยที่ผูกติดอยู่กับงาน สร้างแรงจูงใจและทำให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น บางครั้งเรียกว่า ปัจจัยที่ทำให้พอใจ (Satisfier) โดยพนักงานจะมองปัจจัยนี้ว่าเป็นรางวัลจากการทำงาน เป็นความต้องการซึ่งเมื่อเทียบกับทฤษฎีแรงจูงใจของ มาสโลว์ คือ ความต้องการด้านจิตใจที่เดิมเข้ามาในชีวิต (higher-level psychological need) (ปียนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร, 2562)

2. องค์ประกอบค้ำจุน (Hygiene or Maintenance factors) หรือองค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene factors) เป็นองค์ประกอบที่ช่วยป้องกันการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะเกิดความไม่ชอบงาน หรือหย่อนประสิทธิภาพลง ประกอบด้วย

- เงินเดือน (Salary) หมายถึง สิ่งตอบแทนการปฏิบัติงานในรูปเงินรวมถึงการเลื่อนขั้น เงินเดือนในหน่วยงานนั้น เป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน
- โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of growth) หมายถึง ความน่าจะเป็น ที่บุคคลจะได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ
- ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal relation, Subordinate, Peers) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกัน และกันเป็นอย่างดี
- สถานะของอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับและนับถือของสังคม มีเกียรติ และมีศักดิ์ศรี
- นโยบายและการบริหาร (Company policy and administration) หมายถึง การจัดการและ การบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ
- สภาพการทำงาน (Working condition) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ
- ชีวิตส่วนตัว (Personal life) หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น การไม่ถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลครอบครัว

- ความมั่นคงในงาน (Job security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน
- การปกครองบังคับบัญชา (Supervision) หรือการนิเทศงาน หมายถึง ความสามารถหรือ ความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชาหรือผู้นิเทศงานในการดำเนินงานและการบริหารงาน

องค์ประกอบค้ำจุน (Hygiene or Maintenance factors) คือ ปัจจัยซึ่งรักษาแรงจูงใจที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ให้คงอยู่เป็นปกติ การเพิ่มปัจจัยประเภทนี้ไม่ได้สร้างความพอใจในระยะยาว เป็นเพียงการรักษาสถานะไม่ให้เกิดความไม่พอใจเท่านั้น แต่หากปัจจัยดังกล่าวลดลงหรือหมดไป พนักงานจะรู้สึกไม่พอใจและเรียกร้อง (dissatisfaction) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า องค์ประกอบค้ำจุน คือ ปัจจัยซึ่งหากมีอยู่เพียงพอหรือสมควรแก่เหตุผล จะทำให้พนักงานยอมรับสภาพที่เป็นอยู่และอยู่ในความสงบได้ องค์ประกอบค้ำจุน ไม่มีผลต่อการทำงาน บางครั้งเรียกว่า ปัจจัยที่ทำให้ไม่พอใจ (dissatisfier or maintenance factor) เพราะเป็นตัวทำหน้าที่เพียงประคองความรู้สึกไม่ให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจ ถ้าเทียบกับทฤษฎีแรงจูงใจของ มาสโลว์ ก็คือความต้องการพื้นฐานทางกายภาพ (lower-order need at work) ซึ่งบุคคลต้องการและคาดหวังว่าจะต้องมี อาทิ (ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร, 2562)

กล่าวโดยสรุป การที่จะให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ และมีแรงจูงใจในการทำงาน องค์การควรที่จะให้ปัจจัยขององค์ประกอบค้ำจุนแก่พนักงานอย่างพอเพียง และเหมาะสม เพื่อให้พนักงานไม่รู้สึกเกิดความไม่พอใจ เช่นการที่องค์กรควรมีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม การเติบโตภายในองค์กร การมีสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน อาชีพที่ปฏิบัติ นั้นเป็นที่เชิดหน้าชูตา การที่องค์กรมีสภาพการทำงานที่เหมาะสม อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกให้พนักงานทำงานได้อย่างราบรื่น ออฟฟิศที่เดินทางได้สะดวก เก้าอี้ โต๊ะ นั่งสบายเป็นต้น แม้กระทั่งความมั่นคงในงาน เมื่อตั้งใจทำงานแล้ว ทำให้พนักงานเชื่อได้ว่าองค์กรนี้มีความมั่นคง ไม่มีการจ้างพนักงานออกเป็นต้น ในกรณีที่ให้มากเกินไปก็มักจะเป็นการสร้างแรงจูงใจแค่ชั่วคราวเท่านั้น หากมองในเรื่องที่องค์กร สามารถให้ได้ง่ายที่สุดคือเงินเดือนที่เพิ่มให้พนักงานได้ง่าย สุดท้ายแล้วหากเป็นปัจจัยเดียวที่องค์กรมอบให้พนักงาน ไม่ว่าจะมากแค่ไหน ก็จะเป็นการที่พนักงานรู้สึกพอใจได้ชั่วคราว ไม่ได้เป็นสิ่งที่คงทน แต่สิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่องค์กรควรจะต้องใส่ใจคือองค์ประกอบจูงใจ เพราะเป็นปัจจัยที่จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน และเพื่อที่จะจูงใจในการทำงาน เช่นการที่พนักงานมีเงินเดือนพอรับ ยอมรับในความเชี่ยวชาญในงาน ทำให้เกิดการเป็นที่ยอมรับภายในองค์กร การมีอำนาจในการตัดสินใจในงาน ซึ่งหากพนักงานมีทั้ง 2 องค์ประกอบที่กล่าวไว้

ข้างต้นก็จะทำให้พนักงานตั้งใจสร้างสรรค์ผลงานให้กับองค์กร โดยทำที่ สุดแล้วก็จะทำให้องค์กรเติบโตไปด้วยเช่นกัน

2.3.4 แนวคิดของ เอออน ฮิววิต ฮิววิต แอสโซซิเอทส์ (Hewitt Associates Hewitt Associates)

ฮิววิต แอสโซซิเอทส์, 2003 (อ้างถึงใน สมจิตร์จันทร์เพ็ญ, 2557 : 14) การศึกษาเรื่อง ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) นั้น ฮิววิต แอสโซซิเอทส์ ได้ให้มุมมองว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้โดยพฤติกรรม กล่าวคือ สามารถดูได้จากการพูด (Say) โดยพนักงานที่มีความผูกพัน ต่อองค์กรจะพูดถึงองค์กรแต่ในแง่บวก และพิจารณาได้จากการดำรงอยู่ (Stay) คือพนักงานมีความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร ต่อไป และดูได้จากการที่พนักงานได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) เพื่อช่วยเหลือ หรือ สนับสนุนธุรกิจขององค์กร โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตาม แนวคิดของ ฮิววิต แอสโซซิเอทส์ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

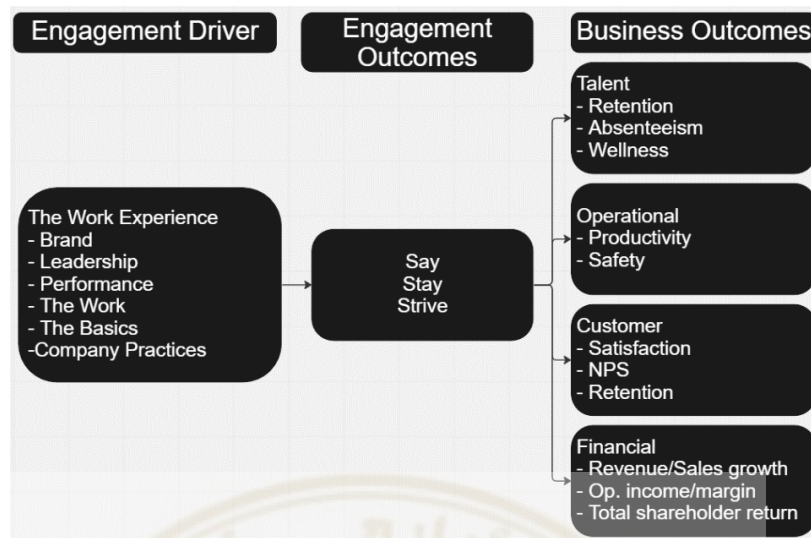
1. ภาวะผู้นำ (Leadership) หรือบทบาทและลักษณะของผู้นำในองค์กร ซึ่งถือเป็นผู้ที่มีหน้าที่กำหนดแผนนโยบายและบริหารงานภายในองค์กร ซึ่งมีผลโดยตรงต่อรูปแบบในการบริหารงานและการทำงานของคนในองค์กร
2. วัฒนธรรมหรือจุดมุ่งหมายขององค์กร (Culture/Purpose) ซึ่งจะเป็ นสิ่งยึดเหนี่ยวให้คนในองค์กรสามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
3. ลักษณะงาน (Work activity) คือลักษณะหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานที่เขาได้รับมอบหมายว่ามีความสำคัญ ต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด, ทำท ายความสามารถของเขาหรือไม่, มีโอกาสเติบโตในสายงานมากน้อยแค่ไหน
4. ค่าตอบแทนโดยรวม (Total compensation) คือผลตอบแทนที่พนักงานได้รับจากการส่งมอบผลการทำงานที่บริษัท ตอบแทนนั้นอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของพนักงานหรือไม่
5. คุณภาพชีวิต (Quality of life) คือ สิ่งแวดล้อมและการใช้ชีวิตในการทำงานกับชีวิตส่วนตัวของพนักงานนั้น มีความสมดุลกัน หรือไม่ เขาได้รับการอำนวยความสะดวก หรือ มีปัจจัยที่ส่งเสริมให้เขาสามารถใช้ชีวิตในการทำงานได้อย่างมีความสุขหรือไม่
6. โอกาสที่ได้รับ (Opportunity) หมายถึง พนักงานได้มีโอกา สในการที่จะได้รับการยกย่องการได้รับ โอกาสให้เป็นส่วนหนึ่งของทีม หรือการได้รับ โอกาสที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนา งานหรือชีวิตส่วนตัว

7. ความสัมพันธ์ (Relationship) คือการที่พนักงานได้มีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งต่อหัวหน้า เพื่อนร่วมงาน ลูกน้องลูกค้า หรือในระหว่างทีมงาน

2.3.5 แนวคิดของ เอออน อิววิท อิววิท แอสโซซิเอทส์ (ปรับปรุง)

อิววิท แอสโซซิเอทส์, 2011 (อ้างใน จิตติพร วิษิต, 2561 :16-17) ได้ทำการปรับปรุง โครงสร้างโมเดลความผูกพันทุ่มเทของพนักงานในองค์กรซึ่ง ประกอบด้วยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. แบรนค์ ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร บรรษัทภิบาล หรือความรับผิดชอบต่อ (Corporate Responsibility)
2. ภาวะผู้นำ (Leadership) ได้แก่ ภาวะผู้นำระดับอาวุโส (Senior Leadership) และ ภาวะผู้นำระดับหน่วยธุรกิจ (BU Leadership)
3. ผลการดำเนินงาน (Performance) ได้แก่ โอกาสในอาชีพ (Career Opportunity) การเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development) การบริหารผลการดำเนินงาน (Performance Management) ผลตอบแทน และการให้ความสำคัญแก่พนักงาน
4. วัธีปฏิบัติขององค์กร (Company Practices) ได้แก่ การสื่อสาร (Communication) ความหลากหลาย และการเข้าถึง (Diversity and Inclusion) โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการทำงาน (Enabling Infrastructure) การบริหารความสามารถ และการคัดเลือกพนักงาน (Talent and Staffing)
5. ปัจจัยพื้นฐาน (The basics) ได้แก่ ผลประโยชน์ (Benefits) ความมั่นคงในหน้าที่การงาน (Job Security) ความปลอดภัย (Safety) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Work Environment) ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน (Work Life Balance)
6. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน โดยตรง (The Work) ได้แก่ ความร่วมมือ (Collaboration) การมอบอำนาจ หรืออำนาจการตัดสินใจ (Empowerment Autonomy) ลักษณะงาน (Work Task)



ภาพที่ 2.2 Aon's Engagement Model (Aon Hewitt, 2015) ที่มา: Oehler, K., PhD (2015). Aon Hewitt's Model of Employee Engagement [Electronic Version]. Risk Reinsurance Human Resources, 1-2.

จากภาพที่ 2.2 จะได้เห็นว่า Engagement Model จะประกอบไปด้วยสิ่งที่ขับเคลื่อนองค์กรและผลลัพธ์การมีส่วนร่วมทางธุรกิจตลอดจนผลลัพธ์ส่วนบุคคล เมื่อเราพูดถึงตัวแปรของความผูกพันองค์กร เราจะรวมถึงสภาวะทางจิตใจและผลลัพธ์ของพฤติกรรมที่การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความผูกพันองค์กรจะรวมถึงหลายตัวแปร ที่ได้ถูกยอมรับอย่างกว้างขวางในทางวิชาการ เช่น ความมุ่งมั่นทางอารมณ์และความต่อเนื่อง แรงจูงใจ และพฤติกรรมความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ในทางปฏิบัติ หมายความว่าความผูกพันองค์กร เกี่ยวข้องกันระหว่างความคิด อารมณ์ ความตั้งใจ และพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี จึงได้พิจารณาตัวแปรของความผูกพันองค์กรทั้ง 6 ตัว จะสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรม Say, Stay, and Strive ซึ่งในแต่ละพฤติกรรมจะมี 2 พฤติกรรมย่อยลงไปอีก

พฤติกรรม Say คือ พูดในแง่บวกเกี่ยวกับองค์กรกับเพื่อนร่วมงาน ผู้มีโอกาสเป็นพนักงานขององค์กร และลูกค้าขององค์กร พฤติกรรมย่อยประกอบด้วย

- ฉันไม่ลังเลที่จะแนะนำองค์กรนี้ให้กับเพื่อนที่กำลังมองหางาน
- เมื่อมีโอกาส ฉันจึงบอกเล่าสิ่งดีๆ ให้คนอื่นฟังเกี่ยวกับการทำงานที่นี่

พฤติกรรม Stay คือ มีความจิตสำนึกต่อองค์กร และปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

- การตัดสินใจจะออกจากองค์กรนี้จะต้องใช้เวลา
- ฉันไม่ค่อยคิดที่จะออกจากองค์กรนี้ไปทำงานที่อื่น

พฤติกรรม Strive คือ มีแรงจูงใจและทุ่มเทเพื่อความสำเร็จในงานและเพื่อบริษัท

- มั่นตั้งใจทำงานให้ดีที่สุดทุกวันเพื่อองค์กรของฉัน
- องค์กรนี้กระตุ้นให้ฉันมีอยากมีส่วนร่วมในการทำงานที่เพื่อทำงานให้เสร็จ

คำจำกัดความ " Say, Stay, and Strive " นี้มาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและการสนทนากลุ่มเป็นพันๆ ครั้งกับทาง เอออน ฮิววิท ฮิววิท แอสโซซิเอทส์ ได้สำรวจทั่วโลกเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร เราเชื่อว่าพนักงานต้องแสดงทั้งสามพฤติกรรมคือ Say, Stay, and Strive ถึงจะถูกพิจารณาว่า "มีความผูกพันองค์กร"

2.4 วิกฤตโควิด 19

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นเมืองที่มีประชากร มากที่สุดในภาคกลางของประเทศจีน กว่า 19 ล้านคน วันที่ 30 ธันวาคม 2562 สำนักงานสาธารณสุขเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ได้ออกประกาศเป็นทางการ พบโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับตลาด อาหารทะเลที่เมืองอู่ฮั่น โดยสาเหตุที่เป็นไปได้มากที่สุดในการติดต่อสู่คน คือการสัมผัสกับเนื้อสัตว์ประเภทต่างๆ ที่วางขายในตลาด และเนื่องจากเมืองอู่ฮั่นเป็นเมืองใหญ่ที่มีประชาชนอยู่หนาแน่น จึงทำให้การระบาด แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว มีผู้ป่วยหนักและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก หลังจากพบการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนและองค์การอนามัยโลก ได้ออกมาระบุว่า ไวรัสชนิดดังกล่าว คือ SARS-CoV-2 เรียกว่า COVID-19 (ย่อมาจาก CO แทน corona, VI แทน virus, D แทน disease และ 19 แทน 2019)ตามการประกาศ ชื่ออย่างเป็นทางการที่ใช้เรียก โรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ขององค์การ อนามัยโลก และพบการแพร่เชื้อจากคนสู่คน ผ่านละอองฝอยขนาดเล็ก (Aerosol) องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern – PHEIC) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 ต่อมาได้พบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศ ทั่วโลก กรมควบคุมโรค (กรมควบคุมโรค, 2564)

แม้จะผ่านไปเกือบปีแล้ว รัฐบาลไทยและหน่วยงานต่างๆ ก็ไม่สามารถหยุดยั้งการแพร่ระบาดของเชื้อโควิดได้ ในทางกลับกัน การกลับเป็นซ้ำของวงจรระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ที่ตลาดกึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนสำหรับ Super spreaders เพื่อแพร่

เชื้อ โควิดทั่ว 40 จังหวัด หรือมากกว่าครึ่งประเทศซึ่งเทียบเท่ากับอันตรายที่มากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ก็เป็นความท้าทายที่ยากขึ้นเรื่อยๆ ต่อความสามารถในการจัดการของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และองค์กรอื่นๆ ทั้งแรงกดดันและแรงกระตุ้นสำหรับการปรับตัวในทุกอุตสาหกรรม ปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการใช้ชีวิต การทำงาน การบริโภค และการใช้จ่ายในแต่ละวันของคน โดยเฉพาะที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ส่งผลให้ผู้ที่ประกอบธุรกิจที่หลากหลายอุตสาหกรรม จำเป็นต้อง ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจและให้บริการควบคู่ไปกับการปรับลักษณะการทำงานและปรับ การจัดการให้เข้ากับบริบทใหม่และความปกติใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของ ลูกค้าและช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในลักษณะอื่น (สสพท, 2563)

Omicron นักวิทยาศาสตร์ด้านโควิด-19 ที่น่าเป็นห่วงในแอฟริกาพบเชื้อ โควิดที่แพร่ ระบาดอย่างรวดเร็วที่รู้จักกันในชื่อ B.1.1.529 หรือ Omicron มีการค้นพบการระบาดใหญ่ในหลาย ภูมิภาคทั่วโลก ภายในเวลาไม่กี่วัน หลายประเทศได้ค้นพบการติดเชื้อไวรัส คนที่เพิ่งไปแอฟริกาซึ่ง เป็นแหล่งที่มาของไวรัส และคนที่พวกเขาไม่เคยเดินทางไปแอฟริกา ขณะนี้พบอาการป่วยในกว่า 57 ประเทศทั่วโลก ตามการเปิดเผยขององค์การอนามัยโลกซึ่งอ้างถึงการวิจัยที่ดำเนินการโดยสำนักงาน สาธารณสุขแห่งแอฟริกาได้ พบว่าสายพันธุ์ Omicron กลายพันธุ์อาจแพร่กระจายได้เร็วกว่าสายพันธุ์ เดลต้า จนถึงทุกวันนี้ เดลต้ายังระบาดเป็น 99% ของกรณีทั้งหมดที่พบทั่วโลก ในอีกทางหนึ่ง เป็นไป ได้ว่าในอนาคตอันใกล้ Omicron จะกลายเป็นสายพันธุ์หลักที่มีอานิคมทั่วโลก โดยนักวิจัยใน เครื่องจักรอนามัยโลก สถาบันโรคติดต่อแห่งชาติในแอฟริกาได้ระบุว่าบุคคลที่เคยติดเชื้อไวรัสโค โรนาสายพันธุ์ก่อนหน้าจะมีความเสี่ยงสูงที่จะติดเชื้อไวรัสโอมิครอนอีกสายพันธุ์หนึ่ง อย่างไรก็ตาม เชื่อกันว่าการสร้างภูมิคุ้มกัน โรคที่มีอยู่ในขณะนี้สามารถหลีกเลี่ยงอาการรุนแรงได้ (WHO, 2564)

เพื่อจำกัดปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งจากผลการศึกษานี้ จะช่วยป้องกันการติดเชื้อ โควิด- 19 เป็นประโยชน์ต่อทั้งบริษัทและพนักงานในการให้พนักงานทำงานที่บ้านได้ เนื่องจากช่วยให้ทั้ง บริษัทและพนักงานประหยัดเงิน เวลาเดินทางลดลง ประหยัดเงิน ข้อดีส่วนใหญ่สะสมให้กับ พนักงานในรูปแบบของเวลาเดินทางที่ลดลง ซึ่งจะทำให้พนักงานมีเวลาในการทำกิจกรรมตามที่ ต้องการเพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ปิยพร ประสมทรัพย์, 2564)

นักเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยแคนฟอร์ดใน สหรัฐอเมริกาได้ทำการทดลองเรื่อง ประสิทธิภาพของการทำงาน ในกรณีทำงานที่บ้านในพนักงานของบริษัท ซีทริป ซึ่งเป็นองค์กร เอนเจนีในเมืองเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน และมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ มากกว่า 16,000 คน โดยแบ่งพนักงานออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ทำงานที่บ้าน และกลุ่มที่ทำงานใน สำนักงาน โดย ใช้ระยะเวลาทดลอง 9 เดือน ผลการทดลอง พบว่า องค์กร สามารถทำกำไรจากกลุ่มพนักงาน ที่ ทำงานที่บ้านได้ 1,900 เหรียญสหรัฐ ต่อคน ต่อปี อันมีผลมาจากการประหยัดงบประมาณ ค่าน้ำ ค่า

ไฟ ค่า เครื่องปรับอากาศ และมีผลผลิตการทำงานมากขึ้นจากการลดเวลาเดินทาง การทำงานที่บ้าน ทำให้พนักงานมีสมาธิในการทำงานที่ดีขึ้น และทำให้แนวโน้มที่พนักงานจะลาออกจากงานมีน้อยลง เนื่องจากพนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงาน ซึ่งไม่ได้ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานน้อยลงแต่อย่างใด (นิโคลัส บลูม, 2015)

การดำเนินการภายใต้สถานการณ์ COVID-19 มีผลกระทบอย่างมากต่อการจ้างงานหลายคนจากกลุ่มรายได้ต่ำตกงานเนื่องจากการผลักดันให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายและมีโอกาสทำเช่นนั้นจำนวนตำแหน่งที่ว่างไม่มากนัก ผู้ที่มีงานระดับกลางและเงินเดือนสูงเป็นสมาชิกของกลุ่มประชากรที่สามารถเข้าถึงตัวเลือกที่หลากหลาย พนักงานส่วนใหญ่จะทำหน้าที่จากที่บ้าน (Work from home) พนักงานเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญระดับสูงในการใช้เทคโนโลยีและสามารถใช้เทคโนโลยีหลายรูปแบบในการทำงาน เช่น Zoom และ Google Dog ไม่มีผลกระทบด้านลบต่อประสิทธิภาพของงานที่ทำ และช่วยให้องค์กรประหยัดเงินได้อย่างแท้จริง สถาบันวิจัยเศรษฐกิจมหาวิทยาลัยปวย อัง ภากรณ์ ประจำปีการศึกษา 2563 (อ้างอิงถึงใน ทนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ฉิมฉันทน์ ศิริไสยาสน์ และ โชติ บดีรัฐ, 2564)

ในช่วงโควิด-19 ทำให้รูปแบบการทำงานแบบ ทำงานที่บ้าน (Work from home) กลายเป็นเรื่องปกติ พบเห็นได้ทั่วไป หลายคนอาจจะรู้สึกไม่ถนัดอยู่บ้าง แต่เมื่อถึงจุดหนึ่งก็มีคนกลุ่มที่ชอบและเคยชินกับการทำงานจากบ้านหรือจากที่ไหนก็ได้ รวมถึงไม่อยากกลับเข้าออฟฟิศแบบเดิมอีก ทำให้แต่ละองค์กรจะต้องหารูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นขึ้น หลายบริษัทเลือก การทำงานแบบไฮบริดหรือก็คือ การทำงานจากบ้านหรือจากที่ไหนก็ได้ผสมกับการเข้าออฟฟิศ เช่น เข้าออฟฟิศแค่ 3 วันต่อสัปดาห์ หรือเข้าเฉพาะวันประชุม ข้อดีของการทำงานแบบนี้ คือ พนักงานเองก็มีอิสระ ออฟฟิศเองก็สามารถปรับลดขนาดให้เล็กลงได้ แต่ก็อาจน่าห่วงว่าพนักงานสามารถหมดไฟ (Burn Out) จากการทำงานที่บ้านได้ (สิริธรรมย์ เตชะศรีอมรรตน์, 2564)

การทำงานรูปแบบออนไลน์นั้นมีแนวโน้มสูงที่จะดำเนินต่อไป ถึงแม้เราจะผ่านวิกฤตโควิดไปได้แล้ว หลังจากได้ทำแบบสำรวจออกมาแล้ว พบว่าพนักงานมีความต้องการที่จะทำงานรูปแบบออนไลน์หรือทำงานที่บ้านมากขึ้น ในด้านของบริษัทก็สนใจมากขึ้นในเรื่องของรูปแบบการบริหาร ศักยภาพของบริษัท และการประเมินผลงานของพนักงานในการทำงานรูปแบบออนไลน์หรือการทำงาน ที่บ้าน ว่าจะต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะยังคงสร้างความผูกพันต่อองค์กร ได้ดั้งเดิมหรือ มากกว่าเดิม Gartner, 2020 (อ้างอิงใน นัฏฐิกา บุญรักษาสัตย์, 2564)

พนักงานมากกว่ายี่สิบเปอร์เซ็นต์มีตัวเลือกในการทำงานจากที่บ้านสามถึงห้าวันต่อสัปดาห์ มีประสิทธิผลเท่ากับการทำงานจากที่บ้านหรือในสำนักงาน หากแนวโน้มนี้ยังคงดำเนินต่อไป จะมีจำนวนคนที่ทำงานจากที่บ้านเท่ากันทุกปี นั่นหมายถึงจำนวนบุคคลที่ทำงานแบบ Work

from home เมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของ COVID-19 มากถึงสามถึงสี่เท่า เศรษฐกิจของเมือง จะได้รับผลกระทบด้วยเหตุนี้ ปัญหาการขนส่งและรูปแบบการใช้จ่ายผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (McKinsey & Company, 2020)

วิกฤตการณ์ที่เกิดจาก COVID-19 ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์มากมายที่ส่งผลกระทบต่ออย่าง มีนัยสำคัญทั่วโลก ในสาขาการแพทย์ การเงิน การพาณิชย์ และแม้กระทั่งการศึกษา เนื่องจาก ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและองค์กร ความเป็นไปได้ในการสัมภาษณ์ และการ ใ้ทำงานทำ เป็นไปได้ ยากขึ้นจากผลกระทบในเรื่องของเศรษฐกิจ รวมไปถึงการเกิด New normal ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนความ New normal สำหรับผู้ที่กำลังมองหาการทำงาน เมื่อช่วงเวลาปกติใหม่เริ่มต้นขึ้น 5 สิ่ง ต่อไปนี้จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของคนวัยทำงาน

1. พนักงานจะทำงานที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ระหว่างการระบาดของไวรัส ธุรกิจหลาย แห่งได้สั่งให้พนักงานอยู่ที่บ้าน เพื่อป้องกันการติดเชื้อเพิ่มเติมและการแพร่กระจายของโรค ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่จะหยุดชะงักระหว่างการเดินทางหรือขณะทำงานในสถานที่ทำงาน ในช่วงโค วิด-19 มีหลายบริษัททำให้พนักงานสามารถทำงานจากความสะดวกสบายของบ้านตนเองได้ และ คาดว่าแนวคิดนี้ จะทำให้แนวโน้มในการทำงานแบบ Work from home จะกลายเป็นบรรทัดฐาน สำหรับพนักงานในที่สุด สำหรับพนักงานที่กำลังมองหาและนายจ้างที่อยากจ้างคนที่มี ประสิทธิภาพสูง

2. การเว้นระยะห่างทางสังคมในที่ทำงาน จะมีการเว้นระยะห่างทางสังคมอย่างเข้มงวด ในสถานที่ทำงาน เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันยังมีโอกาสเอื้อให้พนักงานที่เข้าทำงานที่องค์กร สามารถส่งผ่านเชื้อ Covid-19 ได้ โดยเฉพาะในที่ทำงาน ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่ผู้คนอาศัยอยู่ใกล้กัน พนักงานที่จำเป็นต้องกลับไปทำงานที่บริษัทยังคงต้องรักษาระยะห่างจากเพื่อนร่วมงานที่มีไวรัส เพื่อลดโอกาสในการติดเชื้อ

3. เทคโนโลยีจะช่วยให้ทำงานได้มากและสะดวกขึ้น ด้วยช่องว่างทางสังคมที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการทำงานจากที่บ้านหรือทำงานจากที่ต่าง ๆ อย่างอิสระจากกันโดยที่ทั้งสองฝ่ายไม่ เคยเจอหน้ากันเลย การใช้เทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อินเทอร์เน็ต และโปรแกรมต่างๆ สำหรับการประชุมและการทำงานทางไกล ซึ่งทั้งสองอย่างนี้จะกลายเป็น มาตรฐานโดยสำหรับองค์กรทั่วไปในไม่ช้า

4. ความสัมพันธ์ทั้งตัวพนักงาน เพื่อนร่วมงานและองค์กรจะเปลี่ยนไป จากการ ปรับเปลี่ยนเพิ่มเติม ทางเลือกหนึ่งคือการทำงานจากที่บ้าน โดยจะเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยเปลี่ยนจากการประชุมแบบเห็นหน้ากันแบบเดิมๆ ที่จัดขึ้นเพื่อ

แลกเปลี่ยนข้อมูลและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการภายในธุรกิจ เฉพาะสิ่งที่มีศักยภาพที่จะมีอิทธิพลต่อวิธีที่บริษัทสร้างความสัมพันธ์

5. สิ่ง que เพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงานด้วยการมีโอกาศ จากการเข้าร่วมหลักสูตรออนไลน์ หลายคนทำงานจากที่บ้านอยู่ในฐานะที่จะใช้ประโยชน์จากความยืดหยุ่นในที่ทำงาน และโดยอุทิศเวลาทำงานบางส่วนเพื่อการศึกษาต่อผ่านหลักสูตรออนไลน์ต่างๆ บางส่วน ซึ่งให้บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายหรือการเรียนที่ต้องมีค่าธรรมเนียม ประโยชน์ของการเรียนในชั้นเรียนเหล่านี้ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าร่วมการบรรยายเมื่อใดก็ตามที่สะดวกสำหรับคุณผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการมีใบรับรองในแต่ละหลักสูตร เมื่อเรียน และสอบได้ตามที่หลักสูตรกำหนดไว้

ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นในสังคมการทำงานเนื่องจาก COVID-19 กำลังส่งผลกระทบต่อโลก รวมถึงความเป็นไปได้ที่มันอาจกลายเป็น New Normal หลังจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ (JobsDB, 2563)

สรุปได้ว่าวิกฤตโควิด 19 เป็นปัญหาวิกฤตสำคัญที่มาถึงเวลานี้ ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย และโลก ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม ทำให้หลายๆองค์กรไม่สามารถดำเนินการได้ตามปกติเนื่องจากหากพนักงานเข้ามาปฏิบัติงานที่องค์กร ทั้งที่มีอาการป่วย จะส่งผลกระทบต่อคนอื่น ทำให้จึงต้องหาทางดำเนินการให้ได้ต่อเนื่องมากที่สุด นั่นคือการที่ให้พนักงานทำงานในรูปแบบ Work from home ซึ่งรูปแบบการทำงานนี้เกิดขึ้นมานาน และดำเนินการในต่างประเทศในระยะเวลาหนึ่งแล้วแต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก แต่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้หลายองค์กร ต้องปรับการทำงานทั้งหมดเป็นรูปแบบ Work from home ไม่เช่นนั้นองค์กรก็ไม่สามารถที่จะดำเนินการต่อไปได้ สำหรับองค์กรที่มีความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์ ระบบการทำงานต่างๆที่เป็นรูปแบบออนไลน์อยู่แล้วในส่วนตรงนี้จะไม่กระทบในการทำงานมาก หากเป็นองค์กรที่ไม่ได้มีความพร้อมในหลายๆเรื่องๆ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้เป็นรูปแบบ Work from home ถือว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายมาก ทั้งการจัดการอุปกรณ์ และระบบในระยะเวลาที่กระชั้นชิดนั่นเอง เมื่อพนักงานได้ทำงานในรูปแบบ Work from home จนรับรู้ว่าการทำงานในรูปแบบนี้เป็นเรื่องปกติ และองค์กรมองว่าประสิทธิภาพของพนักงานไม่ได้ลดลง รูปแบบการทำงานแบบนี้ก็จะคงอยู่ต่อไป จากสาเหตุวิกฤตโควิด 19 ที่ได้ทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไปอย่างถาวร

2.5 กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การทำธุรกรรมทางธุรกิจหรือการค้าผลิตภัณฑ์และบริการผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นตัวอย่างหนึ่งของการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งบางครั้งเรียกง่าย ๆ ว่าอีคอมเมิร์ซ ผ่านการใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมถึงการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ใช้สามารถเยี่ยมชมร้านค้าได้อย่างง่ายดายและตลอดเวลาทั้งกลางวันและกลางคืน โดยไม่คำนึงว่าพวกเขาตั้งอยู่ที่ใดหรือมาจากประเทศใด จึงสามารถใช้บริการได้จากทุกที่ในโลก พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นส่วนย่อยของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ครอบคลุมกิจกรรมที่กว้างขึ้น กิจกรรมใด ๆ ที่ดำเนินการระหว่างนิติบุคคล ประชาชน รัฐบาล ตลอดจนหน่วยงานเอกชนหรือหน่วยงานของรัฐเพื่อดำเนินธุรกิจ การค้า หรือราชการ ธุรกรรมสามารถเรียกได้ว่าเป็นธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือธุรกรรมออนไลน์ ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือบางส่วน เช่น การซื้อและขายสิ่งของทางอินเทอร์เน็ต การสมัครสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ หรือการทำสัญญาซื้อขาย หรือสัญญาตามข้อจำกัดต่าง ๆ บนเครือข่าย การโอนเงินอัตโนมัติผ่านเครือข่าย หรือการสื่อสารของการส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายการสื่อสาร ข้อสงสัยใดๆ ที่เกิดขึ้นผ่านเว็บแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นต้น รูปแบบของการทำธุรกิจออนไลน์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวอย่างมาก ซึ่งหนึ่งในรูปแบบธุรกิจ (Business model) ที่ผลักดันให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ คือ การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค โดยตรง (Business-to-consumer หรือ การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้ทำการตลาดและขายสินค้าให้ผู้บริโภคคน สดท้าย ผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ ที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ (1) แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์) ซึ่งเป็นเสมือนตลาดที่ผู้ซื้อผู้ขายใช้ซื้อขายสินค้ากัน และ (2) การซื้อขายโดยตรงโดยผ่านเว็บไซต์ ผู้ขาย หรือช่องทาง โซเชียลมีเดีย ของผู้ขาย ทั้งนี้ ในปัจจุบัน ร้านค้าส่วนใหญ่นิยมขายสินค้าผ่านทั้งสองช่องทาง แม้ว่าในการทำธุรกิจจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการจัดตัวกลางแบบดั้งเดิม และสามารถสื่อสารสอง ทางได้โดยตรง แต่การวัดขนาดและจัดเก็บข้อมูลตลาด การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังเป็นเรื่องที่ทำทนายต่อภาครัฐ และเอกชน เนื่องจากช่องทางการขาย การตกลงซื้อขาย และการชำระเงินทำได้หลายรูปแบบในหลายช่องทาง โดยแนวคิดการวัดขนาดธุรกิจและปริมาณการซื้อขายที่ผ่าน การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มี 3 แนวคิด คือ (1) การวัดทางตรงจากผู้ขาย หรือผู้ซื้อ หรือผู้ที่ให้บริการแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (2) การวัดทางอ้อมจากผู้ให้บริการการ ชำระเงินประเภทต่าง ๆ และ (3) การวัดจากข้อมูลทางเลือกที่ไม่ได้บอกมูลค่าตัวเงินการซื้อขาย แต่ให้แนวโน้มปริมาณธุรกรรม หรือการขยายตัวของตลาดได้ เช่น การวัดจากข้อมูลการเยี่ยมชม (Web traffic)

แพลตฟอร์ม หรือเว็บของผู้ขาย ข้อมูลการค้นหาสินค้าและบริการ (Google Trends) หรือปริมาณการส่งพัสดุผ่านผู้ให้บริการขนส่ง เป็นต้น

2.5.1 รูปแบบธุรกิจ B2C e-Commerce มี 2 ลักษณะ คือ

1. การซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Marketplace ซึ่งแพลตฟอร์มเหล่านี้ทำหน้าที่เหมือนตลาดนัดในโลกดิจิทัล กล่าวคือเป็นตัวกลางให้ผู้ซื้อและผู้ขายออนไลน์มาพบกัน โดยแพลตฟอร์มจะมีบริการให้ผู้ขายเข้ามาสร้างร้านค้า และประกาศขายสินค้าบนแพลตฟอร์มได้ ซึ่งข้อดีของการซื้อขายสินค้าผ่าน e-Marketplace คือผู้ขายไม่จำเป็นต้องสร้างฐานลูกค้าด้วยตนเอง ลดความยุ่งยากในการจัดการร้านค้าออนไลน์ และแพลตฟอร์มระบบการชำระเงิน ที่มีความปลอดภัยสูง แต่ข้อเสียคือผู้ขายมีต้นทุนเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องเสียค่าบริการ ให้กับบริษัทแพลตฟอร์ม คิดตามมูลค่าสินค้าที่ขายได้

2. การซื้อขายสินค้ากับผู้ขายโดยตรง (ไม่ผ่านแพลตฟอร์ม e-Marketplace) โดยรวมถึงการเปิดเพจร้านค้า บน Social media และการเปิดเว็บไซต์ร้านค้าของตนเองเพื่อขายสินค้าและบริการให้ลูกค้าโดยตรง ซึ่งข้อดีของวิธีการนี้ คือ ผู้ขายไม่ต้องแบ่งรายได้ให้กับบริษัทแพลตฟอร์ม e-Marketplace แต่มีข้อเสียคือผู้ประกอบการต้องเสียต้นทุนใน ด้านอื่น ๆ เช่น ค่าดูแลเว็บไซต์ และค่าโฆษณาออนไลน์เพื่อสร้างแบรนด์ของตนเองให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ ให้ร้านค้าของตนเอง รวมถึงต้องมีการสร้างระบบขนส่งสินค้าของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ขายที่มีขนาดใหญ่

2.5.2 ธุรกิจที่มีบทบาทในอุตสาหกรรม B2C e-Commerce

โดยธุรกิจที่มีบทบาทใน การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (e-Tailer) คือร้านค้าที่ขายสินค้าผ่านออนไลน์ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- ร้านค้าออนไลน์รายย่อย (Small and medium enterprises; SMEs) เป็นร้านค้าออนไลน์ที่มีมูลค่าการขายและความหลากหลายของสินค้าไม่มากนัก นิยมขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย เป็นหลัก ตัวอย่างเช่น ลู้คบุ๊ก และ รอมบอย เป็นต้น
- ร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่ (Large enterprises) เป็นร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่ มีมูลค่าการขายสูง และมีการขายสินค้าหลายประเภท ซึ่งร้านค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะขายสินค้าผ่านช่องทางของตนเอง(อาทิ เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน) ซึ่งช่วยให้

ร้านค้ามีอิสระในการจัดการข้อมูล และไม่ต้องเสียค่าบริการให้กับบริษัท แพลตฟอร์ม โดยร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่บางรายอาจมีระบบขนส่งเป็นของตนเองด้วย ตัวอย่างร้านค้า เช่น ยูนิโคล, อีเกีย และ บิ๊กซี เป็นต้น

2. ธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าออนไลน์แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

- แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ (ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์) เป็นแพลตฟอร์มกลางที่มีระบบการจัดการที่ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถซื้อขายสินค้าได้สะดวก รวมถึงมีระบบการชำระเงินที่มีความปลอดภัยสูง ซึ่งรายได้ของบริษัทแพลตฟอร์มมาจากการเก็บค่าบริการจากผู้ขาย โดยคิดตามมูลค่าสินค้าที่ขายได้ ซึ่งในปัจจุบันตลาดออนไลน์ (ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์) ที่นิยมในไทย มี 2 ราย คือ ลาซาด้า และ ช้อปปี้ มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่า 80% ของมูลค่าการซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ในไทยทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)
- แพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย เกิดจากการเป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทางออนไลน์แต่ในระยะหลัง แพลตฟอร์มถูกประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจมากขึ้น โดยการสร้างชื่อร้านค้าในแพลตฟอร์มแทนชื่อบุคคลและ สื่อสารกับลูกค้าผ่านการโฆษณาสินค้าของตนในแพลตฟอร์ม ซึ่งจุดเด่นของการขายผ่าน โซเชียลมีเดียคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ และสะดวกในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย แต่มักจะไม่มีระบบการชำระเงิน เนื่องจาก ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อการซื้อขายสินค้าเหมือน ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ผู้ขายต้องสร้างฐานลูกค้าเอง ดังนั้น ผู้ขายส่วนใหญ่จึงมักจะโฆษณาผ่าน โซเชียลมีเดีย พร้อมกับการขายบนตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ควบคู่กัน โดย โซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมในไทย คือ เฟซบุ๊ก และ อินสตาแกรม
- แอปพลิเคชันส่งข้อความ (Messaging application) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับสื่อสารกับผู้ซื้อที่ร้านค้ามักใช้งานควบคู่กับแพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย โดยผู้ขายจะโฆษณาสินค้าผ่านช่องทาง โซเชียลมีเดียและทำการตกลงซื้อขายกับผู้ซื้อบนแอปพลิเคชันส่งข้อความ ทั้งนี้ ในปัจจุบันแอปพลิเคชันเหล่านี้ได้เพิ่มความสามารถในหลายด้าน เพื่อรองรับการใช้งานของผู้ขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น เช่น การส่งโฆษณาสินค้าและข้อมูลโปรโมชันให้กับลูกค้าครั้งละหลายราย (Broadcast) และระบบการตอบคำถามลูกค้าแบบอัตโนมัติ (Auto reply) เป็นต้น โดยแอปพลิเคชัน

ส่งข้อความที่ได้รับความนิยมในกลุ่มร้านค้าออนไลน์ในไทย คือ ไลน์ และ แมสเซนเจอร์ เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของแพลตฟอร์มแต่ละประเภท พบว่า แพลตฟอร์ม ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ เป็นช่องทางการค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด โดยข้อมูลปี 2562 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 47% รองลงมาคือ โซเชียลมีเดีย ที่ 38% ส่วนแพลตฟอร์มและเว็บไซต์ส่วนตัวของร้านค้าที่ 15%

3. ธุรกิจผู้ให้บริการขนส่ง (Logistics company) ทำหน้าที่ส่งมอบสินค้าจากผู้ขายไปสู่ผู้ซื้อ โดยบริษัทขนส่งบางรายมีการผูกกับระบบของ ตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ เพื่อนัดเข้ารับพัสดุจากผู้ขายโดยตรง ตัวอย่างบริษัทขนส่งที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เช่น เคอรี่, แฟลช และ ไปรษณีย์ไทย เป็นต้น

4. ธุรกิจผู้ให้บริการปัจจัยพื้นฐานสำหรับธุรกิจดิจิทัล แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- ธุรกิจในอุตสาหกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรืออินเทอร์เน็ต
- ธุรกิจผู้ให้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ประกอบด้วย

5. ผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทที่ให้บริการโฆษณาออนไลน์ (อาทิ โฆษณาทางเฟสบุ๊ก และ โฆษณาทางกูเกิ้ล) และ บริษัทที่ให้บริการโปรแกรมจัดการร้านค้าออนไลน์ (อาทิ เพจ365 และ ชิปปินิตี้) เป็นต้น (วิวัฒน์านุกูล, 2564)



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างธุรกิจที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมการค้าปลีก การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค E การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของไทย ที่มา: บูรณ์เมตต์ วิวัฒน์านุกูล. (03 2564).

https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/Doc_Lib_statisticsHorizon/StatHorizon_การขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค_eCommerce.pdf

ในระยะข้างหน้า เทคโนโลยีใหม่ๆ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา น่าจะทำให้ ภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกเปลี่ยนแปลงไปอีก และยังคงตัดสินได้ยากว่าใครขึ้นมาเป็นผู้นำตลาด เพราะแต่ละรายต่างก็เผชิญความท้าทายหรือมีโจทย์เช่นกัน ปัจจุบัน การแข่งขันของผู้ประกอบการ บนแพลตฟอร์ม E-commerce ไม่ว่าจะเป็น 1) E-market place ที่แม้ว่ารายได้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็ยังประสบภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องราว 30-40% ต่อปี (ปี 2561-2564) หรือแม้แต่ 2) กลุ่ม Modern trade ออนไลน์ที่กลายเป็นแพลตฟอร์มที่เหมือนจะได้เปรียบมากขึ้น เพราะผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้ากลุ่มที่เป็น Food และสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นสินค้าที่จำเป็นและยังมีโอกาส แต่ก็ต้องเผชิญโจทย์การแข่งขันกับผู้ผลิตหรือ suppliers ที่หันมาขายผ่านช่องทางออนไลน์เช่นกัน รวมถึง 3) แพลตฟอร์ม Social commerce ที่ส่วนใหญ่เป็น SMEs ก็จะมีทั้งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการรายใดจะสามารถปรับตัวและสร้างความแตกต่างได้มากกว่ากัน

นอกจากนี้ในอนาคต หากพฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบันและอาจมีความ เป็นไปได้ที่จะมีผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายเดิมที่เข้ามาพร้อมกับการพัฒนาหรือมองหารูปแบบการทำ ธุรกิจค้าปลีกใหม่ เพื่อมาแข่งขันกับตลาดเดิม และท้ายที่สุดแล้ว อาจจะตัดสิน

ได้ยากว่าใครจะเข้ามา มีบทบาทหรือเป็นผู้นำตลาด หรือจะมีผู้เล่นรายใหม่เกิดขึ้นอีกหรือไม่ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับกรอบการตอบรับของ ผู้บริโภค ประสบการณ์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคจะได้รับ

ดังนั้น ความยืดหยุ่นในการปรับตัวของผู้ประกอบการให้ตอบพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่เสมอจึง เป็นสิ่งสำคัญของการทำธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการที่อยู่บน แพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะรายใหญ่ๆ ต่างมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อกระตุ้นยอดขายในประเทศ รวมถึงการมองหาช่องทางใหม่ๆ ในการเพิ่มรายได้ เช่น Cross-border E-commerce หรือ แม้แต่การขยายการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ เช่น การเงิน โลจิสติกส์ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเชื่อว่า แม้ว่าการสำรวจความชอบของลูกค้าในการเลือกแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซพบว่าจากการสำรวจที่ได้ดำเนินการศึกษาพบว่าปริมาณของการซื้อของผู้บริโภคในแต่ละประเภทสินค้าที่ทำผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในปี 2565 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น การใช้จ่ายโดยรวมของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจึงเพิ่มขึ้นในระดับที่มากกว่าค่าใช้จ่ายโดยรวม จากความไม่แน่นอนของ COVID-19 และความไม่แน่นอนในยูเครน ซึ่งอาจคงอยู่เป็นเวลานาน ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงใช้ความระมัดระวังในการใช้จ่ายต่อไป นอกจากนี้ ลูกค้าได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยตั้งเป้าที่จะลดจำนวนเงินที่พวกเขาใช้ในการซื้อของผ่านหน้าร้าน มาเป็นการเพิ่มจำนวนเงินที่พวกเขาใช้จ่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (อีคอมเมิร์ซ) ภายใต้งบประมาณการใช้จ่ายที่เท่าเดิม

ผลที่ตามมาโดยตรง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยแห่งแรกคาดการณ์ว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซแบบธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 565,000 ล้านบาทในปี 2565 โดยมีอัตราการเติบโต 13.5% เมื่อเทียบรายปี . นี่จะเป็นอัตราการเติบโตที่ช้าที่สุดเมื่อเทียบกับสามปีที่ผ่านมา (2562-2564) เติบโตเฉลี่ย 40% ต่อปี โดยได้แรงหนุนจากการขยายตัวของ B2C E-commerce ส่วนหนึ่งเป็นผลจากราคาสินค้าและความรู้สึกคุ้มค่าโดยเฉพาะจากการส่งเสริมผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย เมื่อเทียบกับการที่จะต้องไปซื้อของผ่านหน้าร้าน รวมไปถึงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เกิดขึ้นในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้ามีความคุ้นเคยกับพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์มากขึ้นจากการที่ได้รับความสะดวกสบายที่สามารถสั่งซื้อได้แม้จะอยู่ที่บ้าน

เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดค้าปลีกทั้งหมด คาดว่าส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทที่ทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซกับผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นจาก 14% ในปี 2564 เป็น 16% ในปี 2565 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนตลาดของใช้ส่วนตัว ซึ่งปัจจุบันเป็นเพียงส่วนน้อยของตลาดอินเทอร์เน็ตโดยรวม ในทางกลับกันกลุ่มที่เน้นเรื่องสินค้าจำเป็น ลูกค้าจะยังคงใช้เงินผ่านช่องทางนี้ต่อไปมากกว่าในหมวดแฟชั่น และเชื่อได้ว่าการสัดส่วนการซื้อสินค้า

ประเภทเฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ไฟฟ้าจะไม่โตเร็วเพราะลูกค้าที่ยังคงใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง

นอกจากปัญหาที่กล่าวไปก่อนหน้านี้ที่กีดกันกำลังซื้อและการใช้จ่ายของลูกค้าแล้ว ยังมีปัญหาอีกมากที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญและเตรียมรับมือ ความท้าทายเหล่านี้ได้แก่:

1. ลูกค้ามีกำลังซื้อที่ไม่ได้สูงขึ้น แต่ระดับของการแข่งขันในโลกธุรกิจโดยทั่วไปจะสูงขึ้น อันเป็นผลมาจากจำนวนธุรกิจที่เพิ่มขึ้นซึ่งมุ่งเน้นความพยายามในการเจาะตลาดออนไลน์
2. ราคาน้ำมันได้เพิ่มขึ้น และหากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในยูเครนยังคงดำเนินต่อไปเป็นระยะเวลานาน มีแนวโน้มว่าจะยังคงอยู่ในระดับสูงในช่วงส่วนใหญ่ของปีนี้
3. ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ซื้อ

นอกจากนี้ เนื่องจากคาดว่าประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีข้างหน้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคหรือรายจ่ายในภาคการค้าปลีก นอกจากนี้ สิ่งนี้น่าจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของอุตสาหกรรมค้าปลีกโดยรวม ยังมองว่าโควิดจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นมากกว่าโรคระบาด เมื่อถึงจุดหนึ่งคนจะถูกบังคับให้ปรับตัวให้เข้ากับการเจ็บป่วยดังกล่าว แม้ว่าคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่กลับมาจากประเทศอื่นจะเพิ่มขึ้นหลังจากการเปิดประเทศอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม อาจยังคงต้องใช้เวลาอีกสักกระยะจนกว่าทุกอย่างจะกลับสู่ปกติด้วยเหตุนี้ เจ้าของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ต้องการจะมุ่งความสนใจ ไม่เพียงแต่ในตลาดหลักเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการขยายการเข้าถึงไปยังพื้นที่อื่นๆ ด้วย รวมถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ที่กำลังเติบโตเพื่อรวมอีคอมเมิร์ซระหว่างประเทศ ซึ่งต้องเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการและเข้าถึงลูกค้านอกประเทศจำนวนมากขึ้น และหลายสิ่งๆ ที่ผลิตในไทยยังคงเป็นที่ต้องการอย่างมากในต่างประเทศ มีโอกาสพัฒนาสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น อาหารแห้งและเครื่องดื่ม เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ งานฝีมือ เป็นต้น แต่ต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อน ตลอดจนกฎระเบียบและสถานการณ์ของตลาดเหล่านั้นก่อน เพื่อให้การดำเนินการอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนประสบความสำเร็จในแต่ละประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

2.6 กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

โครงสร้างธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ของไทย ธุรกิจนี้ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่

1. บริการดิจิทัล (Digital services) หมายถึง บริษัทฯ ที่ให้การให้บริการผ่านสื่อดิจิทัลครอบคลุมธุรกรรมบริการต่างๆ ที่ผ่านออนไลน์ เช่น บริการข้อมูลข่าวสาร การซื้อขายแลกเปลี่ยน

การให้คำปรึกษาการออกแบบระบบ บริการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ บริการ การประมวลผลระบบคลาวด์ สำหรับ แพลตฟอร์ม และ โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ไม่รวม ซอฟต์แวร์ และบริการดิจิทัลด้าน การเงิน การสุขภาพ และเกษตรกรรม เป็นต้น

2. ซอฟต์แวร์และบริการ ซอฟต์แวร์ (Software and software services) หมายถึง บริษัท ๆ การผลิต จำหน่าย บริการ และให้เข้าด้านซอฟต์แวร์ โดยแบ่งตามประเภทซอฟต์แวร์ เช่น ซอฟต์แวร์ สมองกลฝังตัว (Embedded System Software) ซอฟต์แวร์ระดับองค์กร (Enterprise software) ซอฟต์แวร์ที่ให้บริการบนระบบการประมวลผลระบบคลาวด์ (Software as a service: SaaS) ซอฟต์แวร์ด้านการวิเคราะห์และ ประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการควบคุม อุปกรณ์เทคโนโลยีสูง เป็นต้น

3. ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital content) หมายถึง บริษัท ๆ ที่มีการผลิตเนื้อหา ข้อมูล หรือ สื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล ได้แก่ เกมส์, แอนิเมชัน, คอมพิวเตอร์กราฟฟิก, ภาพยนตร์ รายการ โทรทัศน์ สื่อการศึกษาในรูปแบบ การ์ตูน คาร์เรคเตอร์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2564)

บริษัท ๆ ในหลากหลายธุรกิจในยุคปัจจุบันแทนที่จะซื้อและใช้เทคโนโลยีและ ซอฟต์แวร์ใหม่ ธุรกิจต่างๆ จะสร้างเวอร์ชันของตนเองขึ้นเรื่อยๆ ผลที่ตามมาโดยตรงของสิ่งนี้ จำนวนเงินที่ใช้ไปกับเทคโนโลยีสารสนเทศจะลดลงในปี 2565 เมื่อเทียบกับปี 2564

ในทางกลับกัน การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลจะยังคงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญที่สุดสำหรับบริษัทต่างๆ เนื่องจากพวกเขาพยายามพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานในปี ต่อๆ ไป และให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มความปลอดภัย รวมอยู่ในการ สนับสนุนงานแบบไฮบริดสำหรับพนักงานซึ่งคาดว่าจะมีความซับซ้อนมากขึ้นในปีหน้า

คาดว่าค่าใช้จ่ายด้านซอฟต์แวร์โครงสร้างพื้นฐานจะขยายตัวในอัตรา 11.5% ในปี 2565 ซึ่งขับเคลื่อนการเติบโตของรายจ่ายซอฟต์แวร์ระดับองค์กร ค่าใช้จ่ายซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน คาดว่าจะเติบโตในอัตรา 10.5% ปีนี้ยังมีการใช้จ่ายอุปกรณ์ทั่วโลกในระดับสูงสุด (15.1%) ซึ่งได้รับ แรงหนุนจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมที่สามารถทำได้จากระยะไกล เช่น การจ้างงาน การดูแลสุขภาพ และการเรียนทางไกล ในอีกทางหนึ่ง Gartner คาดการณ์ว่าธุรกิจต่างๆ จะยังคงอัปเกรดอุปกรณ์ของตนต่อไป และ/หรือลงทุนในอุปกรณ์ที่อุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อหลากหลายเพื่อ สร้างการเติบโตและใช้ตั้งค่าการทำงานแบบไฮบริด

2.6.1 ประมาณการจำนวนเงินที่ประเทศไทยจะใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตลาดสินค้าและบริการเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยคาดว่าจะมีมูลค่า 8.7 พันล้านบาทในปีหน้า เพิ่มขึ้น 6.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยบริการด้านการสื่อสารเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับรายจ่ายด้านไอที อย่างไรก็ตาม คาดว่าอัตราการเติบโตจะอยู่ที่ระดับต่ำสุดในปี 2565

จากแนวโน้มการทำงานทางไกลและการเรียนรู้ทางไกล ทำให้ราคาอุปกรณ์ตกอยู่ภายใต้หมวดยุค (ส่วนใหญ่สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและแท็บเล็ต) คาดว่าจะเติบโตสูงสุด 21.7% ในปี 2564 ทั้งผู้บริโภคและ บริษัทต่างๆ กำลังอัปเดตอุปกรณ์และ/หรือลงทุนในอุปกรณ์ที่เชื่อมโยงต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้จากระยะไกลและแบบไฮบริด ตามการคาดการณ์ของ Gartner ซอฟต์แวร์ระดับองค์กรจะเป็นประเภทตลาดที่มีการใช้จ่ายเติบโตสูงสุดในปี 2565 โดยเพิ่มขึ้น 14.8% เมื่อเทียบกับระดับการใช้จ่ายของปีที่แล้ว (Gartner, 2021)

จากการศึกษาข้อมูลบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยนั้น มีไม่มากนัก จึงทำให้ความหมายของบริษัทฯ ที่ทำธุรกิจนี้มีความหลากหลาย ทางผู้วิจัยจึงขอแบ่งประเภทของธุรกิจออกเป็น ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ 2 กลุ่มดังนี้

1. ซอฟต์แวร์และบริการ ซอฟต์แวร์ (Software and software services) หมายถึง บริษัทฯ การผลิต จำหน่าย บริการ และให้เช่าด้านซอฟต์แวร์ โดยแบ่งตามประเภทซอฟต์แวร์
2. ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital content) หมายถึง บริษัทฯ ที่มีการผลิตเนื้อหา ข้อมูล หรือสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
1	ชัยวัฒน์ โอสธ อำนาจโชค (2555)	ปัจจัยจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานบริษัทที่ปรึกษาด้าน ระบบคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา พนักงานบริษัทที่ปรึกษาด้าน ระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง	พนักงานที่มีเพศ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มี ความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยค่าจูงใจ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานในองค์กร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ปัจจัยจูงใจ ในด้านความก้าวหน้าในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01
2	นางสาว กมลรัตน์ กิมศุก (2564)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงานที่มี ระบบการทำงานทางไกลแบบ ทำที่บ้าน (Work from home)	1.ปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ และปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการ พัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีระบบการ ทำงานทางไกลแบบทำงานที่บ้าน 2.ปัจจัยหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และ ยังส่งผลให้พนักงานแสดงออกในฐานะสมาชิกขององค์กร ใน 2 ลักษณะคือ การพูด (say) โดยจะพูดถึงองค์กรเฉพาะ ในแง่ดี และการดำรงอยู่ (stay) ซึ่งแสดงออกโดยความปรารถนาที่ จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปเท่านั้น แต่ไม่ส่งผลในส่วนของความพยายามอย่าง เต็ม ความสามารถที่จะช่วยเหลือหรือสนับสนุนธุรกิจขององค์กร (strive)

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
3	นางสาวลลิตา จันทร์งาม (2559)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงานธนาคาร ออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่ม ลูกค้าบุคคล	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กับผลของความ ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ทั้งด้านความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านการพัฒนาการทำงาน ด้านทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ด้านภาวะผู้นำ และ ด้าน ค่าตอบแทน ทั้งหมดนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมแต่ เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละตัวพบว่า มีเพียงปัจจัยความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านการรักษาพนักงานไว้ในองค์กร และด้าน ความมีอิสระในการทำงาน
4	สุพชร ไตรวิจิตร ศิลป์ (2559)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานเจนเนอร์ ชันวาย ในองค์กรเอกชน เขต สาทรและอโศก	ปัจจัยด้านนโยบายของบริษัทและการบริหารงาน การให้คำปรึกษาหารือและเทคนิค การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน รางวัลและผลตอบแทน สภาพการทำงาน มี ความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร พนักงานเจนเนอร์ชันวายในองค์กรเอกชน เขต กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กร ด้านความ เชื่อมั่นที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
5	ณัฐฐาพัชฌ์ มงคลธารณ์ (2561)	การรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำของ ผู้บังคับบัญชาที่มีอิทธิพลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของ บุคลากรสายสนับสนุน วิชาการในมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน	การทดสอบความผูกพันต่อองค์กรจำแนกตามอายุของบุคลากรสายสนับสนุน วิชาการ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6	พิชชากร จวงวานิชย์ (2560)	อิทธิพลของช่วงอายุต่อ ความสัมพันธ์ระหว่าง ผลตอบแทนรวมและความ ผูกพันต่อองค์กรในวิชาชีพบัญชี	ปัจจัยด้านค่าตอบแทน การรับรู้ความยุติธรรม และผลตอบแทนเชิงความสัมพันธ์ ซึ่ง พบว่า การรับรู้ความยุติธรรมส่งผลกระทบต่อระดับ ความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ($\beta = 0.288, p < 0.01$) รองลงมาคือผลตอบแทนเชิง ความสัมพันธ์ ($\beta = 0.238, p < 0.01$) และปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัย ประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญ ได้แก่ ตำแหน่งงาน ($p < 0.05$) โดยประกอบวิชาชีพบัญชีที่ดำรงในตำแหน่งผู้บริหาร ระดับสูง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ดำรง ตำแหน่งผู้บริหาร ระดับกลาง ผู้บริหารระดับต้น และพนักงานปฏิบัติการ / เจ้าหน้าที่

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
7	แสงเดือน รักษาใจ (2554)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่	ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงานด้านความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้า ประกอบด้วย หน่วยงานมีการสนับสนุนพนักงานในการได้รับตำแหน่งที่สูงขึ้น มีความรู้สึกต่อโอกาสก้าวหน้าจากการทำงานและมีโอกาสที่ได้เลื่อนตำแหน่งที่สูงในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร นั่นคือพนักงานที่มีความแตกต่างในองค์ประกอบปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงาน ด้านความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้าจะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงานด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน ประกอบด้วย พนักงานจะทำงานร่วมกันเป็นทีมมากกว่าต่างคนต่างทำมีความจำเป็นต้องติดต่อประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ อยู่เสมอและมี ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานเป็นไปอย่างแน่นแฟ้น มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร นั่นคือพนักงานที่มีความแตกต่างในองค์ประกอบปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการทำงานจะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
8	Margaret F. Reid, Cynthia K. Riemenschneider, Myria W. Allen, Deborah J. Armstrong (2551)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ ปัจจัยความผูกพันขององค์กร ปัจจัยความเกี่ยวข้องกับงาน ปัจจัยความพึงพอใจในงานของ พนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศ ในหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง	1.ปัจจัยประสพการณ์ในการทำงาน (ปัจจัยการรับรู้ความช่วยเหลือจากองค์กร และ ปัจจัยหัวหน้างาน) ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร และความพึงพอใจในงาน 2.ปัจจัยประสพการณ์ในการทำงาน (ปัจจัยความขัดแย้งระหว่างบทบาท) และปัจจัย ในการจ่ายค่าตอบแทนตามผลสำเร็จ ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรและความพึงพอใจ ในงานในระดับที่ต่ำ
9	รัศมี อิสลาม (2561)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึง พอใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานและส่งผลให้เกิดความ ผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา : พนักงานส่วนงานภาคพื้นดิน สายการบินไทยไลอ้อนแอร์	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรนั้น พบว่า ทุกองค์ประกอบของความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่ง ประกอบด้วย ความพึงพอใจในปัจจัยปัจจัยด้านลักษณะงาน,ความพึงพอใจในปัจจัย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า ,ความพึงพอใจในปัจจัยปัจจัยด้านค่าจ้างและ สวัสดิการ, ความพึงพอใจในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงานและ ความพึงพอใจ ในด้านการปกครองบังคับบัญชาเรียงตามลำดับ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อ องค์กร

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
10	Teresa Galanti, MPsysc, Gloria Guidetti, PhD, Elisabetta Mazzei, MPsysc, Salvatore Zappalà, PhD, and Ferdinando Toscano, Mpsyc (2021)	Work From Home During the COVID-19 Outbreak the Impact on Employees' Remote Work Productivity, Engagement, and Stress	1.ปัจจัยความขัดแย้งในการในเรื่องการทำงานบ้าน (สถานการณ์การทำงานบ้าน พนักงานบางคนต้องเตรียมอาหารทั้ง 3 มื้อ เตรียมให้ลูกเรียนออนไลน์) ไม่มี ความสัมพันธ์ทางลบกับปัจจัยโดดเดี่ยวทางสังคม 2.ปัจจัยภาวะผู้นำตนเอง และปัจจัยการให้อิสระในการทำงาน ความสัมพันธ์เชิงบวก กับปัจจัยการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพกับปัจจัยความผูกพันต่องาน

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
11	ลลิตา พรรณพนาวัลย์ (2560)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย ต่อ โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร	<p>1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรปัจจุบัน ระดับตำแหน่งงาน และเงินเดือน ที่แตกต่างกันของพนักงานเจนเอชันวายใน โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน</p> <p>2. ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานเจนเอเรชั่นวายต่อ โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกันในระดับสูง</p> <p>3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานเจนเอเรชั่นวายต่อ โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
12	ลัดดาวัลย์ สำราญ โสธยา สุภาพล และ กมลรัตน์ รัชญญเจริญ (2563)	การศึกษากลยุทธ์การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์: การสร้าง ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) สาขาอุทอง	ปัจจัยทั้ง 3 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์การอย่างนัยสำคัญทางสถิติ โดยมี ความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันคือ ปัจจัยด้านระบบการ ทำงาน ปัจจัยด้านด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ปัจจัยด้านความต้องการ เกียรติยศชื่อเสียงปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย ปัจจัยด้านความต้องการความ ปลอดภัย และปัจจัยด้านภาวะผู้นำโดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพัน ทางด้านความรู้สึกสูงสุด รองลงมาคือด้านบรรทัดฐาน และความต่อเนื่อง ตามลำดับ
13	จิราพร น้อยนคร (2551)	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ ชีวิตการทำงานกับความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ขนาดใหญ่ขนาดกลางและ ขนาดเล็ก ในเขตนิคม อุตสาหกรรม โรจนะ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรทุกด้าน โดย กำหนดปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้าน เงินเดือน และค่าตอบแทนที่ได้รับ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาด้านบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
14	ณัฐรา สุกผ่อง (2556)	ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับคุณภาพชีวิตในการทำงานและกลุ่มเจเนอเรชั่นของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของทั้ง 3 กลุ่มเจเนอเรชั่นอยู่ในระดับสูงและกลุ่มเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน พบว่า มีพฤติกรรมการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 ด้าน ปัจจัยกลุ่มเจเนอเรชั่น และปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ ระดับการศึกษาและอายุงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
15	นงนภา จันทรแป็ง (2557)	วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน	วัฒนธรรมองค์กรด้านลักษณะความเหลื่อมล้ำอำนาจลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ลักษณะความเป็นชายและลักษณะปัจเจกนิยมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่โดยด้านลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนและด้านลักษณะความเป็นชายมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้านลักษณะความเหลื่อมล้ำทางอำนาจและด้านลักษณะความเป็นปัจเจกนิยมมี ความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

16	สรawali แซงแสง (2559)	คุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเงินออเรชั่น X และเงินออเรชั่น Y	ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานภาพรวมทั้งหมดของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง หากวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้าน สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพและด้านสังคมสัมพันธ์มากที่สุด (2) ระดับความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานมีความสมดุลด้านเวลามากที่สุด (3) ความแตกต่าง คุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ระหว่างเงินออเรชั่น X และเงินออเรชั่น Y ไม่แตกต่างกัน (4) ความสัมพันธ์ของความสมดุล ของชีวิตในการทำงาน โดยรวมและรายด้านกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับ ปฏิบัติการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกล่าวคือ เมื่อพนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีขึ้นก็จะส่งผลทำให้พนักงานเกิดความสมดุลของชีวิตในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
----	-----------------------	--	--

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
17	พวงแก้ว รัตนสุมาวงศ์ (2561)	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของงานและความผูกพันกับองค์กรของลูกจ้างบริษัท กสิกรลิสซิ่งจำกัด สาขาสำนักงานใหญ่	การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า เพศระดับการศึกษา เงินเดือนและแผนกที่ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันกับองค์กรแต่อายุและอายุงานส่งผลกระทบอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อิทธิพลของลักษณะงาน อาทิความสามารถที่หลากหลายอัตลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความสามารถในการตัดสินใจด้วยตนเองและผลการประเมิน แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของงานและความสามารถในการตัดสินใจเองนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันกับองค์กรในขณะที่ความหลากหลายของทักษะ ความสำคัญของงาน และผลการประเมิน ส่งผลกระทบต่อความผูกพันของพนักงานอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ 0.05
18	จรรยา ห่วงเทศ (2558)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาค 208	ผลการวิจัย พบว่า 1)ระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ภาค 208 พบว่าโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3)ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ภาค 208 พบว่า มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
19	Nisha Chanana & Sangeeta (2020)	แนวทางการมีปฏิสัมพันธ์ต่อพนักงานในช่วงของการล็อกดาวน์โควิด-19	องค์กรต่างๆ ได้พัฒนาแนวทางสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานในช่วง โควิด-19 นี้ อาทิการมีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวทางออนไลน์การเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพออนไลน์ การทำกิจกรรมเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมทางออนไลน์ Webinar โดยผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ การทานอาหารกลางวันร่วมกันทางออนไลน์การเล่นเกมส์แข่งขันต่างทางออนไลน์ทำให้ คำปรึกษาทางจิตวิทยาออนไลน์เป็นต้น กิจกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างที่ทำงานกับที่บ้านถือว่ามีความประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับพนักงานและองค์กร โดยตัวองค์กรเองก็ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาแนวทางในการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน ส่วนพนักงานเองก็มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรและยังคงมีความมุ่งมั่นในการทำงานระหว่างช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้
20	Sarjue P. and Ritesh Singhal, (2016)	The Influence of Employee Engagement on the Work-Life Balance of Employees in the IT Sector	The key findings emerging from this study are that internal motivation and positive environment at workplace enhance employee engagement. The more an employee is engaged, the more is the possibility of its intrusion into employee's personal life since both employee engagement and work-life balance are dependent and correlated.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

21	H.M.S. Manjaree1, D.A.S. Perera (2021)	A study on the drivers of employee engagement impacting employee performance	Companies have to give their employees the liberty to make their work exciting and creating an environment for having an engaged work life. Employees are the key assets to any organization and if they are not given the right space and time to make a perfect blend of work and fun at workplace, then the sense of dis-engagement sets in the employees. Organization and employees are both dependent on each other to fulfil their goals and objectives. Therefore, employee engagement should not be a one-time exercise, but it should be integrated in the culture of the company. Employee engagement should be a continuous process of learning, improvement, and action. Thus, organizations today should actively look forward to fulfil employee`s expectations and thus, create an impact on the performance of employee, which directly affects the organization`s performance
----	---	---	---

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
22	H.M.S. Manjaree1, D.A.S. Perera (2021)	Determinants of Employee Engagement during COVID 19 Pandemic (Case of Sri Lanka Technological Campus)	The study proves that enhancing employee engagement is complex in an educational institute and there is not only one influencing variable. The most significant factor which positively impacts employee engagement in the work from home concept is Technological Readiness. The second most significant factor is Empowerment, where more empowered employees are more engaged. High employee engagement can be expected by increasing Learning Support, Reward - Recognition, Organizational Procedure, Leadership, Job Security - Safety and Trust as well. The employees always concern about Rewards and Recognition, as it is somewhat less in work from home setting. Further, the length of service period is recognized as a moderating variable in Aon Hewitt Employee Engagement model. The higher the number of service periods is shown the higher employee engagement in the work from home concept.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
23	Prashant Mehta (2021)	Work from home—Work engagement amid COVID-19 lockdown and employee happiness	First, the results from the study point toward the role of autonomy, convenience, and safety in influencing WFH work engagement. Second outcome relates WFH work engagement with happiness. While the first outcome is important from an organization's perspective, the second outcome has more relevance for employees, as it deals with their psychosocial well-being. Both outcomes, if viewed in totality, indicate that the post-COVID WFH mode, if handled and designed properly, may benefit organizations as well as employees.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
24	Franklin M. Lartey (2021)	Impact of Career Planning, Employee Autonomy, and Manager Recognition on Employee Engagement	This study contributed to academia by filling the gap in the existing literature related to predictors of engagement. It provided empirical evidence of the extent to which career planning discussions have the propensity of influencing employee engagement. It also showed that career planning discussions, employee autonomy, and manager recognition explained as much as 53 percent of employee engagement. These findings also have considerable implications for practitioners and organizations, suggesting that organizations should encourage and mandate career planning discussions between supervisors and their direct reports. Providing a vision of the possible future is like giving hope to employees, which allows them to increase their engagement and performance in the pursuit of their dreams of moving to the next career level.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
25	Yong SheeMun , Mohamad Nadzli Suhaimi, Shahida Syafiqah Abdullah, Shahhar Abdul Rahman, Nik Kamariah Nik Mat (2013)	Employee Engagement: A Study from the Private Sector in Malaysia	<p>The employee engagement was a major problem in private sector in Malaysia. The purpose of the study was to determine relationship between the dependent variables i.e., employee engagement with the independent variables such as goal setting, job autonomy and role benefit. Multiple's regression was used to determine the relationship between the dependent variable and independent variables.</p> <p>This study has established three direct causal effects:</p> <ol style="list-style-type: none"> i. Goal Setting is positively significant effect to the Employee Engagement; ii. Job Autonomy is positively significant effect to the Employee Engagement and iii. Role Benefit is positively significant effect to the Employee Engagement.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
26	Ryan Nathaniel Mitchell (2015)	The Correlation between Virtual Communication and Employee Engagement	The findings of this quantitative study were significant to show a relationship exists between the quantity of time managers spend communicating with virtual employees, the perceived quality of communication, and employee engagement. Employee engagement is a determining factor of the employees' productivity and commitment to an organization. Role clarity and task significance play pivotal roles in employee engagement. It were found through the performance of a quantitative study, that the quantity of time that managers communicate with their employees, along with the perceived quality of those interactions, affects the workers' level of engagement. Engagement involves more than just sending and receiving emails, video conferencing, and phone calls. Email is ineffective as a primary means of communication as recipients correctly interpret the tone only part of the time

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
27	Vijesh Chaudharya, Smrutirekha Mohanty, Poonam Malic, A.Apsara Saleth Mary, Jnaneshwar, Pai Maroor, M.Z.M. Nomanif (2022)	Factors affecting virtual employee engagement in India during Covid-19	The results suggest the following: female employee have more engagement score than male, employees with more salary tends to have more engagement score, employees in contact with top management have more engagement score, mental health checkup improves the engagement scores, proper virtual tools increase the chance of more engagement, virtual training improves the engagement, more number of kids hamper the employee engagement, and finally, virtual teamwork, online entertainment activities and marital status do not have significant impact on virtual employee engagement.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
28	Dr. Padmakumar Ram, Dr. Gantasala V. Prabhakar (2011)	The role of employee engagement in work-related outcomes	The level of engagement determines whether people are productive and stay with the organization—or quit and perhaps join the competitors. The extent to which employees are connected to the organizational strategy and goals, acknowledgment for work well done, and a culture of learning and development foster high levels of engagement. Without a workplace environment for employee engagement, turnover will increase, and efficiency will decline, leading to low customer loyalty and decreased stakeholder value. Ultimately, because the cost of poor employee engagement will be detrimental to organizational success, it is vital for top management to foster positive, effective people managers along with workplace policies and practices that focus on employee well-being, health and work/life balance

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
29	R. Mitchell (2015)	The Correlation between Virtual Communication and Employee Engagement	I found empirical support for the applicability of SET (Social Exchange Theory) for increased engagement levels among virtual workers. A statistically significant positive relationship was visible for engagement levels and the virtual employees who communicated more frequently via telephone with their manager. A statistically significant inverse relationship existed among virtual employees who frequently communicated via instant messenger with their manager

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
30	Houssein, A. A., Singh, J. S. K., & Arumugam, T. (2020)	Retention of Employees through Career Development, Employee Engagement and Work-life Balance: An Empirical Study among Employees in the Financial Sector in Djibouti, East Africa	The study also highlighted the key role of employee engagement in the retention of employees. The results supported the notion that an engaged employee will willingly put extra effort to get work done, and this contributes to organizational success and competitive advantage. The higher level of engagement, especially among talented employees, will encourage them to stay longer and continue to contribute towards the organization success. Therefore, organizations should focus more on employee engagement which should be considered as a central factor for employee retention. Organizations should develop Human Resource practices that can facilitate employee engagement and assist the organization in sustaining competitive advantage. Furthermore, the organization culture should provide an environment that supports and encourages employee engagement. Also, Human Resource managers should put the effort into retention policies relating to the career development of employees, which includes performance management practices and training and development of employees. In contrast, retention policies focusing on work-life balance appear to be little effective.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
31	Harshit Kumar Singh & Sanjay Verma (2020)	Understanding the Challenges of Mandatory Telework Adoption and Its Effect on Employee Engagement	<p>Telework is increasingly becoming more prevalent over the last few decades. Mandatory teleworking is an unforeseeable side-effect of the recent pandemic. Managers and employees are inexperienced in handling large scale adoption of telework. The challenges of these implementations need to be explored in detail to develop counterstrategies. The study collected data from 231 managers across industries on these challenges and their effects through an online survey. These managers are part of active teleworking teams. We find that the challenges present by the large-scale mandatory telework affect employees' perceived autonomy, which subsequently increases the work monotonicity. This has an adverse effect on the work engagement of employees in organizations. A framework detailing the challenges and its outcomes has been presented and empirically tested as part of this research initiative.</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
32	Treetipbut, N. & Aloni, R.. (2018)	Strengthening employee's engagement in e-Commerce business department through an ODI approach	Even when engagement variables (drivers) are not statistically significant, the aggregation of all drivers in concert with one another, generates an overall positive result. For example, if explored at the sub-component level, “work condition”, “co-worker relations”, and “supervisor relations” have no significant differences in the pre-ODI and post-ODI phases in this study. However, from a broader perspective, the engagement level was positively enhanced via the intervention activities.

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
33	Koobair, L (2018)	Management competencies to enhance employee engagement of a new generation workforce	<p>The workplace is changing at rapid pace, largely impacted by the Millennial generation currently entering the workforce with distinct traits and expectations.</p> <p>Therefore, managers need to consider generational disparities present within organizations, and adopt management competencies to match the contextual landscape and individual personalities of Millennial employees. The competency framework developed can be deployed in organizations to serve as an effective management tool because it highlights specific behaviors to adopt and avoid in order to enhance employee engagement. Managers who are mindful of the individualistic growth needs of Millennials and embrace the challenges of an ever-changing environment will be able to attract, engage and retain the new generation workforce, thereby giving organizations a competitive advantage over their counterparts.</p>

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	ผลการศึกษา
34	Rothmann, Sebastiaan & Jr, Sebastiaan. (2010).	Factors associated with employee engagement in South Africa	On conclusion of this study, the authors suggest that various aspects should be addressed to increase the engagement of employees. Firstly, interventions should be made to ensure the work role fit of employees, as well as variety, learning opportunities and autonomy in their jobs, which will contribute to experiences of psychological meaningfulness and engagement. Secondly, interventions should be implemented to ensure organizational support, including role clarity, good relationships with supervisors, communication, information, and participation in decision-making. Thirdly, advancement opportunities (remuneration, promotion, and training) should be addressed.

จากการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ในหลากหลายธุรกิจที่ดำเนินกิจการในประเทศไทย และศึกษาการทำงานของพนักงานในช่วงปกติ ไม่ได้มีการทำงานแบบ Work from home เช่น พนักงานองค์กรที่ปรึกษาด้านระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง พนักงานในวิชาชีพบัญชี พนักงานธนาคาร พนักงานจากภาครัฐ พนักงานส่วนงานภาคพื้นดินในอุตสาหกรรมสายการบิน พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิต ซึ่งเป็นงานวิจัยที่จะยังไม่ได้มีโรคระบาดของ COVID-19 เข้ามาส่งผลกระทบต่อ ทำให้การทำงานก็จะอยู่ในรูปแบบคือการเข้าทำงานที่องค์กรในวันธรรมดาคือวันจันทร์ถึงวันศุกร์พนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ภายในประเทศไทยซึ่งรูปแบบการทำงานขององค์กร ทั้ง 2 กลุ่มนี้สามารถทำงานแบบ Work from home ได้ด้วยลักษณะองค์กรที่เน้นผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานเป็นหลัก แต่ด้วยหลายๆปัจจัย โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือวัฒนธรรมในการทำงานภายในประเทศเอง ทำให้องค์กรในกลุ่มธุรกิจเหล่านี้จะคงให้พนักงานเข้ามาทำงานในองค์กร แต่มักจะมีความยืดหยุ่นในการเข้า และการออกงานแทน แต่ในส่วนของงานวิจัยจากต่างประเทศ จะเน้นทำการศึกษาพนักงานที่ทำงานแบบ Work from home หรือในช่วงการระบาดของ COVID-19 ทั้งในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมการเงิน และไม่ได้เจาะจงอุตสาหกรรม ซึ่งในต่างประเทศนั้นจะมีงานวิจัยที่ศึกษาพนักงานทำงานแบบ Work from home ที่มากกว่าประเทศไทยเนื่องจากการทำงานรูปแบบ Work from home นั้นเกิดขึ้นก่อนที่จะมีโรคระบาดของ COVID-19 นั้นเอง แต่ทางผู้วิจัยยังไม่พบการวิจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน ซึ่งปัจจุบันธุรกิจทั้ง 2 อย่างนี้ได้เข้ามามีบทบาท และเติบโตในประเทศไทยอย่างมาก ในปี 2564-2566 รายได้ของธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์โดยรวมของไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ตามทิศทางของภาคธุรกิจที่เร่งกระบวนการ Digital transformation ในการสร้างมูลค่าเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น รวมทั้งการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่จากผลการระบาดของ COVID-19 ที่เร่งให้การติดต่อสื่อสารผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลเกิดเร็วขึ้น (วิจัยกรุงศรี, 2564) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจนี้มีลักษณะของโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกับองค์กร ในธุรกิจอื่น เนื่องจากองค์กรในธุรกิจนี้ส่วนใหญ่มักจะเติบโตขึ้นจากสตาร์ทอัพ ทำให้โครงสร้างการบริหารจะมักจะเป็นในรูปแบบเป็นโครงสร้างองค์กรแบบราบ ไม่ได้เป็นในรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรในแบบลำดับขั้นที่องค์กรที่ก่อตั้งมานานมักจะใช้กัน รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรแบบราบจะมีระดับการบังคับบัญชาที่ไม่มีลำดับขั้นที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นหลักทศวรรษ ด้วยความแตกต่างของกลุ่มธุรกิจ ผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรจะมีความแตกต่างกับงานวิจัยที่เคยได้มีมาก่อนหน้านี้ โดยทางผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีหลากหลาย เช่น ปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจิตใจ, ปัจจัยภาวะผู้นำ, ปัจจัยด้านค่าตอบแทน, ปัจจัยการรับรู้ความยุติธรรม, ปัจจัยผลตอบแทนเชิงความสัมพันธ์, ปัจจัยด้านความมีอิสระในการทำงาน, ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน และปัจจัยด้านความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้า เป็นต้น

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันองค์กร
1	ชัยวัฒน์ โอสธ อำนาจโชค (2555)	ปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจิตใจ
2	นางสาว กรณัชนันท์ กิมศุก (2564)	ปัจจัยการเป็นที่ยอมรับ ปัจจัยให้อำนาจ ปัจจัยความก้าวหน้าในงาน ปัจจัยโอกาสในการพัฒนา ปัจจัยหัวหน้างาน
3	นางสาวลลิตา จันทร์งาม (2559)	ปัจจัยด้านความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, ปัจจัยด้าน การพัฒนาการทำงาน, ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน, ปัจจัย ด้านภาวะผู้นำ และปัจจัยด้านค่าตอบแทน
4	สุพรรณไตรวิจิตร ศิลป์ (2559)	ปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจิตใจ
5	ณัฐฐาพัชณีย์ มงคลธารณ์ (2561)	ปัจจัยภาวะผู้นำ
6	พิชชากร จวง วานิชย์ (2560)	ปัจจัยด้านค่าตอบแทน, ปัจจัยการรับรู้ความยุติธรรม, ปัจจัย ผลตอบแทนเชิงความสัมพันธ์
7	แสงเดือน รักษา ใจ (2554)	ปัจจัยด้านความมีอิสระในการทำงาน, ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมใน การทำงาน และปัจจัยด้านความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้า

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร
8	Margaret F. Reid Cynthia K. Riemenschneider Myria Watkins Allen Deb Armstrong (2551)	ปัจจัยความคลุมเครือในบทบาท, ปัจจัยรับรู้การได้รับความช่วยเหลือจากองค์กร, ปัจจัยแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิก และปัจจัยความหลากหลายของงาน
9	รัศมี อิสลาม (2561)	ปัจจัยความพึงพอใจด้านลักษณะงาน, ปัจจัยความพึงพอใจด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า, ปัจจัยความพึงพอใจในปัจจัยปัจจัยด้านค่าจ้างและสวัสดิการ, ปัจจัยความพึงพอใจในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และปัจจัยความพึงพอใจในด้านการปกครองบังคับบัญชา
10	Teresa Galanti, MPsyc, Gloria Guidetti, PhD, Elisabetta Mazzei, MPsyc, Salvatore Zappalà, PhD, and Ferdinando Toscano, Mpsyc (2021)	ปัจจัยภาวะผู้นำตนเอง และปัจจัยการให้อิสระในการทำงาน
11	ลลิตา พรรณพนา วัลย์ (2560)	ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติโดยรวม, และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร
12	ลัดดาวัลย์ ตำราญ , โสธยา สุภาพล และกมลรัตน์ รัญญูเจริญ (2563)	ปัจจัยด้านระบบการทำงาน, ปัจจัยด้านด้านความต้องการความสำเร็จ ในชีวิต, ปัจจัยด้านความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง, ปัจจัยด้านความ ต้องการทางร่างกาย, ปัจจัยด้านความต้องการความปลอดภัย และ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ
13	จิราพร น้อยนคร (2551)	ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน 5 ด้าน คือ 1. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ 2. ด้านเงินเดือน และค่าตอบแทนที่ได้รับ 3. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ 4. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ปัจจัยด้านผู้ใต้บังคับบัญชาด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการ ทำงาน
14	ณัฐฐา ผุดผ่อง (2556)	ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 ด้าน, ปัจจัยกลุ่มเจเนอเรชั่น และ ปัจจัยส่วนบุคคล
15	นงนภา จันทร์ แป็ง (2557)	วัฒนธรรมองค์กรด้านลักษณะความเหลื่อมล้ำอำนาจ, ลักษณะการ หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน, ลักษณะความเป็นชาย และลักษณะปัจเจก นิยม
16	สราวดี แซงแสวง (2559)	คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพและด้านสังคมสัมพันธ์
17	พวงแก้ว รัตนสุ มาวงศ์ (2561)	ความหลากหลายของทักษะความสำคัญของงาน และผลการประเมิน
18	จรรยา ห่วงเทศ (2558)	สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน
19	Nisha Chanana & Sangeeta (2020)	การมีปฏิสัมพันธ์ต่อพนักงาน

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร
20	Sarjue Pandit and Ritesh Singhal, (2018)	Internal motivation and positive environment at workplace
21	Madhura Bedarkar Deepika Pandit (2014)	Namely communication, work life balance and leadership
22	H.M.S. Manjareel, D.A.S. Perera (2021)	Technological Readiness and Empowerment
23	Prashant Mehta (2021)	Role of autonomy, Convenience, and safety
24	Franklin M. Lartey (2021)	Career planning discussions, employee autonomy, and manager recognition
25	Yong SheeMun, Mohamad Nadzli Suhaimi, Shahida Syafiqah Abdullah, Shahhar Abdul Rahman, Nik Kamariah Nik Mat (2013)	Goal Setting, Job Autonomy and Role Benefit
26	Ryan Nathaniel Mitchell (2015)	The quantity of time that managers communicate with their employees, along with the perceived quality of those interactions

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร
27	Vijesh Chaudharya, Smrutirekha Mohanty, Poonam Malikc, A.Apsara Saleth Mary, Jnaneshwar, Pai Maroor, M.Z.M. Nomanif (2022)	Gender. Salary, Proper virtual tools, contact with top management, mental health checkup and virtual training
28	Dr. Padmakumar Ram, Dr. Gantasala V. Prabhakar (2011)	Employees are connected to the organizational strategy and goals, acknowledgment for work well done and culture of learning
29	R. Mitchell (2015)	SET (Social Exchange Theory)
30	Houssein, A. A., Singh, J. S. K., & Arumugam, T. (2020)	Human Resource practices and organization culture
31	Harshit Kumar Singh & Sanjay Verma (2020)	Telework affect employees' perceived autonomy
32	Treetipbut, N. & Aloni, R.. (2018)	OD Intervention
33	Koobair, L (2018)	Competency framework (Management Tool)

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร
34	Rothmann, Sebastiaan & Jr, Sebastiaan. (2010).	Psychological Conditions (Work role fit of employees, variety of learning opportunities and autonomy and organisational support) Antecedent Conditions(Role clarity, good relationships with supervisors, communication, information and participation in decision-making)

เมื่อได้พิจารณาถึงการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานทั้งงานในประเทศไทย และจากประเทศอื่นๆ จะเห็นได้ว่า การศึกษาวิจัยในเรื่องความผูกพันองค์กร มักจะประกอบไปด้วยหลายตัวแปร โดยในส่วนสมมติฐาน มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน นั่นก็คือการศึกษาวินิจฉัยหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน เพื่อที่จะนำแนวคิด และผลลัพธ์ ไปพิจารณาในการออกแบบโครงสร้างการเสริมสร้างความผูกพันภายในองค์กร โดยทางผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบิร์ก (Herzberg's, 1959) มากำหนดกรอบแนวคิด ของการวิจัยเรื่องความผูกพันองค์กร พนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน และตัดสินใจที่จะศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานด้วยแนวคิดของ ฮิววิท แอสโซซิเอทส์, 2003 (อ้างถึงใน สมจิตรจันทร์เพ็ญ, 2557 : 14) ได้ให้มุมมองว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้โดยพฤติกรรม 3 แบบคือ การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Says), ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) และความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็ม ความสามารถ (Strive)

2.7 ตัวแปรที่ทำการศึกษา

2.7.1 ตัวแปรต้น

ปัจจัยแรงจูงใจ

- การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ
- ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา

ปัจจัยค้ำจุน

- ทรัพยากรในการทำงาน
- เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ

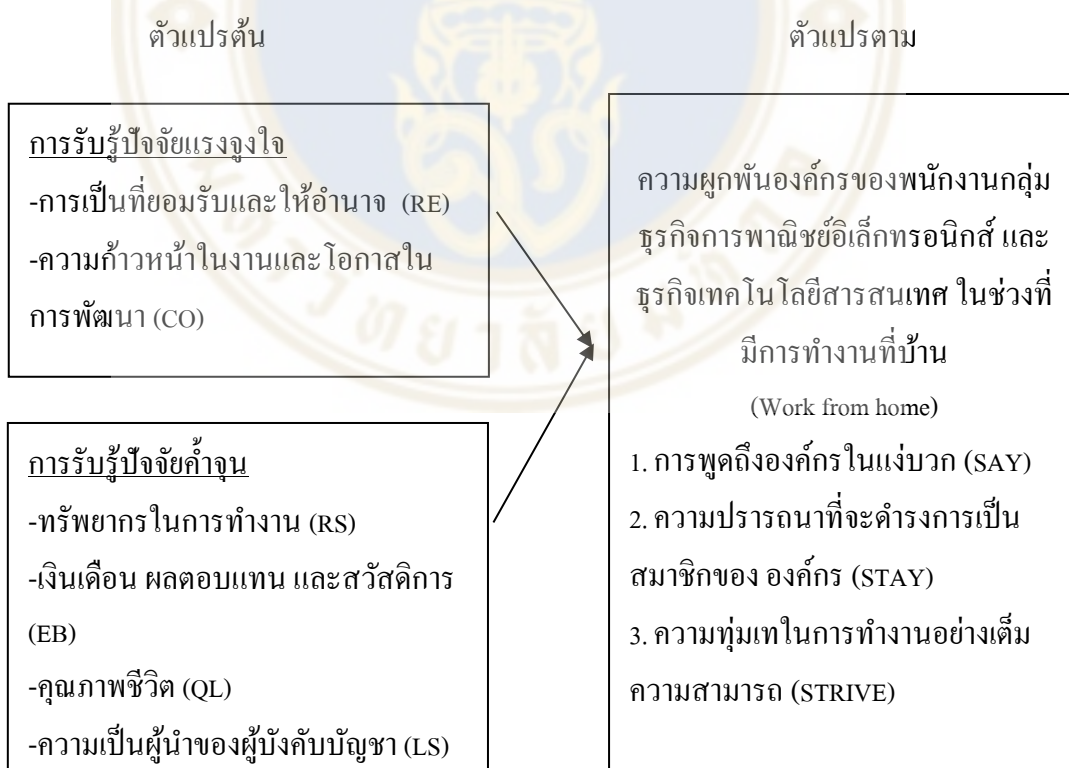
- คุณภาพชีวิต
- ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา

2.7.2 ตัวแปรตาม

ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

- การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY)
- ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)
- ความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็ม ความสามารถ (STRIVE)

2.8 กรอบงานวิจัย



2.9 สมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 1.1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

สมมติฐานที่ 1.2 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 1.3 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 2.1 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

สมมติฐานที่ 2.2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 2.3 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-

สมมติฐานที่ 4.3 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 5.1 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูด ถึงองค์กรในทางที่ดี

สมมติฐานที่ 5.2 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 5.3 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 6 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 6.1 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูด ถึงองค์กรในทางที่ดี

สมมติฐานที่ 6.2 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 6.3 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพัน
องค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยี
สารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความ
ทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษา “เรื่องความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)” ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้ทำวิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 กระบวนการเก็บข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในกำลังแรงงานจำนวน 5,386,974 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้ระดับความคลาดเคลื่อนที่รับได้เท่ากับ 5% ซึ่งจะนำมาคำนวณดังนี้

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

E แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าได้ดังนี้

$$n = 399.99 \text{ ตัวอย่าง}$$

$$n \approx 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้ความเชื่อมั่นที่ 95% ในการกำหนดกลุ่มประชากร โดยความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้จะอยู่ที่ 5% โดยทั้ง 400 คนนี้จะถูกใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการสุ่มด้วยวิธีอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยพิจารณาเลือกจากประชากรที่เป็นพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ทันทีโดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Online Self-Administered Questionnaires) ให้ครบถ้วนตามที่ได้ระบุไว้ข้างต้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online questionnaire) จะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ โดยเก็บผ่านทาง Google Form โดยจะไม่มีกระบวนการระบุข้อมูล ทั้งชื่อ นามสกุล หรือสิ่งบ่งชี้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะใช้รหัสแทนแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลปัจจัยส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และการใช้คำถามเพื่อพิจารณา

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ สำหรับวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ สำหรับวัดความผูกพันองค์กรโดย

ระดับความเห็น 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับความเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับความเห็น 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับความเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับความเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ในส่วนที่ 3 นั้นจะเป็นการอภิปรายผลลัพธ์ ที่ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยโดยนำสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / (\text{จำนวนชั้น}) \\
 &= (5 - 1) / (5) \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.1 ระดับความคิดเห็นในแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น (คะแนนค่าเฉลี่ย)				
1.00 – 1.80	1.81 – 2.60	2.61 – 3.40	3.41 – 4.20	4.21 – 5.00
น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ รวมถึงทดสอบในเรื่องความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Content Validity) รวมไปถึงนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบ และพิจารณาอีกขั้นตอนหนึ่งเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามถึงความถูกต้อง เหมาะสม ความเที่ยงตรงของ เนื้อหาที่ครอบคลุมแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบทดสอบของกรณีศึกษา กิมสุก (2563) โดยนำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 39 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (N=39)

ปัจจัย	ตัวย่อ	รายการตัววัด	Cronbach's Alpha
RE	RE1	ฉันสามารถพิจารณาและตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ภายใต้อำนาจหน้าที่ของตนเอง	0.861
	RE2	ฉันเคยได้รับมอบหมายให้ทำงานที่สำคัญ	
	RE3	ฉันรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร	

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวย่อ	รายการตัววัด	Cronbach's Alpha
	RE4	ฉันรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชา	
	RE5	ฉันได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อทำงานได้ดี	
CO	CO1	องค์กรของฉันให้โอกาสในการเพิ่มทักษะและความรู้ เช่นการฝึกอบรม การดูงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะ ในการทำงาน	0.844
	CO2	องค์กรของฉันให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน	
	CO3	องค์กรของฉันได้ให้โอกาสความก้าวหน้าและพัฒนาฉันไปอีกระดับเมื่อท่านมีประสบการณ์หรือความสามารถมากขึ้น	
RS	RS1	องค์กรของฉันจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานทางไกลที่เพียงพอ	0.869
	RS2	องค์กรของฉันมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการทำงานให้แก่พนักงาน	
	RS3	องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีเพียงพอที่สามารถรองรับระบบการทำงาน	
	RS4	องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีที่รวดเร็วเพื่อสนับสนุนการทำงาน	
EB	EB1	องค์กรของฉันมีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม	0.749

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวย่อ	รายการตัววัด	Cronbach's Alpha
	EB2	องค์กรของฉันมีการพิจารณาปรับ ค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม	
	EB3	องค์กรของฉันมีการจัดสวัสดิการที่ เหมาะสม	
QL	QL1	องค์กรของฉันให้ความสำคัญและดูแล เกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจของ พนักงานอย่างสม่ำเสมอ	0.837
	QL2	องค์กรของฉันให้ความสำคัญและสนับสนุน พนักงานในด้านชีวิตการทำงาน และชีวิต ส่วนตัวให้มีความสมดุล (Work life balance)	
	QL3	ฉันสามารถแบ่งเวลาในการทำงาน ประจำวัน เวลาส่วนตัว เวลาสำหรับ ครอบครัวและสังคมได้อย่างเหมาะสม	
	QL4	ฉันสามารถวางแผนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตไว้ล่วงหน้าได้	
LS	LS1	ผู้บริหารในองค์กรของฉันมีความเป็นผู้นำ มี วิสัยทัศน์ที่กว้างไกลสามารถพัฒนาองค์กร ไปในทางที่ดีได้	0.893
	LS2	ผู้บริหารในองค์กรของฉันให้ความสำคัญกับ พนักงาน ยินดีรับฟังความคิดเห็นและให้ คำแนะนำในการทำงานอย่างสร้างสรรค์	
	LS3	ผู้บริหารในองค์กรของฉันเป็นผู้รักษา มาตรฐานทางจริยธรรมและเป็นที่ยอมรับ ของพนักงานอย่างแท้จริง	

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวย่อ	รายการตัววัด	Cronbach's Alpha
	LS4	ผู้บริหารในองค์กรของฉันให้การสนับสนุนให้พนักงานทำงานทางไกล	
	LS5	ผู้บริหารในองค์กรของฉันมีวิสัยทัศน์ที่ดีช่วยผลักดันการทำงานของทีมงานให้ประสบความสำเร็จ	
SAY	SAY1	ฉันมีความภาคภูมิใจและยินดีเสมอที่จะบอกกับผู้อื่นว่าฉันทำงานในองค์กรนี้	0.762
	SAY2	ฉันพูดถึงองค์กรในทางที่ดีเสมอเมื่อสนทนากับผู้อื่น	
	SAY3	ฉันจะที่แจ่มและอธิบายแก้ไขเสมอ เมื่อผู้อื่นกล่าวถึงองค์กรในทางที่ผิด	
STAY	STAY1	ฉันมีความรู้สึกที่ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรอย่างแท้จริง	0.791
	STAY2	ฉันคิดว่าตัวเองตัดสินใจถูกต้องแล้วที่มาทำงานองค์กรนี้	
	STAY3	ฉันจะไม่เปลี่ยนงานใหม่ไปยังองค์กรอื่นแม้ว่าจะได้รับโอกาส และเงินเดือนที่สูงกว่า	
	STAY4	ฉันคิดว่าจะทำงานกับองค์กรแห่งนี้ตลอดชีวิตการทำงาน	
	STAY5	ฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ	
STRIVE	STRIVE1	ฉันพร้อมที่จะทำงานทุกอย่างเพื่อสนับสนุนและพัฒนาองค์กรเสมอ	0.834

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวย่อ	รายการตัววัด	Cronbach's Alpha
	STRIVE2	ฉันมักค้นหาแนวทางการปรับปรุงการทำงานขององค์กรให้ดีขึ้นเสมอ	
	STRIVE3	ฉันยินดีให้ความช่วยเหลือองค์กรในทุกด้านเสมอแม้ว่าฉันจะมีภาระงานที่มากกว่าเดิม	
	STRIVE4	ฉันมีความห่วงใยในความอยู่รอดและทิศทางขององค์กรเสมอ	
	STRIVE5	ฉันทำงานโดยใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จขององค์กรเสมอ	

ตารางที่ 3.2 ทางผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ ของมาตราวัดที่นำมาใช้ในครั้ง นี้ เพื่อวัดความเที่ยงตรง และค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรต่าง ๆ โดยการตรวจสอบความสอดคล้อง ภายในครั้งนี้จะมีการใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เพื่อทดสอบความสอดคล้องภายใน พบว่าผลวิเคราะห์นั้นมากกว่า 0.7 จึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อ (N=39)

ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
RE1	0.948
RE2	0.949
RE3	0.948
RE4	0.948
RE5	0.948
CO1	0.949
CO2	0.949
CO3	0.948

ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
RS1	0.950
RS2	0.948
RS3	0.947
RS4	0.947
EB1	0.947
EB2	0.949
EB3	0.948
QL1	0.949
QL2	0.948
QL3	0.949
QL4	0.949
LS1	0.950
LS2	0.947
LS3	0.948
LS4	0.948
LS5	0.948
SAY1	0.948
SAY2	0.948
SAY3	0.947
STAY1	0.948
STAY2	0.947
STAY3	0.947
STAY4	0.947
STAY5	0.948
STRIVE1	0.947
STRIVE2	0.946
STRIVE3	0.947

ตารางที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
STRIVE4	0.948
STRIVE5	0.948

3.4 กระบวนการเก็บข้อมูล

1. ผู้เข้าร่วมวิจัยได้อ่านคำชี้แจง รายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัย และข้อตกลงที่ระบุไว้ ก่อนที่จะเริ่มทำแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)
2. เมื่อผู้เข้าร่วมวิจัยอ่านครบถ้วน และยินดีที่จะร่วมงานวิจัยครั้งนี้ ผู้เข้าร่วมงานวิจัยสามารถกดปุ่มถัดไปเพื่อเข้าร่วมงานวิจัยในแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์
3. หลังจากได้มีการกดปุ่มถัดไปเพื่อเป็นการตกลงที่จะเข้าร่วมงานวิจัย หน้าจอแสดงผลบนคอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์มือถือจะแสดงแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถตอบแบบสอบถามได้ โดยการตอบแบบสอบถามนั้นจะให้ใส่ข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ แต่จะได้รับรหัสของผู้เข้าร่วมงานวิจัยแทน หลังจากนั้นทางผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลที่รับมาเป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน สำหรับเป็นฐานข้อมูลประกอบเพื่ออ้างอิงประกอบการวิจัย หลังจากนั้นจะทำการลบข้อมูลดังกล่าวออกทั้งหมดเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล
4. ขั้นตอนสุดท้ายคือตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับ เพื่อนำข้อมูลวิเคราะห์ และทดสอบสมมติฐานที่ได้มีการวางไว้

3.5 การวิเคราะห์และการประมวลผล

แบบสอบถามที่ได้รับครบมาทั้งหมด จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามในแต่ละชุด เมื่อได้ชุดข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนแล้ว ทางผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ผ่าน โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistic Package for The Social Science

) รูปแบบของสถิติจะเป็นในเชิงพรรณนา ได้แก่ค่า ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ความความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability Test) ในกลุ่มตัวอย่างจริง 425 คน โดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1984, p. 169) โดยจะอยู่ในที่ 0.70 ขึ้นไปถึงจะยอมรับได้ (Corrected-Item Total Correlation > 0.3)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยจะนำตัวแปรทั้งหมด 9 ปัจจัย ที่ได้ถูกทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้รับมาจากกลุ่มตัวอย่าง กับผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดย พิจารณาจาก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยจะพิจารณาความสัมพันธ์จากค่าที่อยู่ระหว่าง -1.0 ถึง +1.0 โดย 0 จะหมายความว่า ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันแม้แต่น้อย โดยค่าที่อยู่ใกล้ -1.0 หรือ +1.0 จะมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด โดย + หรือ - จะเป็นเครื่องบ่งบอกว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ตามกัน หรือตรงกันข้าม

ทั้งปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุนใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเดียว (Simple Linear Regression Analysis)

แบบสอบถามส่วนที่1: ข้อมูลปัจจัยส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน โดยเป็นรูปแบบตรวจสอบรายการ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา แล้วใช้วิธีการหาค่าความถี่ และได้ข้อสรุปเป็นค่าร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่2: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร เป็นแบบสอบถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) การหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะถูกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

สมมติฐานในการวิจัยที่ 1-6 เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรและ ความผูกพันองค์กรพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงอนุมาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Independent Variable) ใดบ้างที่ส่งผลต่อตัวแปรตามในสมมติฐาน กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กร และแนวทางในการเพิ่มความผูกพันองค์กร ในการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก พนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 425 คน โดยแบ่ง ผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)
- 4.3 ข้อมูลด้านปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร
- 4.4 ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับการศึกษา อายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน โดยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และค่าร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ชาย	149	35.1%
หญิง	276	64.9%
รวม	425	100%

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงโดยมีจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 21 ปี	2	0.5%
21 - 30 ปี	307	72.2%
31- 40 ปี	106	24.9%
มากกว่า 41 ปี	10	2.4%
รวม	425	100%

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี โดยมีจำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาอันดับสองคืออายุ 31 – 40 ปีมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 อันดับสามคืออายุมากกว่า 41 ปีมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 และอันดับสุดท้ายคือต่ำกว่า 21 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	3.1%
ปริญญาตรี	347	81.6%
สูงกว่าปริญญาตรี	65	15.3%
รวม	425	100%

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมาอันดับสองจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอันดับสุดท้ายจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน

อายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 1 ปี	148	34.8%
1 - 3 ปี	187	44.0%
4 - 6 ปี	55	12.9%
7 - 9 ปี	25	5.9%
10 ปีขึ้นไป	10	2.4%
รวม	425	100%

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุงานของที่ทำงานปัจจุบันอยู่ที่ 1 – 3 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาอันดับสองมีอายุงานของที่ทำงานปัจจุบันต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 อันดับสามมีอายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน 4 – 6 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 อันดับ 4 อายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน 7 – 9 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 อันดับสุดท้ายมีอายุงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.4

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 425 คน พบว่าการจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างใหญ่เป็นเพศหญิง 276 คิดเป็นร้อยละ 64.9 , จำแนกตามอายุ กลุ่มตัวอย่างใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี โดยมีจำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 และหากจำแนกตามอายุงานของที่ทำงานปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุงานของที่ทำงานปัจจุบันอยู่ที่ 1 – 3 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 44

4.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านการรับรู้ถึงปัจจัยจูงใจการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (RE)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
RE1	3.84	0.80	มาก
RE2	4.06	0.73	มาก
RE3	3.61	0.78	มาก
RE4	4.08	0.70	มาก
RE5	4.09	0.70	มาก
ภาพรวม	3.94	0.74	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านการรับรู้ถึงปัจจัยจูงใจการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ RE โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เห็นด้วยมากกว่า ฉันได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อทำงานได้ดี RE5 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ เห็นด้วยมากกว่าฉันรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชา RE4 ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.70) เห็นด้วยมากกว่า ฉันเคยได้รับมอบหมายให้ทำงานที่สำคัญ RE2 ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.73) เห็นด้วยมากกว่า สามารถพิจารณาและตัดสินใจได้อย่างเต็มที่

ภายใต้อำนาจหน้าที่ของตนเอง RE1 ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.80) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยมากกว่า รู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร RE3 ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.78)

ตารางที่ 4.6 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา (CO)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
CO1	3.87	0.89	มาก
CO2	3.77	0.86	มาก
CO3	3.90	0.82	มาก
ภาพรวม	3.85	0.86	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา CO โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากกว่า องค์กรของฉันได้ให้โอกาสความก้าวหน้าและพัฒนาฉันไปอีกระดับเมื่อท่านมีประสบการณ์หรือความสามารถมากขึ้น CO3 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.82) รองลงมาคือ เห็นด้วยมากกว่า องค์กรของฉันให้โอกาสในการเพิ่มทักษะและความรู้ เช่นการฝึกอบรม การดูงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะ ในการทำงาน CO1 ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยมากกว่า องค์กรของฉันให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน CO2 ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.86)

ตารางที่ 4.7 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านทรัพยากรในการทำงาน (RS)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
RS1	3.88	0.93	มาก
RS2	3.99	0.88	มาก
RS3	3.99	0.86	มาก
RS4	3.88	0.91	มาก
ภาพรวม	3.93	0.90	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านทรัพยากรในการทำงาน RS โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากกว่าองค์กรของฉันมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการทำงานให้แก่พนักงาน RS2 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.88) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือองค์กรของฉันมีเทคโนโลยีเพียงพอที่สามารถรองรับระบบการทำงาน RS3 ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.86) รองลงมาคือ องค์กรของฉันจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานทางไกลที่เพียงพอ RS1 ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.93) และอันดับสุดท้ายเห็นด้วยมากกว่า องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีที่รวดเร็วเพื่อสนับสนุนการทำงาน RS4 ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.91)

ตารางที่ 4.8 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ (EB)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
EB1	3.67	0.86	มาก
EB2	3.55	0.93	มาก
EB3	3.85	0.93	มาก
ภาพรวม	3.69	0.90	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ EB โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากว่าองค์กรของงันมีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด EB3 ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.93) รองลงมาคือ เห็นด้วยมากว่าองค์กรของงันมีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม EB1 ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.86) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยมากว่าองค์กรของงันมีการพิจารณาปรับค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม EB2 ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.93)

ตารางที่ 4.9 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านคุณภาพชีวิต (QL)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
QL1	3.66	0.97	มาก
QL2	3.45	1.06	มาก
QL3	3.51	1.03	มาก
QL4	3.69	0.92	มาก
ภาพรวม	3.58	1.00	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านคุณภาพชีวิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากกว่าฉันสามารถวางแผนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตไว้ล่วงหน้าได้ QL4 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.92) รองลงมาคือ องค์กรของฉันให้ความสำคัญและดูแลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ QL1 ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.97) เห็นด้วยมากกว่า ฉันสามารถแบ่งเวลาในการทำงานประจำวัน เวลาส่วนตัว เวลาสำหรับครอบครัวและสังคมได้อย่างเหมาะสม QL3 ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 1.03) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยมากกว่า องค์กรของฉันให้ความสำคัญและสนับสนุนพนักงานในด้านชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวให้มีความสมดุล (Work life balance) QL2 ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.06)

ตารางที่ 4.10 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา (LS)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
LS1	3.96	0.84	มาก
LS2	3.89	0.88	มาก
LS3	3.88	0.85	มาก
LS4	3.86	0.95	มาก
LS5	4.01	0.83	มาก
ภาพรวม	3.92	0.87	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา LS โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากกว่าผู้บริหารในองค์กรของฉันทมีวิสัยทัศน์ที่ดีช่วยผลักดันการทำงานของทีมให้ประสบความสำเร็จ LS5 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด LS5 ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ผู้บริหารในองค์กรของฉันทมีความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลสามารถพัฒนาองค์กรไปในทางที่ดีได้ LS1 ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.84) เห็นด้วยมากกว่า ผู้บริหารในองค์กรของฉันทให้ความสำคัญกับพนักงาน ยินดีรับฟังความคิดเห็นและให้คำแนะนำในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ LS2 ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.88) เห็นด้วยมากกว่า ผู้บริหารในองค์กรของฉันทเป็นผู้รักษามาตรฐานทางจริยธรรมและเป็นที่ยอมรับของพนักงานอย่างแท้จริง LS3 ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.85) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยมากกว่า ผู้บริหารในองค์กรของฉันทให้การสนับสนุนให้พนักงานทำงานทางไกล LS4 ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.95)

4.3 ข้อมูลด้านปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านปัจจัยความผูกพันองค์กร โดยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
SAY1	4.15	0.81	มาก
SAY2	3.99	0.82	มาก
SAY3	3.99	0.77	มาก
ภาพรวม	4.04	0.80	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าฉันมีความภาคภูมิใจและยินดีเสมอที่จะบอกกับผู้อื่นว่าฉันทำงานในองค์กรนี้ SAY1 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ฉันพูดถึงองค์กรในทางที่ดีเสมอเมื่อสนทนากับผู้อื่น SAY2 ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.82) และอันดับสุดท้าย ฉันจะชี้แจงและอธิบายแก้ไขเสมอ เมื่อผู้อื่นกล่าวถึงองค์กรในทางที่ผิด SAY3 ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.77)

ตารางที่ 4.12 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
STAY1	3.68	0.92	มาก
STAY2	4.00	0.84	มาก
STAY3	2.69	1.13	ปานกลาง
STAY4	2.35	1.15	น้อย
STAY5	3.46	0.88	มาก
ภาพรวม	3.24	0.98	ปานกลาง

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากกว่าฉันคิดว่าตัวเองตัดสินใจถูกต้องแล้วที่มาทำงานองค์กรนี้ STAY2 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.84) รองลงมาคือ ฉันมีความรู้สึกที่ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรอย่างแท้จริง STAY1 ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.92) เห็นด้วยมากกว่า ฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ STAY5 ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.73) เห็นด้วยปานกลางว่า ฉันจะไม่เปลี่ยนงานใหม่ไปยังองค์กรอื่น แม้ว่าจะได้รับโอกาส และเงินเดือนที่สูงกว่า STAY3 ($\bar{X} = 2.69$, S.D. = 1.13) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยน้อยกว่า ฉันคิดว่าจะทำงานกับองค์กรแห่งนี้ตลอดชีวิตการทำงาน STAY4 ($\bar{X} = 2.35$, S.D. = 1.15)

ตารางที่ 4.13 แสดงความถี่และค่าร้อยละ ความคิดเห็นของข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ด้านพฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
STRIVE1	4.31	0.65	มากที่สุด
STRIVE2	4.13	0.73	มาก
STRIVE3	4.12	0.70	มาก
STRIVE4	3.86	0.83	มาก
STRIVE5	3.97	0.76	มาก
ภาพรวม	4.08	0.73	มาก

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรด้านพฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่า ฉันพร้อมที่จะทำงานทุกอย่างเพื่อสนับสนุนและพัฒนาองค์กรเสมอ STRIVE1 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.65) ข้อที่พบรองลงมาเห็นด้วยมากกว่า ฉันมักค้นหาแนวทางการปรับปรุงการทำงานขององค์กรให้ดีขึ้นเสมอ STRIVE2 ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.73) เห็นด้วยมากกว่า ฉันยินดีให้ความช่วยเหลือองค์กรในทุกด้านเสมอแม้ว่าฉันจะมีภาระงานที่มากกว่าเดิม STRIVE3 ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.70) เห็นด้วยมากกว่า ฉันทำงานโดยใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จขององค์กรเสมอ STRIVE5 ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.76) และฉันมีความห่วงใยในความอยู่รอดและทิศทางขององค์กรเสมอ STRIVE4 ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.83)

4.4 ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 1.1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

สมมติฐานที่ 1.2 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 1.3 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 2.1 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

สมมติฐานที่ 2.2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 2.3 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-

สมมติฐานที่ 4.3 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 5.1 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูด ถึงองค์กรในทางที่ดี

สมมติฐานที่ 5.2 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 5.3 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

สมมติฐานที่ 6 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานที่ 6.1 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูด ถึงองค์กรในทางที่ดี

สมมติฐานที่ 6.2 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

สมมติฐานที่ 6.3 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (n =425)

ปัจจัย	ตัวย่อ	Cronbach's Alpha
การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (RE)	RE1	0.732
	RE2	
	RE3	
	RE4	
	RE5	
ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา (CO)	CO1	0.836
	CO2	
	CO3	
ทรัพยากรในการทำงาน (RS)	RS1	0.901
	RS2	
	RS3	
	RS4	
เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ (EB)	EB1	0.816
	EB2	
	EB3	
คุณภาพชีวิต (QL)	QL1	0.876
	QL2	
	QL3	
	QL4	
ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา (LS)	LS1	0.901
	LS2	

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของมาตราวัด (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวย่อ	Cronbach's Alpha
	LS3	
	LS4	
	LS5	
การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY)	SAY1	0.842
	SAY2	
	SAY3	
ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	STAY1	0.835
	STAY2	
	STAY3	
	STAY4	
	STAY5	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผลที่ได้จากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของมาตราวัดที่สร้างถูกสร้างขึ้นเพื่อวัด Construct ในการศึกษาครั้งนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาร์ช (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 จึงถือว่าการเก็บข้อมูลในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

4.4.1 การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ (Person's Correlations Coefficient)

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ของ 6 ปัจจัยเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยมีค่า Cronbach's Alpha 0.7 มาใช้ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยสิ่งที่เกี่ยวข้องมีสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 ตารางชี้แจงตัวต่อของแต่ละตัวแปร

ตัวย่อ	ความหมายของตัวแปร
RE	การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ
CO	ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา
RS	ทรัพยากรในการทำงาน
EB	เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ
QL	คุณภาพชีวิต
LS	ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา
SAY	การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (SAY)
STAY	ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)
STRIVE	ความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)
EE	ความผูกพันองค์กรของพนักงาน

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบข้อมูลสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของ ผู้บังคับบัญชา) ที่มีต่อตัวแปรตามความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

	Total RE	Total CO	Total RS	Total EB	Total QL	Total LS	Total SAY	Total STAY	Total STRIVE	Total EE
TotalRE	1									
TotalCO	.407**	1								
TotalRS	.294**	.491**	1							
TotalEB	.191**	.486**	.525**	1						
TotalQL	.309**	.358**	.462**	.503**	1					
TotalLS	.305**	.578**	.578**	.554**	.535**	1				

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบข้อมูลสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของ ผู้บังคับบัญชา) ที่มีต่อตัวแปรตามความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

	Total RE	Total CO	Total RS	Total EB	Total QL	Total LS	Total SAY	Total STAY	Total STRIVE	Total EE
Total SAY	.335**	.564**	.567**	.529**	.499**	.681**	1			
Total STAY	.316**	.533**	.449**	.516**	.515**	.580**	.695**	1		
Total STRIVE	.360**	.349**	.289**	.230**	.245**	.358**	.494**	.473**	1	
TotalEE	.397**	.582**	.525**	.521**	.513**	.653**	.878**	.885**	.748**	1

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐาน

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

เมื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา ที่มีต่อตัวแปรตามความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) พบว่าปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (RE) ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา (CO), ทรัพยากรใน

การทำงาน (RS), เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ (EB), คุณภาพชีวิต (QL), ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา (LS) มีค่า Sig. (2-Tailed) เท่ากับ 0.0000 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)) สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้านนั้นมีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (EE) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 4.17 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	แทนค่าสถิติ
B	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่า Unstandardized Coefficient
Beta	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ซึ่งเป็นค่า Standardized Coefficient
Sig	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
t	ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงแบบ T
**	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรโดยการใช้พฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from home)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	0.556	0.549	0.46672

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่า R Square เท่ากับ 0.556 มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าเกณฑ์มาตรฐาน ทางสังคมศาสตร์ แสดงว่าสมการถดถอยสามารถทำนายความแปรปรวนได้ กล่าวคือ ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ทั้ง 6 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของ โดยตัวแปรทั้ง 6 ปัจจัย สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของตัวแปรตามความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยการมีพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ร้อยละ 54.9 (Adjusted R²) ผลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาคิดเป็นร้อยละ 45.1 โดยมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

		(n = 425)				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.606	0.195		3.103	0.002
	การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ	0.080	0.050	0.059	1.618	0.106
	ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา	0.154	0.041	0.165	3.771	0.000
	ทรัพยากรในการทำงาน	0.137	0.038	0.155	3.601	0.000
	เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ	0.090	0.039	0.100	2.312	0.021
	คุณภาพชีวิต	0.084	0.034	0.103	2.476	0.014
	หัวหน้างาน	0.346	0.045	0.368	7.754	0.000

* Significant at $p < 0.05$, one-tailed

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

จากสมมติฐาน ในกรณีที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) และยอมรับ H_1 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY))

ซึ่งการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) มีทั้งหมด 5 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.165 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) เพิ่มขึ้น 0.165 หน่วย

2. ปัจจัยด้านทรัพยากรในการทำงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.155 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) เพิ่มขึ้น 0.155 หน่วย

3. ปัจจัยด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 และมีค่า B เท่ากับ 0.100 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) เพิ่มขึ้น 0.100 หน่วย

4. ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตมีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และมีค่า B เท่ากับ 0.103 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) เพิ่มขึ้น 0.103 หน่วย

5. ปัจจัยด้านหัวหน้างานมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.346 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) เพิ่มขึ้น 0.346 หน่วย

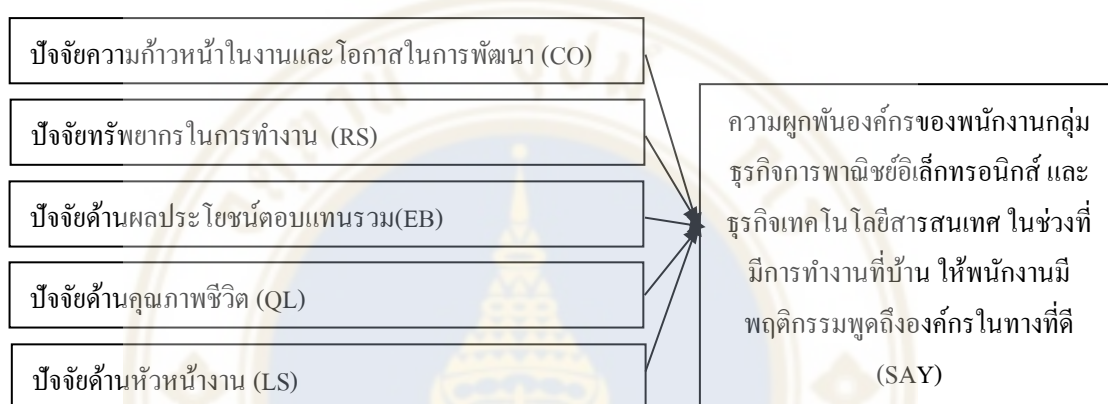
สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) แบบมาตรฐานได้ ดังนี้

$$SAY = 0.165 (CO) + 0.155 (RS) + 0.100 (EB) + 0.103 (QL) + 0.103 (LS)$$

เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้นทำให้ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจ การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน

(Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพุดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2.1, 3.1, 4.1, 5.1 และ 6.1

ในทางกลับกันปัจจัยความผูกพันของพนักงาน ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจไม่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพุดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.1



ภาพที่ 4.1 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพุดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรโดยการมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	0.547	0.540	0.39100

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่า R Square เท่ากับ 0.547 มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าเกณฑ์มาตรฐาน ทางสังคมศาสตร์ แสดงว่าสมการถดถอยสามารถทำนายความแปรปรวนได้ กล่าวคือ ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรโดยการมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ทั้ง 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา โดยตัวแปรทั้ง 6 ปัจจัย สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของตัวแปรตามความสัมพันธ์กับผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยการมีพฤติกรรม การพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY) ร้อยละ 54.0 (Adjusted R²) ผลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาคิดเป็นร้อยละ 46.0 โดยมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

		(n = 425)				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.224	0.238		-0.942	0.347
	การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ	0.086	0.060	0.058	1.433	0.153
	ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา	0.226	0.050	0.218	4.546	0.000
	ทรัพยากรในการทำงาน	0.011	0.046	0.012	0.244	0.808
	เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ	0.160	0.047	0.161	3.374	0.001
	คุณภาพชีวิต	0.191	0.041	0.212	4.649	0.000

หัวหน้างาน	0.237	0.054	0.227	4.351	0.000
* Significant at $p < 0.05$, one-tailed					

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

จากสมมติฐาน ในกรณีที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)) และยอมรับ H_1 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) ซึ่งการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ให้พนักงานมีพฤติกรรมความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) มีทั้งหมด 4 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.218 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่

มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) เพิ่มขึ้น 0.218 หน่วย

2.ปัจจัยด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และมีค่า B เท่ากับ 0.161 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) เพิ่มขึ้น 0.161 หน่วย

3.ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.212 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) เพิ่มขึ้น 0.212 หน่วย

4.ปัจจัยด้านหัวหน้างานมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.227 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) เพิ่มขึ้น 0.227 หน่วย

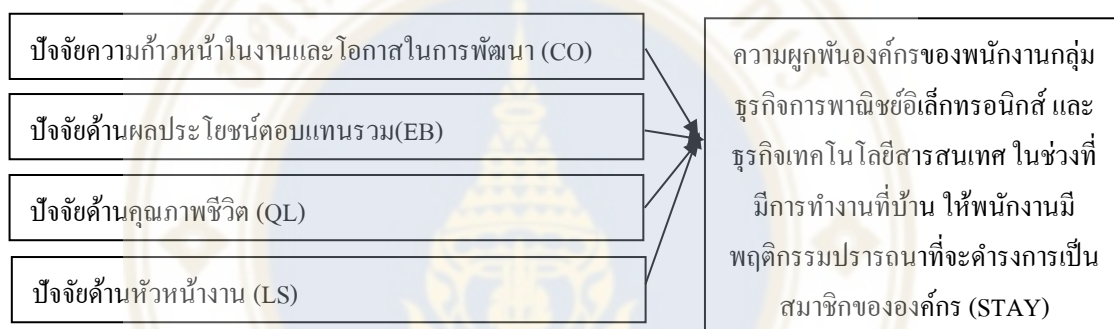
สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) แบบมาตรฐานได้ดังนี้

$$STAY = 0.218 (CO) + 0.227 (LS) + 0.212 (QL) + 0.161 (EB)$$

เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้นทำให้ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา, คุณภาพชีวิต และเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2.2, 4.2, 5.2 และ 6.2

ในทางกลับกันปัจจัยความผูกพันของพนักงาน ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจไม่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.1 และ 3.



ภาพที่ 4.2 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรโดยการมีพฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE) ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.457 ^a	0.209	0.198	0.52398

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า R Square เท่ากับ 0.209 มีค่าต่ำกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าเกณฑ์มาตรฐาน ทางสังคมศาสตร์ แสดงว่าปัจจัยความผูกพันองค์กร ไม่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยการมีพฤติกรรมความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	0.547	0.540	0.39100

จากตารางที่ 4.23 ค่า R Square เท่ากับ 0.547 มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าเกณฑ์มาตรฐาน ทางสังคมศาสตร์ แสดงว่าสมการถดถอยสามารถทำนายความแปรปรวนได้ กล่าวคือ ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ทั้ง 6 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงาน และโอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของ โดยตัวแปรทั้ง 6 ปัจจัย สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของตัวแปรตามความสัมพันธ์กับผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ร้อยละ 54.0 (Adjusted R²) ผลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาคิดเป็นร้อยละ 46.0 โดยมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

		(n = 425)				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.767	0.164		4.691	0.000
	การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ	0.146	0.041	0.130	3.507	0.001
	ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา	0.158	0.034	0.204	4.622	0.000
	ทรัพยากรในการทำงาน	0.062	0.032	0.085	1.952	0.052
	เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ	0.081	0.033	0.109	2.490	0.013
	คุณภาพชีวิต	0.094	0.028	0.139	3.312	0.001
	หัวหน้างาน	0.244	0.037	0.312	6.511	0.000

* Significant at $p < 0.05$, one-tailed

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

จากสมมติฐาน ในกรณีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ

(IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และยอมรับ H_1 (ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ซึ่งการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร มีทั้งหมด 5 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และมีค่า B เท่ากับ 0.130 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพิ่มขึ้น 0.130 หน่วย

2. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.204 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพิ่มขึ้น 0.204 หน่วย

3. ปัจจัยด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 และมีค่า B เท่ากับ 0.109 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพิ่มขึ้น 0.109 หน่วย

4. ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และมีค่า B เท่ากับ 0.139 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพิ่มขึ้น 0.139 หน่วย

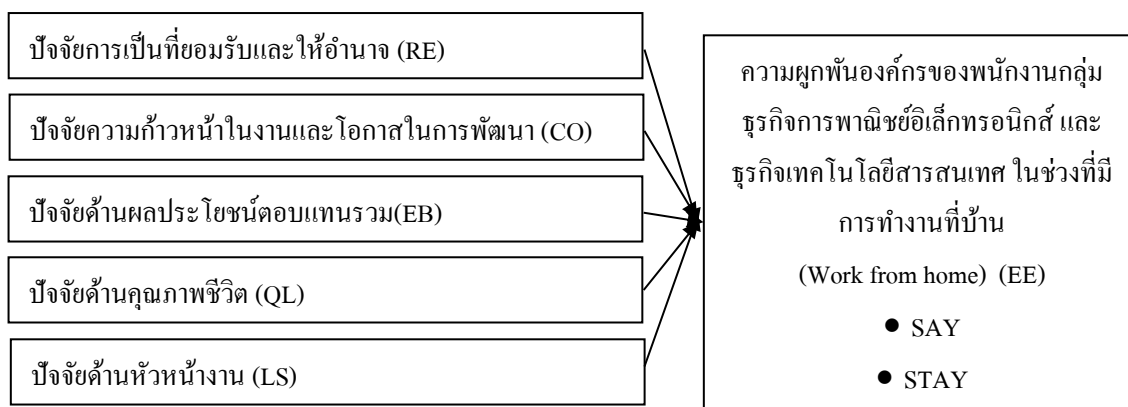
5. ปัจจัยด้านหัวหน้างานมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และมีค่า B เท่ากับ 0.312 หมายความว่า ถ้าระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพิ่มขึ้น 0.312 หน่วย

สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) แบบมาตรฐานได้ดังนี้

$$EE = 0.130 (RE) + 0.204 (CO) + 0.109 (EB) + 0.139 (QL) + 0.312 (LS)$$

เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้นทำให้ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยความผูกพันของพนักงานประกอบไปด้วยทั้งหมด 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ, ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1, 2, 4, 5 และ 6

ในทางกลับกันปัจจัยความผูกพันของพนักงาน ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยทรัพยากรในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3



ภาพที่ 4.3 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ มีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.3 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.1 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3.1 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.2 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3.3 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 4 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p>สมมติฐานที่ 4.1 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี (SAY)</p>	<p>ยอมรับ</p>
<p>สมมติฐานที่ 4.2 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)</p>	<p>ยอมรับ</p>

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4.3 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 5 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5.1 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูด ถึงองค์กรในทางที่ดี	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5.2 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5.3 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 6 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ

ตารางที่ 4.25 สรุปสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6.1 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6.2 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (STAY)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6.3 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (STRIVE)	ปฏิเสธ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรในการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นพนักงานที่ทำงานในกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) จำนวน 425 คน โดยการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) หลังจากนั้นทำผลลัพธ์ที่ได้มาสรุปวิเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญที่ค้นพบในงานวิจัย และมองถึงสาเหตุความเป็นไปได้เพื่อนำมาอธิบายสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ โดยทางผู้วิจัยจึงขอสรุปเป็นหัวข้อทั้งหมด 5 หัวข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป
- 5.5 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) สรุปผลได้ดังนี้ ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กร ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน ระหว่าง 1-3 ปี

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

ผู้วิจัยได้นำโดยทางผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบิร์ก มาเป็นแนวคิด ในการกำหนดตัวแปรอิสระออกเป็นสองกลุ่ม ซึ่งกลุ่มแรกคือปัจจัยแรงจูงใจ แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยย่อยที่ได้นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ และความก้าวหน้าในงาน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้ตั้งไว้ว่า ทั้งสองปัจจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น จะมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และจะส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมพูดถึงองค์กรในทางที่ดี SAY, STAY และ STRIVE

**ตารางที่ 5.1 แสดงสมมติฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่ม
การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วง
ที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)**

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ มีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการ ทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ความก้าวหน้าในงานและ โอกาสในการพัฒนา มีความสัมพันธ์ใน ทางบวกต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E- Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ

จากตารางที่ 5.1 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ว่าทั้ง 2 ปัจจัยข้างต้น มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) โดยในส่วนของปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรณีธัญญ์ กิมสุก (2563) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีระบบการทำงานทางไกล แบบทำที่บ้าน (Work from home)” ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (Recognition and Empowerment) ในส่วนของปัจจัยความก้าวหน้าในงานพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชัย สกุนตนาค (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานกลุ่มงาน Service Desk ของธนาคารแห่งหนึ่ง” พบว่า ความผูกพันโดยรวมของพนักงานภายในองค์กรมีสัมพันธ์กับ ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทางด้านความก้าวหน้าในการทำงาน และงานวิจัยของนางสาวลลิตา จันทร์งาม (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ

องค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล” พบว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ กับผลของความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ทั้งด้านความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจพนักงาน ในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้นมีอายุอยู่ที่ 21 – 30 ปี ซึ่งหมายความว่า คนกลุ่มนี้มีอายุงานที่ไม่มาก และยังอยู่ในวัยที่ต้องการถูกยอมรับ รวมไปถึงความมีอิสระในการปฏิบัติงาน (Autonomy) ไม่จำเป็นต้องรอหัวหน้าสั่งงานอย่างเดียว หากพิจารณาถึงสถานการณ์ที่จะต้องทำงานที่บ้าน ทำให้การติดต่อสื่อสารกับหัวหน้างานได้ไม่รวดเร็วเท่ากับการทำงานที่องค์กร หากพนักงานสามารถตัดสินใจหลายๆอย่างได้ด้วยตัวเอง จะทำให้การทำงานราบรื่น ทำงานได้อย่างไม่ติดขัด ไม่ต้องขออนุญาตหัวหน้าในการตัดสินใจหรือต้องรออนุมัติทุกครั้ง สุดท้ายก็จะเกิดความสิ้นไหวในการทำงาน และพึงพอใจในงาน ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรในที่สุด ในส่วนของปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา มีความสัมพันธ์ เช่นเดียวกับที่กล่าวไปในข้างต้นว่า ในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้นมีอายุอยู่ที่ 21 – 30 ปี ซึ่งหมายความว่า คนกลุ่มนี้มีอายุงานที่ไม่มาก คนกลุ่มนี้มักจะมีแรงจูงใจที่ความต้องการจะประสบความสำเร็จ ยังมีแรงกระตุ้นที่จะตั้งใจทำงาน อยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ต่างกับเมื่อมีอายุมากขึ้น พนักงานมักจะเริ่มมีครอบครัว แรงผลักดันในการทำงานจะไม่เท่าคนในวัยเริ่มต้นการทำงาน ทำให้คนอายุน้อยนั้นหากได้รับความก้าวหน้าในการทำงานจากองค์กร ที่ตนเองทำงานอยู่ การเติบโตเป็นระดับ Senior (อาวุโส), ระดับ Manager (ผู้จัดการ) ในอายุยังน้อยก็ส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันองค์กรนั่นเอง ซึ่งองค์กรในกลุ่ม Ecommerce และ IT ส่วนใหญ่ การเติบโตเป็นระดับผู้จัดการก่อนวัย 30 นั้นถือว่าเป็นเรื่องปกติทั่วไปที่จะเกิดขึ้นได้ เพราะองค์กร มองคนที่ความสามารถ มากกว่าการเติบโตที่เกิดขึ้นจากอายุงานที่มากขึ้นนั่นเอง เช่นเดียวกับโอกาสในการพัฒนาภายในองค์กร หากองค์กร มีเส้นทางพัฒนาพนักงานตั้งแต่วันแรกที่เข้ามาทำงาน จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าจะต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแน่นอนว่าการพัฒนาตนเองนั้น จะทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญมากขึ้น ส่งผลต่อการเติบโตด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 5.2 แสดงสมมติฐานของปัจจัยแรงจูงใจ (การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.3 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจมีความสัมพันธ์ในทางบวก ต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้มีพฤติกรรม STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.2 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐาน 3 สมมติฐาน ในเรื่องของปัจจัยการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ ไม่มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY, STAY และ STRIVE ในเรื่องพฤติกรรม SAY ตั้งแต่การระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้พนักงานเกือบทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่างนั้นทำงานในรูปแบบ Work from home ตั้งแต่ช่วง 2563 จนถึง กลางปี 2565 การทำงานในรูปแบบนี้ ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างพนักงาน และหัวหน้างานทำได้ยากขึ้น รวมไปถึงหากพนักงานทำงานที่ได้รับการมอบหมายอย่างเต็มที่ และผลลัพธ์ที่ออกมาดี สุดท้ายแล้วการให้คำชื่นชมพนักงาน หัวหน้ามักจะเป็นการให้คำชมผ่านรูปแบบอีเมล แชนทโทรศัทพ์ หรือวิดีโอคอล ทำให้พนักงานไม่สามารถรับรู้คำชื่นชมได้ดีเทียบเท่ากับการได้รับคำชมรูปแบบการสื่อสารแบบตัวต่อที่เคยเกิดขึ้นหายไป ทั้งในเรื่องของสีหน้า ท่าทางของทั้งสองฝ่าย ทำให้พนักงานไม่ได้สัมผัสความรู้สึกชื่นชมในรูปแบบนี้ได้ดีเท่ากับการชื่นชมแบบตัวต่อตัวที่เกิดขึ้นในองค์กร พนักงานก็ไม่รับรู้ถึงคำชมเหล่านั้น เมื่อไม่รับรู้สิ่งที่หัวหน้าต้องการชื่นชมอย่างชัดเจน ก็ส่งผลให้ไม่เกิดพฤติกรรมการพูดถึงองค์กรในทางที่ดี พนักงานก็จะไม่มีการรับรู้เรื่องราวเชิงบวกเกี่ยวกับหัวหน้าของตัวเองไปพูดกับบุคคลภายนอก เพราะไม่มีเรื่องให้ชื่นชมนั่นเอง ในส่วนของพฤติกรรม STAY สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎา อธิสนธิสกุล (2549) เรื่อง “ความคาดหวังต่อการทำงาน” พบว่า ตัวพนักงาน Generation Y ให้ค่ากับความจงรักภักดีกับวิชาชีพ โดยไม่ได้มีความจงรักภักดีกับองค์กร ที่ตนเองนั้นได้ทำอยู่ แต่ในทางกลับ หากลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่ตรงกับความต้องการกับตัวพนักงาน การลาออกก็เป็นสิ่งที่จะเลือกทำ มากไปกว่านั้นคนใน Generation นี้ จะต้องได้รับมอบหมายงานที่ต้องใช้ในเรื่องสร้างสรรค์ ความท้าทาย โดยต้องพิจารณาจากความแตกต่างทางด้านความสามารถของแต่ละคน มากไปกว่านั้นจะต้องสามารถเติบโตภายในองค์กร ในส่วนที่สำคัญอันดับสุดท้ายจะเป็นในเรื่องความภักดีต่อองค์กร สิ่งที่สำคัญกับคนใน Generation เรียงลำดับจากมากไปน้อย นี้จะเป็นในส่วนของครอบครัว ครอบครัวยุ เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน และตัวของพวกเขาเอง ในพฤติกรรมสุดท้ายคือพฤติกรรม STRIVE ในส่วนสุดท้ายนี้ผู้วิจัยเชื่อว่า การที่พนักงานเป็นที่ยอมรับ และให้อำนาจในการทำงานจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรตามที่ได้กล่าวไว้ในตารางที่ 5.1 ซึ่งพฤติกรรม STRIVE นั้นจะต้องมีอีกหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะหากพนักงานมีความมีอิสระในการปฏิบัติงาน (Autonomy) จากที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ว่า พนักงานจะสามารถทำงานได้ราบรื่น ทำงานได้อย่างไม่ติดขัด ไม่ต้องขออนุญาตหัวหน้าในการตัดสินใจหรือต้องรออนุมัติทุกครั้ง แต่พนักงานก็ไม่จำเป็นต้องทำงานให้มากขึ้น หนักขึ้น หากตัวพนักงาน ไม่ได้รู้สึกว่าการทำงานหนักส่งผลประโยชน์ต่อตนเองอย่างไร เช่น การพัฒนาตนเอง การเติบโตในหน้าที่ เป็นต้น รวมไปถึงการที่พนักงานทำงานแบบ Work from home ทำให้พนักงาน กับหัวหน้างานไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กันในที่ทำงาน การช่วยเหลือเรื่องงาน การกำกับในการทำงานของหัวหน้าก็จะเป็นไปได้ยากกว่าการทำงานในองค์กร จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ทำให้พนักงานเกิดพฤติกรรม STRIVE

ตารางที่ 5.3 แสดงสมมติฐานของของปัจจัยแรงจูงใจ (ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY, STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p>สมมติฐานที่ 2.1 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY</p>	<p>ยอมรับ</p>
<p>สมมติฐานที่ 2.2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY</p>	<p>ยอมรับ</p>

ตารางที่ 5.3 แสดงสมมติฐานของของปัจจัยแรงจูงใจ (ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY, STAY และ STRIVE (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.3 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY และ STAY ในส่วนพฤติกรรมแรก SAY สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรมพิพัฒน์ โนมัยกุล (2561) เรื่อง “รูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพเพื่อสนับสนุนความทุ่มเทใจต่อองค์กรของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในธุรกิจการบิน” เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เสียหายต่อองค์กรจากทั้งบุคคลภายนอก พุดให้ร้ายกับองค์กร ซึ่งจะส่งผลเสียให้กับองค์กร ถ้าในองค์กรนั้นพนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ และหากองค์กร จะมีการปรับปรุงกฎระเบียบที่จะนำออกมาใช้ พนักงานจะให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกฎระเบียบนั้น หากองค์กรมีกิจกรรมส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ ในส่วนของพฤติกรรม STAY สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจริญจิตร เสวตวานิชกุล (2560) เรื่อง “รูปแบบการสร้างความผูกพันของพนักงานที่มีต่อโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทย” พฤติกรรม STAY และ STRIVE เกิดขึ้นจากการที่พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรมาก เกิดขึ้นจากที่หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา เห็นถึงศักยภาพของตัวพนักงาน ส่งผลให้พนักงานประจำ ได้รับการปรับตำแหน่งที่สูงขึ้น สะท้อนออกมาให้เห็น

ถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงทางด้านอาชีพ และงานวิจัยของ Houssein, A. A., Singh, J. S. K., & Arumugam, T. (2020) เรื่อง “Retention of Employees through Career Development, Employee Engagement and Work-life Balance: An Empirical Study among Employees in the Financial Sector in Djibouti, East Africa” พบว่าการศึกษาได้เน้นถึงบทบาทสำคัญของความผูกพันกับองค์กรของพนักงานในการรักษาให้พนักงานยังคงอยู่กับองค์กร ผลลัพธ์ที่ได้สนับสนุนแนวคิดที่ว่าพนักงานที่มีความผูกพันกับองค์กรจะพยายามทำงานให้สำเร็จด้วยความเต็มที่ และมีส่วนสนับสนุนความสำเร็จขององค์กร รวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันกับองค์กรภายนอก ในหมู่พนักงานที่มีความสามารถสูง หากยังมีความผูกพันกับองค์กรที่สูงขึ้นเท่าไร จะส่งผลให้พนักงานกลุ่มนี้อยู่องค์กรนานขึ้นและมีส่วนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอีกด้วย

แต่ในทางกลับกันปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐานในเรื่องของปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา ไม่มีมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้มีพฤติกรรม STRIVE ทางผู้วิจัยเชื่อว่าหากพนักงานมีปัจจัย ความต้องการในการเติบโตในหน้าที่การทำงานและโอกาสในการพัฒนา ไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวที่จะส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรม STRIVE การที่พนักงานต้องการจะเติบโต แต่หากพนักงานไม่มีโอกาสที่จะได้รับงานที่สำคัญ ไม่ได้รับการยอมรับ ไม่มีความมีอิสระในการปฏิบัติงาน (Autonomy) ไม่ว่าโอกาสในการเติบโตจะมากเท่าใด แต่ก็มีปัจจัยอื่นๆ ที่จะต้องคำนึงถึงด้วยเช่นกัน โดยสิ่งที่กล่าวเหล่านี้ก็จะปัจจัยบั่นทอนไม่ให้พนักงานแสดงพฤติกรรม STRIVE นั่นเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ NGUYEN Linh Giang Thi (2020) เรื่อง “Factors Affecting Employee Engagement at Not-For-Profit Organizations: A Case in Vietnam” พบว่าการพัฒนาตนเองนั้นเป็นสาเหตุเป็นสาเหตุหลักที่จะทำให้พนักงานอยู่และทุ่มเทกับองค์กร รวมไปถึง องค์กร จะต้องสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กร ให้เกิดเป็นองค์กรที่ส่งเสริม การเรียนรู้ การการพัฒนาตนเอง

ตารางที่ 5.4 แสดงสมมติฐานของปัจจัยคำจูนที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 4 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)	ยอมรับ

จากตารางที่ 5.4 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐาน ทรัพยากรในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรณ์ธัญญ์ กิมศุก (2563) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีระบบการทำงานทางไกลแบบทำที่บ้าน (Work from home)” ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางบวกจากปัจจัยทรัพยากรการทำงาน เนื่องจากองค์กรจะต้องมีการจัดหาอุปกรณ์การทำงาน ระบบเพื่อรองรับการทำงานแบบ Work from home เพื่อผลประโยชน์ต่อตัวองค์กรเอง ไม่ได้การที่จะทำให้พนักงานเป็นหลัก ซึ่งการจัดการเหล่านี้เป็นพื้นฐานที่องค์กร ควรจะต้องจัดหาให้อยู่แล้ว

แต่ทั้ง 3 สมมติฐานที่ยอมรับในส่วนของปัจจัย เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต และหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ในส่วนของปัจจัยของปัจจัย เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวนิต สกุลศรีประเสริฐ (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันของพนักงานบริการในรุ่นเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ต่อธุรกิจร้านอาหารชื่อดังแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่ชั้นในและชั้นนอกกรุงเทพมหานคร พบว่า เงินเดือน และสวัสดิการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และเรื่องความมั่นคง และโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ตามลำดับ และอีกงานวิจัยหนึ่งของ อุกฤษณ์ ดิยะเจริญศรี (2559) เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกรณีศึกษาองค์กรกลุ่มธุรกิจร้านอาหารแห่งหนึ่ง” พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการภายในและการบริหารองค์กร ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงาน การพัฒนาและคุณภาพชีวิต ปัจจัยด้านผลตอบแทน สวัสดิการและแรงจูงใจ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้านหัวหน้างาน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และอุปกรณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของพนักงาน

ในส่วนของปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ผู้วิจัยเชื่อว่า จากการที่พนักงานมีการทำงานแบบ Work from home ส่งผลให้การใช้เวลาในการเดินทางไปยังองค์กรที่ลดลง เช่น พนักงานที่มีที่พักไม่ไกลจากองค์กรมากอาจจะใช้เวลา 30 นาที พนักงานที่มีที่พักไกลอาจจะต้องใช้เวลาราว 2 ชั่วโมงในการเดินทางไปยังองค์กร แต่เมื่อมีการ Work from home ทำให้พนักงานมีเวลามากขึ้นจากการที่ไม่ต้องเดินทางไปทำงาน โดยพนักงานสามารถนำเวลาที่เพิ่มขึ้นไปทำสิ่งต่างๆ ได้มากขึ้น โดยหากพนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะส่งผลให้พนักงานมีทั้งในเรื่องของสุขภาพกายที่ดี จากการที่พนักงาน

ไม่ต้องสูญเสียไปจากการเดินทาง พนักงานสามารถใช้เวลาไปออกกำลังกายช่วงเช้าก่อนทำงาน ซึ่งเมื่อมีสุขภาพกายที่ดี ก็จะไม่เจ็บป่วยง่าย ไม่มีโรคต่างๆ เข้ามารุมเร้า สุขภาพกายดี ก็ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดี และในเรื่องของสุขภาพใจที่ดี จากการที่พนักงานมีเวลาที่จะใช้กับตัวเอง ไปทำกิจกรรมต่างๆ ที่ตัวเองชอบ ปลูกต้นไม้ เล่นเกมส์ ดูหนัง หรือการที่จะมีเวลาใช้กับครอบครัว พาครอบครัวไปทานข้าว มีกิจกรรมกันมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็จะส่งผลต่อสุขภาพใจที่ดี เมื่อพนักงานมีทั้งสุขภาพกายและใจที่ดี ก็ส่งผลในเรื่องของปัจจัยคุณภาพชีวิตที่ดี พนักงานก็จะเกิดความผูกพันต่อองค์กรจากสิ่งที่มีพนักงานมีสุขภาพกายใจที่ดี

ในส่วนของหัวหน้างาน ผู้วิจัยเชื่อว่า ในช่วงการทำงานแบบ Work from home ถือว่าเป็นความท้าทายกับหัวหน้างานเป็นอย่างมากที่จะทำอย่างไรให้พนักงานนั้นสามารถทำงานได้อย่างราบรื่น และไม่ติดขัด พร้อมสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานอย่างเหมาะสม ไม่ทำให้พนักงานรู้สึกโดดเดี่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากส่วนใหญ่การสื่อสารระหว่างทั้งสองฝ่ายไม่ได้เป็นเหมือนในสมัยที่พนักงานจะต้องเข้าไปทำงานที่องค์กร ทุกวัน ซึ่งการพูดคุยแบบเห็นกิริยาท่าทาง สีหน้า น้ำเสียง จะเกิดขึ้นในทุกวัน ซึ่งภาษาเหล่านี้สำคัญไม่น้อยไปกว่าเนื้อหาที่ใช้ในการพูดคุย สิ่งที่จะช่วยทำให้การสื่อสารดีขึ้นคือตัวหัวหน้า ควรเปิดช่องระหว่างการประชุมทุกครั้ง และหากเป็นไปได้ให้ขอความร่วมมือกับผู้บังคับบัญชา เพื่อให้การพูดคุยนั้นเห็นหน้าผู้พูด เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกว่าการปิดช่องระหว่างการประชุม การสั่งงาน มีปัญหา หัวหน้าต้องพร้อมให้พนักงานเข้าหาได้ตลอด ซึ่งเมื่อพนักงานรู้สึกถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับหัวหน้างาน โดยที่หัวหน้างานสามารถให้ความช่วยเหลือ และเป็นที่ปรึกษาเวลาเกิดปัญหาได้ พนักงานก็จะเกิดความผูกพันต่อองค์กรในที่สุดจากการที่มีหัวหน้าที่ดี

ตารางที่ 5.5 แสดงสมมติฐานของปัจจัยคำจูน (ทรัพยากรในการทำงาน) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.1 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.2 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3.3 ทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมีพฤติกรรม STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.5 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐาน ปัจจัยทรัพยากรในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY ผู้วิจัยเชื่อว่าในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุอยู่ที่ 21 – 30 ปี เป็นช่วงอายุที่มีการใช้โซเชียลมีเดียในอัตราที่สูง โดยกลุ่มคนเหล่านี้ชอบแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ การใช้ชีวิตของตนเองผ่าน โซเชียลมีเดีย ทำให้เมื่อพนักงานได้รับอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการทำงาน ช่วง Work from home พนักงานจะแสดงออกพฤติกรรม Say การบอกกล่าวเรื่องราวดีๆ ที่องค์กร มอบให้ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อให้ผู้คนภายนอกได้รับรู้เรื่องราวของตนเองว่าองค์กร ได้มีการสนับสนุนพนักงานเป็นอย่างดี

ในทางกลับกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ในเรื่องของปัจจัยทรัพยากรในการทำงาน ไม่มีมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY และ STRIVE ในส่วนของพฤติกรรม STAY ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยทรัพยากรในการทำงาน เป็นสิ่งพื้นฐานที่องค์กรจะต้องจัดหาให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้เต็มความสามารถ การที่พนักงานได้รับโน้ตบุ๊กเพื่อนำไปใช้ในการทำงาน โดยสิ่งนี้อาจจะมีคุณสมบัติที่ดี ราคาสูง ก็เพื่อนำโน้ตบุ๊กไปทำงาน และสามารถปฏิบัติงานให้กับองค์กร ได้อย่างไม่ติดขัด สิ่งของเหล่านี้ไม่ได้เป็นการให้พนักงานอย่างถาวร เมื่อพนักงานลาออกก็ต้องคืนองค์กร ทำให้มองได้ว่าสิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้ส่งผลที่จะทำให้พนักงานจะต้องมีการแสดงพฤติกรรม STAY ในส่วนพฤติกรรม STRIVE ทางผู้วิจัยมีความเชื่อคล้ายกับในเรื่องพฤติกรรม STAY ปัจจัยทรัพยากรในการทำงาน เป็นสิ่งพื้นฐานที่องค์กร จะต้องจัดหาให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้เต็มความสามารถ ซึ่งในสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY จากการมีปัจจัยทรัพยากรที่ดีในการทำงาน

ตารางที่ 5.6 แสดงสมมติฐานของปัจจัยจำจน (เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4.1 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4.2 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4.3 เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.6 สรุปได้ว่า ขอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ปัจจัยเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY และมี STAY ในส่วนของพฤติกรรม SAY ผู้วิจัยเชื่อว่า การที่พนักงานได้รับเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการรวมอย่างเหมาะสมจากองค์กร และเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร ที่ตนเองทำงานอยู่ เมื่อพนักงานได้ออกไปพบปะสังสรรค์ พูดคุยกับทั้งกลุ่มเพื่อน คนรู้จัก เมื่อมีการแลกเปลี่ยนกันในเรื่องขององค์กร ที่แต่ละคนทำงานอยู่ หากองค์กร ที่พนักงานอยู่นั้นมีชื่อเสียงที่ดี มีการผลตอบแทนรวม สวัสดิการที่ดี พนักงานก็แนวโน้มที่จะพูดในเรื่องดี ๆ ขององค์กร ตนเอง ให้กับคนอื่นฟัง จึงทำให้พนักงานเกิดพฤติกรรม SAY นั่นเอง เพิ่มเติมในส่วนของพนักงานในยุคปัจจุบัน ได้มีการทำงานแบบ Work from home กันมากขึ้น ในช่วงมีการ Work from home ช่วงแรก องค์กร มักจะมีการมอบอุปกรณ์ที่ช่วยป้องกันตนเองจากโควิด เช่น เจลล้างมือ หน้ากาก หรือของใช้ต่างๆ ที่มีโลโก้ขององค์กร ติดอยู่ เพื่อให้พนักงานรับรู้ถึงว่าองค์กรมีความห่วงใยกับตัวพนักงาน โดยพนักงานส่วนใหญ่มักจะถ่ายรูปสิ่งของเหล่านี้ และนำไปลงตามโซเชียลมีเดียของตนเอง ซึ่งจะมีการระบุข้อความที่เป็นเชิงบวกให้องค์กรด้วยเช่นกัน ซึ่งก็จะเป็นพฤติกรรม SAY ในอีกรูปแบบหนึ่ง ในส่วนพฤติกรรม STAY ผู้วิจัยเชื่อว่า ในช่วง COVID-19 หลายๆองค์กรมีการปรับตัวทั้งในเรื่องของการให้ เงินช่วยเหลือพนักงานจากการที่ต้องทำงานรูปแบบ Work from home เช่น ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต หรือการปรับรูปแบบสวัสดิการต่างๆ เมื่อพนักงานเจ็บป่วยไม่จำเป็นต้องเข้าไปรับบริการในโรงพยาบาล แต่ปรับปรุงเป็นการเบิกประกันสุขภาพที่สามารถหาหมอในรูปแบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) หรือแม้กระทั่งพนักงานบางคนยังไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบงาน Work from home อาจเกิดอาการเครียด ต้องการคำปรึกษา บางองค์กร ก็มีสวัสดิการที่จะให้ปรึกษานักจิตวิทยา จิตแพทย์ออนไลน์ เพื่อช่วยเหลือพนักงานที่ต้องการความช่วยเหลือทางด้านสุขภาพใจอีกด้วย สิ่งทีกล่าวมานี้จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร รู้สึกว่าองค์กรเป็นห่วงเป็นใยพนักงาน ไม่ทอดทิ้ง และทำให้ตัดสินใจที่จะอยู่กับองค์กร หรือเกิดพฤติกรรม STAY นั่นเอง

ในทางกลับกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐาน ในเรื่องของปัจจัยเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม มี STRIVE ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราญา วงศ์ตันฮวด (2560) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความ

ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจก่อสร้าง” พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่ช่วยทำให้เกิดความผูกพันกับองค์กร ด้านผลตอบแทนและความก้าวหน้าในการทำงานที่บุคลากรทั้งสององค์กรต้องการมากที่สุดคือ อัตราผลตอบแทนและเงินเดือนที่ได้รับต้องมีความเหมาะสมกับความสามารถและการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการตอบแทนการทุ่มเทการทำงาน และช่วยให้มีกำลังใจในการดำเนินงานเพื่อผลตอบแทนที่ได้มา โดยสิ่งที่ผู้วิจัยพบสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor Theory) ของเฮิร์ทเบิร์ต เงินเดือน เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบค่าจูง เป็นองค์ประกอบที่ช่วยป้องกันการปฏิบัติงานของพนักงานที่จะเกิดความไม่ชอบงาน หรือหย่อนประสิทธิภาพลง และงานวิจัยของ ชลธิชา ทิพย์ประทุม (2560) เรื่อง “บทบาทของรางวัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์” พบว่า เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ องค์กรสามารถพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือ เช่น การให้สิ่งตอบแทน ผ่านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อการจูงใจพนักงาน ซึ่งองค์กรควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้ มากไปกว่านั้น การที่ให้แรงจูงใจจำเป็นที่ต้องให้มีความเหมาะสมกับความต้องการที่หลากหลายของพนักงาน ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันของแต่ละองค์กร สุดท้ายแล้วพนักงานก็ตั้งใจที่จะทำงานมากขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น” ผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยการทำงานที่บ้านเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา หากพนักงานไม่มีความต้องการที่เติบโตในสายอาชีพ พึงพอใจกับสิ่งที่ตนเองได้รับ ทั้งรายได้ และรูปแบบงานที่ปฏิบัติอยู่ และการทำงานที่บ้านในบางสายอาชีพ ผลงานของพนักงาน อาจจะติดตามผลงานได้ยาก รูปแบบการวัดผลของชิ้นงานไม่เป็นที่ประจักษ์ ถึงแม้ว่าพนักงานจะตั้งใจทำงานขณะ Work from home เท่าใด ผลงานนั้นก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเชิงบวก เช่น การขึ้นเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการในการทำงานให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานไม่เกิดพฤติกรรม STRIVE นั่นเอง

ตารางที่ 5.7 แสดงสมมติฐานของปัจจัยคำจูน (คุณภาพชีวิต) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5.1 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมี SAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5.2 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมี STAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5.3 คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมี STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.7 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY และ STAY สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิลาวรรณ ประเทกกัน (2561) เรื่อง “พหุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก” พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และงานวิจัยของ วาณิชญา มานิสสรณ์ (2558) เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน การรับรู้บรรยากาศองค์กร กับความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงาน โดยมีความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรสื่อ” พบว่า หากองค์กรสามารถทำให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะลาออกลดลง จะส่งผลไปยังอัตรา การลาออกของพนักงานที่ลดลงไปด้วย โดยองค์กรสามารถทำได้โดยการใส่ใจในเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน การทำให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มที่ โดยไม่รบกวนชีวิตส่วนตัวมากจนส่งผลกระทบต่อตนเอง และคนรอบข้าง แม้แต่การส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรมีการจัดขึ้น” ผู้วิจัยเชื่อว่า การมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากการที่พนักงานสามารถรักษาดุลยภาพระหว่างชีวิตส่วนตัว และการทำงาน ยิ่งไปกว่านั้นการทำงานที่บ้านพนักงานไม่จำเป็นต้องเดินทางไปกลับระหว่างบ้านและที่ทำงาน ทำให้มีเวลามากขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรม SAY ให้กับเพื่อน หรือแม้กระทั่งครอบครัวที่ต้องพบปะกันบ่อยขึ้นขณะทำงานที่บ้าน รวมไปถึงจะทำให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY ได้เช่นกัน

ในทางกลับกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐาน ในเรื่องของปัจจัยคุณภาพชีวิต ไม่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมี STRIVE ชัดแย้งกับงานวิจัยของ เฉลิมขวัญ เมฆสุข และ ประสพชัย พสุนนท์ (2560) เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานระดับปฏิบัติการ องค์กร สยามฟิตติ้งส์ จำกัด” พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร มีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่ จนเกิดการทำงานนอกเวลาทั้งในวันธรรมดา และวันหยุดของตัวพนักงาน ทำให้ส่งผลเชิงบวกกับทางองค์กร แต่พฤติกรรมนี้ส่งผลให้พนักงานสูญเสียเวลาพักผ่อน การมีวันหยุดที่ลดน้อยลงไปจากปกติ ทั้งที่พนักงานควรจะมีเวลาว่างในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ตนเองหรือครอบครัวเกิดความสุขสนุกร่วมกันเป็นต้น จึงสรุปได้ว่า พบว่า ปัจจัยความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ส่งผลต่อการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรเชิงลบเมื่อพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรนั่นเอง

ตารางที่ 5.8 แสดงสมมติฐานของปัจจัยคำจูน (หัวหน้างาน) ที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY STAY และ STRIVE

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6.1 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมี SAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6.2 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมี STAY	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6.3 หัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมี STRIVE	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 5.8 สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ปัจจัยหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มี

การทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY และมี STAY โดยผู้วิจัยเชื่อว่า ด้วยสถานการณ์การทำงานรูปแบบ Work from home ทำให้การสื่อสารระหว่างพนักงาน และหัวหน้าเป็นเรื่องที่ท้าทายขึ้นกว่าช่วงการทำงานในองค์กร หากหัวหน้างานได้มีการพัฒนาวิธีการสื่อสาร และทำงานให้เหมาะสมกับพนักงานแต่ละคน เช่น หากพนักงานเข้างานใหม่ ต้องการได้รับคำแนะนำ วิธีในการทำงานอยู่บ่อยครั้งเนื่องประสบการณ์ยังไม่มาก หัวหน้าสามารถบริหารพนักงาน ด้วยการนัดพูดคุยกับพนักงานสั้นๆ ทุกวันหรือสองวันครั้งผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง หัวหน้ากับพนักงาน วิธีการสื่อสารผ่านทางออนไลน์นี้มีประสิทธิภาพควรมีการเห็นสีหน้าท่าทางของกลุ่มสนทนา โดยอาจขอความร่วมมือกับทางพนักงานในการประชุมจะให้มีการเปิดกล้องระหว่างการพูดคุย โดยสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะทำให้พนักงานรับรู้ได้ถึงการสนับสนุนที่ดีจากหัวหน้า และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับหัวหน้าตนเอง ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร และมีพฤติกรรม SAY เช่นการนำเรื่องราวการบริหารงานที่ดีของหัวหน้าไปแบ่งปันกับคนใกล้ชิด รวมไปถึงมีพฤติกรรม STAY ด้วยการที่ได้รับสนับสนุนจากหัวหน้าเป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณภู เวณุอาธร (2555) เรื่อง “การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและจากหัวหน้างาน ความผูกพันในงาน และความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการองค์กรภายใต้การดูแลของรัฐแห่งหนึ่ง” พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้ามีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจลาออกลักษณะผกผัน ดังนั้น หากพนักงานรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้าสูงก็จะทำให้พนักงานมีความตั้งใจลาออกต่ำ และในทางตรงข้ามหากพนักงานรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้าต่ำ ก็จะทำให้พนักงานมีความตั้งใจลาออกสูง

ในทางกลับกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 1 สมมติฐาน ในเรื่องของปัจจัยหัวหน้างาน ไม่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home) ให้พนักงานมีพฤติกรรมมี STRIVE สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณภู เวณุอาธร (2555) เรื่อง “การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและจากหัวหน้างาน ความผูกพันในงาน และความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการองค์กรภายใต้การดูแลของรัฐแห่งหนึ่ง” พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในงานทั้งในด้านความรู้สึกระดับกระแจะขยับขึ้นแข็ง ด้านความทุ่มเทและอุทิศตนในงาน และด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากผลวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา ปัจจัยด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ดังนั้นองค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 5 โดยสามารถทำได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ พบว่าโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับมาก ดังนั้นองค์กรควรให้พนักงานได้รับอิสระในการปฏิบัติงาน หรือการตัดสินใจในงาน ควบคู่ไปกับการที่ได้รับงานที่สำคัญในบางช่วงจังหวะ จะส่งผลให้พนักงานรับรู้ถึงอำนาจในการตัดสินใจของตนเอง โดยหากงานออกมาประสบความสำเร็จก็จะได้รับการยกย่องชื่นชมผลงานนั้นจนทำให้เกิดความภาคภูมิใจ โดยในสถานการณ์การทำงานที่บ้านจะทำให้การชมเชยพนักงานเป็นเรื่องที่ทำหาย โดยช่องทางที่ควรทำคือการชื่นชมผ่านช่องทางที่เห็นสีหน้า น้ำเสียง ทำทาง เช่น ผ่านทางระบบการประชุมทางไกลผ่านทางจอภาพ (Video Conference) เป็นต้น ในทางกลับกันหากงานออกมาไม่สำเร็จตามที่คาดหวัง แต่ตัวหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานคอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เมื่อทำงานในชิ้นงานถัดไปก็ต้องสำเร็จสักครั้งหนึ่ง สุดท้ายก็จะส่งผลพนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กร ในที่สุดจากการที่ได้รับการยอมรับและการรู้สึกว่ามีอำนาจในการตัดสินใจในงาน

2. ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา พบว่าโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับมาก ดังนั้น องค์กรควรมีผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านสายงานต่างๆ เพื่อสามารถนำพาบริษัทฯ ให้ไปถึงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยผู้บริหารควรมีลักษณะที่มีความเป็นผู้นำสูง มากไปกว่านั้นควรเป็นผู้นำที่พร้อมที่จะรับฟังพนักงาน เพื่อให้เป็นผู้ทำที่ถูกยอมรับโดยพนักงานส่วนใหญ่ โดยผู้บริหารสามารถทำการรับฟังพนักงานได้ผ่านช่องทางต่างๆ ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันการจัดการประชุมจะสามารถทำได้ง่ายขึ้น เพราะสามารถทำเป็นรูปแบบออนไลน์ แต่ความท้าทายการทำอะไรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการประชุมครั้งนั้นมากขึ้น โดยตัวอย่างเช่น การจัดประชุมออนไลน์ประจำปีระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน (Town hall meeting) ผู้บริหารได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับทิศทาง การเติบโตขององค์กร และมีการจัดช่วงเวลาที่ให้พนักงานส่วนใหญ่ได้มีโอกาสซักถาม พูดคุยและ ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณคิดเห็นได้ถูกรับฟัง จะดีไปกว่านั้นคือการดำเนินการแก้ไขในความคิดเห็นนั้นด้วย ก็จะส่งผลให้พนักงานรับรู้ถึงความเป็นผู้นำของผู้บริหาร และส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กร ในที่สุด

3. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา พบว่าโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับมาก เช่นการฝึกอบรม การดูงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้

ทักษะ ในการทำงาน และ องค์กรของฉันให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน ดังนั้นสิ่ง
ที่องค์กร สามารถทำได้คือจัดให้พนักงานได้มีการเรียนรู้ การอบรม ด้วยวิธีต่างๆ ตามความเหมาะสม
ของพนักงานแต่ละคน ในการเพิ่มทักษะทั้งทางด้าน Soft Skill และ Hard Skill เพื่อให้พนักงานมี
ความรู้ความสามารถเพื่อรองรับการเติบโตตามสายงานในอนาคต ซึ่งช่องทางในการเรียนรู้ ปัจจุบัน
องค์กร ไม่จำเป็นต้องจัดการเรียนรู้ผ่านการอบรมที่องค์กร ซึ่งใช้เวลามาก แต่สามารถจัดหาสื่อการ
เรียนรู้ให้พนักงาน โดยเป็น แพลตฟอร์มออนไลน์ ที่พนักงานสามารถเรียนรู้ได้สะดวกขึ้น คือเรียน
ตอนไหน และเมื่อไรก็ได้ตามที่พนักงานสะดวก โดยเมื่อพนักงานมีความรู้ความสามารถมากขึ้นจาก
การทำงาน และการเรียนรู้ ก็พร้อมที่จะเติบโตขึ้นไปในสายงานตัวเอง ทั้งการเติบโตแบบเชี่ยวชาญ
ทางด้านสายงาน หรือการเติบโตแบบผู้บริหาร มีทีมที่จะต้องบังคับบัญชา เมื่อพนักงานสามารถ
เติบโตในองค์กร ก็ส่งผลให้เกิดความผูกพันในองค์กรในท้ายที่สุด

4. ปัจจัยด้านเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ พบว่าโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับ
มาก ในสถานการณ์ปัจจุบัน พนักงานในกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และ
ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มีการจ้างงานที่สูงขึ้น เนื่องจากกลุ่มองค์กร มีการเติบโตอย่างก้าว
กระโดด ทำให้ส่วนใหญ่ย่อมมีการจ่ายค่าจ้างที่แข่งขันในตลาดได้อยู่แล้ว เนื่องจากหากองค์กร จ่าย
ค่าจ้างต่ำกว่าตลาด พนักงานก็มีแนวโน้มที่จะไปในองค์กร ที่มีค่าจ้างสูงกว่า องค์กร ในกลุ่ม
ธุรกิจนี้จึงควรปรับสวัสดิการที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ เช่น การมีสวัสดิการที่ยืดหยุ่น ทั้งค่า
รักษาพยาบาล หากไม่ได้มีการใช้ สามารถนำเงินไปใช้ในส่วนอื่นได้ การตัดแว่น การพักผ่อน
เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของพนักงานที่มีความแตกต่างกัน ความผูกพันในองค์กรก็จะเกิดขึ้น จาก
การที่ความต้องการของพนักงานได้ถูกเติมเต็มนั่นเอง

5. ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต พบว่าโดยรวมความเห็นอยู่ในระดับมาก ดังนั้นองค์กร ควรมี
การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้พนักงานตามเทศกาลสำคัญต่างๆ หรือการจัดให้มีการทำงานครึ่งวัน เช่น วัน
สงกรานต์ทำงานครึ่งวันเช้า และอีกครึ่งวันให้พนักงานพักผ่อนตามอัธยาศัย มีกิจกรรมรื่นเริงให้
พนักงาน เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายจากการทำงาน หรือแม้กระทั่งการที่พนักงานสามารถที่จะกลับ
บ้านก่อนเวลา ในช่วงเทศกาล เพื่อให้มีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้นเป็นต้น มากไปกว่านั้น องค์กร
ส่วนใหญ่ยังคงมีนโยบายการทำงานที่บ้านอยู่ ซึ่งหากองค์กร ขยายนโยบายนี้ต่อไปแม้กระทั่งจบ
สถานการณ์ COVID – 19 จะทำให้พนักงานลดเวลาในการเดินทางลง มีเวลาหลังเลิกงานที่จะอยู่กับ
ครอบครัว หรือมีเวลาให้กับตัวเองมากขึ้น ก็มีแนวโน้มที่สุขภาพกายใจ ของพนักงานจะดีขึ้น
ตามลำดับ ส่งผลให้เกิดความผูกพันในองค์กรในที่สุด

6. การส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรม SAY ผู้บริหารจะต้องมีการให้ความสำคัญกับ
ทั้ง 5 ปัจจัย โดยเรียงจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยความก้าวหน้าในงานและ

โอกาสในการพัฒนา, ทรัพยากรในการทำงาน, เงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ, คุณภาพชีวิต, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา หากทรัพยากรขององค์กรมีจำกัด ควรเลือกที่จะทำปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดก่อน เช่น การที่องค์กรมีการวางแผนการเติบโตให้กับพนักงานในทุกระดับ โดยมีการแสดงให้เห็นถึง Career Path ของในแต่ละสายงาน โดยอาจจะแบ่งการเติบโตเป็นได้ทั้งการเติบโตแบบแนวตั้ง (Specialist) คือพนักงานสามารถเก่งในเรื่องของงานที่ตนเองทำ หรือถนัด โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ใต้บังคับบัญชา หรือการเติบโตแบบแนบขวาง (Management) ซึ่งหากองค์กรมีทั้งสองส่วนนี้ ก็จะทำให้พนักงานมีทางเลือกในการเติบโตของตนเองมากขึ้น เมื่อพนักงานมีทางเลือกและเห็นถึงโอกาสการเติบโต อีกปัจจัยหนึ่งที่องค์กรควรจะให้มีความสำคัญคือ ทรัพยากรในการทำงาน เนื่องด้วยการทำงานแบบ Work from home หลายองค์กร จำเป็นต้องปรับตัวในเรื่องของเครื่องมือการทำงานให้เหมาะสมกับการทำงานที่เปลี่ยนไป การที่องค์กรใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเป็นหลักก็อาจจะไม่ตอบโจทย์พนักงานในปัจจุบัน อาจจำเป็นต้องเป็นเป็นโน้ตบุ๊กเพื่อความคล่องตัว และการที่ต้องมีระบบการทำงานที่เป็นออนไลน์มากขึ้น เพื่อรองรับการทำงานแบบ Work from home ให้พร้อมอีกด้วย ที่เมื่อพนักงานอยู่ที่ใด ก็สามารถที่จะทำงานได้ จาก 2 ปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมานี้ หากผู้บริหารให้ความสำคัญ ก็จะทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร และส่งเสริมให้พนักงานมีการพูดถึงองค์กรในแง่บวก หรือเมื่อมีคนมาต่อว่าองค์กรในทางที่ไม่ถูกต้องก็พร้อมที่จะพูดแก้ไขในสิ่งที่ผิดเหล่านั้นอีกด้วย

7. การส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรม STAY ผู้บริหารจะต้องมีการให้ความสำคัญกับทั้ง 4 ปัจจัย โดยเรียงจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา, ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา, คุณภาพชีวิต และเงินเดือน ผลตอบแทน และสวัสดิการ หากทรัพยากรขององค์กรมีจำกัด ควรเลือกที่จะทำปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดก่อน เช่น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการที่องค์กรจะต้องการวางแผนเส้นทางพัฒนาของพนักงานแต่ละระดับ (Learning Journey) โดยสามารถนำการประเมินผลสมรรถนะเข้ามาร่วมด้วย เพื่อให้พนักงานนั้นสามารถรับรู้ได้ว่าสมรรถนะของตนเองนั้นมีจุดใดที่จะคืออยู่แล้ว หรือมีสิ่งใดที่จะต้องพัฒนา เพื่อที่จะให้ตัวพนักงานมีความพร้อมในการเติบโตขึ้นไปในอีกระดับขั้นนี้ ซึ่งในปัจจุบันการเรียนรู้ของพนักงาน ไม่จำเป็นจะต้องเข้ามาเรียนที่องค์กร หรือออกไปเรียนกับที่องค์กร ต่างๆ แต่สามารถเรียนผ่านสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ ที่มีให้เลือกหลากหลาย และตอบโจทย์ความต้องการที่จะพัฒนาของแต่ละคนอีกด้วย และอีกปัจจัยหนึ่งคือความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา ในการทำงานรูปแบบ Work from home จะเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับพนักงานระดับบริหารเป็นอย่างมาก เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้า กับพนักงานจะทำได้ยากขึ้น การพูดคุยในเรื่องๆ ทั่วๆ ไปที่เกิดขึ้นเมื่อทำงานในองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ก็จะหายไป หากมีการประชุมระหว่างกันหากไม่มีการเปิด

กล้อง ก็จะทำให้การประชุมจะไม่มีประสิทธิภาพ เพราะผู้พูดจะไม่เห็นกริยา ท่าทางของผู้ฟัง เป็นต้น หรือการประชุมออนไลน์จะเน้นการคุยแต่เฉพาะเรื่องงาน โอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้ากับพนักงานก็จะลดลง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในจุดนี้ โดยสื่อสารกับพนักงานระดับบริหารให้เรียนรู้วิธีการบริหารที่มีประสิทธิภาพผ่านการประชุมออนไลน์ การประชุมอาจจะขอความร่วมมือในการเปิดกล้อง เพื่อให้เห็นสีหน้า บุคลิกท่าทางของผู้พูดจะเป็นส่วนช่วยให้การประชุมมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้า กับพนักงาน เมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีเกิดขึ้น การที่หัวหน้ามีการจะมีการนัดประชุมกับพนักงานตัวต่อตัว ทุกสัปดาห์เพื่อติดตาม อพเดทงาน หากพนักงานมีปัญหาตรงไหนจะได้ปรึกษาหัวหน้าได้ทันที ทำให้พนักงานไม่รู้สึกโดดเดี่ยว มีที่พึ่งในการทำงาน เป็นต้น จาก 2 ปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมานี้ หากผู้บริหารให้ความสำคัญ ก็จะทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร และส่งเสริมให้พนักงานมีความประสงค์ที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป อัตราการลาออกก็จะลดต่ำลง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน ควรเพิ่มการวิจัยในกลุ่มที่มีการทำงานที่บ้าน ในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ โดยการศึกษาพนักงานในกลุ่มธุรกิจอื่นอาจจะได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน
2. ศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อ พนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน นอกเหนือจากทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบิร์ก Herzberg's (1959) เท่านั้น
3. การศึกษาความผูกพันองค์กรในครั้งนี้ใช้ ทฤษฎีเรื่อง 3S: Say Stay Strive ตามแนวคิดของ Aon Hewitt (2015) เท่านั้น ในการวิจัยครั้งถัดไปควรนำแนวคิดอื่นๆ ที่มีความแตกต่างจากเรื่องนี้ เพื่อทำการศึกษาต่อไป
4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ควรทำการเพิ่มในส่วนที่เป็นเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึก ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร เพื่อหาข้อมูลที่มีหลากหลายแง่มุมมากขึ้น

5.5 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบิร์ต Herzberg's (1959) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรเท่านั้น โดยยังมีทฤษฎีและปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน ยังมีพนักงานในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ที่ไม่ได้ได้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการการศึกษาคความผูกพันองค์กรในครั้งนี้ใช้ ทฤษฎีเรื่อง 3S: Say Stay Strive ตามแนวคิดของ Aon Hewitt (2015) เท่านั้น ยังมีแนวคิด ทฤษฎีอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้
4. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ยังไม่มีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อลงลึกในรายละเอียดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

บรรณานุกรม

- ลักขณา นุชอุดม. (2564). ทักษะคติและความพึงพอใจของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) ประเทศไทยต่อรูปแบบการทำงานที่บ้าน (Work from home) ในช่วงสถานการณ์วิกฤต COVID-19. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชนิกานต์ สุวรรณทรัพย์. (2564). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพัน ของพนักงานธนาคารเอกชนสำนักงานใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19), สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิราภรณ์ น้อยนคร. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ในเขตนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารและพัฒนาประชาคม เมืองและชนบท). อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ณัฐฐา ผุดผ่อง. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับคุณภาพชีวิตการทำงานและกลุ่มเงินเนอเรชั่นของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ.: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นงนภา จันทร์แป้น. (2557). วัฒนธรรม องค์กร มีความสัมพันธ์ กับ ความผูกพัน ต่อ องค์กร ของพนักงาน ธนาคาร กรุง ไทย สำนักงาน ใหญ่. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สราวลี แสงแสวง. (2559). คุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเงินเนอเรชั่น X และเงินเนอเรชั่น Y. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). (กรุงเทพฯ): มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *e-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19*. E-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19 - สฟชอ. <https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิจัยกรุงศรี. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์.
<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/digital-software/IO/io-digital-software-21#>
- จ๊อบส์ ดีบี. (2563). “จ๊อบส์ ดีบี” เปิดผลสำรวจผลกระทบผู้ประกอบการและคนทำงาน ช่วงโควิด-19 พบคนทำงานกว่า 9% ถูกเลิกจ้าง คำนีความสูญเสยลดลงกว่าครึ่ง.
<https://th.jobsdb.com/th-th/cms/employer/%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%88%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%8A%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%94-19/>
- จิรัชย์ พุฒิจรัสพงศ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทเซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กรองแก้ว อยู่สุข. (2547). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาวรรณ รพีพิศาล. (2549). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิจิตรหัตถกร
- ชาญวุฒิ บุญชม. (2553). “ความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีบุคลากรโรงเรียนอิสลามสันติชน”. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ลลิตา จันทร์งาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พินทร โชติสุข. (2548). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานในฝ่ายวิศวกรรมจราจรทางอากาศ บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สาลิทิพย์ ยิ่งฟูวัฒนา. (2553). การรับรู้ความสามารถของตนเอง แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานประจำกับพนักงานภายนอก. ปรินญาวิทยาสาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2562). วงจรการเรียนรู้แบบ 4 MAT [Bernice McCarthy]. สารานุกรมการบริหารและการจัดการ. <https://drpiyanan.com/2019/09/03/4mat-learning-cycle-model-bernice-mccarthy/>
- สมจิตร จันทร์เพ็ญ. (2557). ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กรมหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติพร วิชัย. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กรด้านการบริหารองค์กรและด้านลักษณะงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายของบริษัทเครื่องสำอางแห่งหนึ่งในประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.
- กรมควบคุมโรค. (2564). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุขและปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง. เอกสารเผยแพร่กลุ่มพัฒนาวิชาการ โรคติดต่อ.
- World Health Organization. (2564). ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับไวรัสโควิดสายพันธุ์โอมิครอน. ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับไวรัสโควิดสายพันธุ์โอมิครอน. <https://www.who.int/thailand/news/detail/29-11-2021-Update-on-Omicron>
- ทองศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ฉิมนันท์ ศรีไสยาสน์ และโชติ บดีรัฐ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(3), 371-386.
- สิรารมย์ เตชะศรีอมรรัตน์. (2564). โควิดทูป ‘สายการบิน-โรงแรม’ ติดตัวแดงระนาว ขาดทุนทะลุพันล้าน. <https://workpointtoday.com/hotel-airline- q1-2021/>.
- McKinsey & Company. (2020). Mckinsey. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/whats-next-for-remote-work-an-analysis-of-2000-tasks-800-jobs-and-nine-countries>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุรณ์เมตต์ วิวัฒนานุกูล. (2564) ทำความรู้จักธุรกิจ B2C e-Commerce: รูปแบบธุรกิจ รูปแบบการชำระเงิน และวิธีการติดตามภาวะตลาด.
https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/Doc_Lib_statisticsHorizon/StatHorizon_B2C_eCommerce.pdf
- แสงเดือน รักษาใจ. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพ ประกันภัยจำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐฐาพัชฌ์ มงคลธารณ์. (2561) การรับรู้รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต บางเขน. ปรินญาบริหารมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุขุมวิท สุขพันธุ์ถาวร. (2556). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์(ส่วนกลาง).”วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ปีที่ 6, ฉบับที่ 1(มกราคม-เมษายน) : 629.
- โชติ บดีรัฐ ปิยพร ประสมทรัพย์ และพิเชษฐ์ เชื้อมั่น. (2564). Work From Home (WFH) : “ทำงานที่บ้าน” อย่างไรให้เวิร์คและมีความสุข. Journal of Roi Kaensarn Academi, 6(10), 6-8
- จรรยา ห่วงเทศ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ภาค 208. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรพงษ์ บุญรักษา. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของอาจารย์มหาวิทยาลัย กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารภาษาและวัฒนธรรม ปีที่ 29, ฉบับที่ 2 พิเศษ (ก.ค.-ธ.ค. 2553), หน้า 45-68
- พวงแก้ว รัตนสุมาวงศ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ลีสซิ่งกลีกรไทยจำกัด สำนักงานใหญ่. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา, 13, 374-382.
- สุรีพร สกุนี, ปิยธิดา ตรีเดช, สุกนธาศิริและศักดา ตรีเดช. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สระแก้ว. วารสารศูนย์การศึกษาแพทยศาสตร์คลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า 32 ,2 (เม.ย.-มิ.ย. 2558)
- วิมลสิริ หลอดทอง. (2564). ความพึงพอใจในการทำงานจากที่บ้าน Work From Home ของพนักงาน ช่วง Generation X และ Generation Y ในธุรกิจค้าปลีก. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วริศรา วิศิษฐ์โสภณ.(2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรุงเทพฯ สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รัศมี อิสลาม. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานและส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา : พนักงานส่วนงานภาคพื้นดิน สายการบินไทยไลอ้อนแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ADDIN EN.REFLIST
- พิชชากร จวงวาณิชย์. (2560). อิทธิพลของช่วงอายุต่อความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนรวมและความผูกพันต่อองค์กรในวิชาชีพบัญชี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ
- Steers, R.M., and Porter, L. W. (1983). *Motivation and Work Behavior*. New York. : McGraw – Hill. Taro Yamane. (1970). *Statistics – An Introductory Analysis*. Tokyo : John Weatherhill, In
- Allen, M. W., et al. (2008). "Factors impacting the perceived organizational support of IT employees." *Information & Management* 45(8): 556-563.
- Angle, H. L. and J. L. Perry (1981). "An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness." *Administrative science quarterly*: 1-14.
- Bedarkar, M. and D. Pandita (2014). "A study on the drivers of employee engagement impacting employee performance." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 133: 106-115.
- Bloom, N., et al. (2015). "Does working from home work? Evidence from a Chinese experiment." *The Quarterly Journal of Economics* 130(1): 165-218.
- Boeree, G. C. D. (2006). *Personality theories*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Chanana, N. (2021). "Employee engagement practices during COVID- 19 lockdown." Journal of Public Affairs **21**(4): e2508.
- Chaudhary, V., et al. (2022). "Factors affecting virtual employee engagement in India during Covid-19." Materials Today: Proceedings **51**: 571-575.
- Galanti, T., et al. (2021). "Work from home during the COVID-19 outbreak: The impact on employees' remote work productivity, engagement, and stress." Journal of occupational and environmental medicine **63**(7): e426.
- Houssein, A. A., et al. (2020). "Retention of Employees through Career Development, Employee Engagement and Work-life Balance: An Empirical Study among Employees in the Financial Sector in Djibouti, East Africa." Global Business & Management Research **12**(3).
- Koobair, L. (2018). Management competencies to enhance employee engagement of a new generation workforce, University of Pretoria.
- Lartey, F. M. (2021). "Impact of career Planning, employee autonomy, and manager recognition on employee engagement." Journal of Human Resource and Sustainability Studies **9**(02): 135.
- Manjaree, H. and D. Perera (2021). "Determinants of Employee Engagement during COVID 19 Pandemic (Case of Sri Lanka Technological Campus)." International Journal of Research and Innovation in Social Science **5**(7): 2454-6186.
- Mehta, P. (2021). "Work from home—Work engagement amid COVID-19 lockdown and employee happiness." Journal of Public Affairs **21**(4): e2709.
- Mitchell, R. N. (2015). The correlation between virtual communication and employee engagement, Walden University.
- Nisha Chanana, S. (2020). "Employee engagement practices during COVID-19 lockdown." Journal of Public Affairs.
- Pandita, S. and R. Singhal (2017). "The influence of employee engagement on the work-life balance of employees in the IT sector." IUP Journal of Organizational Behavior **16**(1): 38.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ram, P. and G. V. Prabhakar (2011). "The role of employee engagement in work-related outcomes." Interdisciplinary Journal of Research in Business **1**(3): 47-61.
- Rothmann, S. and S. Rothmann Jr (2010). "Factors associated with employee engagement in South Africa." SA Journal of Industrial Psychology **36**(2): 1-12.
- SheeMun, Y., et al. (2013). "Employee engagement: A study from the private sector in Malaysia." Human Resource Management Research **3**(1): 43-48.
- Singh, H. K. and S. Verma (2020). Understanding the Challenges of Mandatory Telework Adoption and Its Effect on Employee Engagement. International Working Conference on Transfer and Diffusion of IT, Springer.
- Treetipbut, N. and R. Aloni (2018). "Strengthening employee's engagement in e-commerce business department through an ODI approach." ABAC Journal **38**(2): 114-132.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ใช้ประกอบการค้นคว้าอิสระซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาทุนมนุษย์และการจัดการองค์การวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ท่านช่วยตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยตัวท่านเอง โดยให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด อนึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ในการวิจัยเท่านั้น โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นมา ณ ที่นี้ด้วย

นายเจษฎา ยิบ

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านทำงาน หรือเคยมีประสบการณ์ ในการทำงานทางไกลแบบทำงานที่บ้าน (Work from home)

ใช่หรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ปัจจุบันท่านทำงานอยู่ในองค์กรที่มีลักษณะในการทำธุรกิจแบบใด

บริษัทฯ ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น: Shopee, Lazada, Kaidee, JD Central, LINE and Etc. หรือ

บริษัทฯ ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) เช่น: Software, Hardware, Fintech, Cloud, IT Outsourcing, Telecom รวมทั้งการออกแบบ Solution ด้าน IT ต่างๆ

ประเภทธุรกิจอื่นๆ (จบแบบสอบถาม)

3.เพศ ชาย หญิง

4.อายุ ต่ำกว่า 21 ปี 21 - 30 ปี 31- 40 ปี มากกว่า 41 ปี

5. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

6.อายุงานของที่ท่านทำงานปัจจุบัน

ต่ำกว่า 1 ปี

1 - 3 ปี

4 - 6 ปี

7 - 9 ปี

10 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

คำชี้แจง โปรดอ่านคำถามต่อไปนี้อย่างละเอียดและระบุความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 2.1 การเป็นที่ยอมรับและให้อำนาจ (Recognition and Empowerment)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.ฉันสามารถพิจารณาและตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ภายใต้อำนาจหน้าที่ของตนเอง					
2.ฉันเคยได้รับมอบหมายให้ทำงานที่สำคัญ					
3.ฉันรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร					
4.ฉันรู้สึกว่าได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ได้บังคับบัญชา					
5.ฉันได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อทำงานได้ดี					

ส่วนที่ 2.2 ความก้าวหน้าในงานและโอกาสในการพัฒนา (Career development and opportunity)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.องค์กรของฉันให้โอกาสในการเพิ่มทักษะและความรู้ เช่นการฝึกอบรม การดูงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะ ในการทำงาน					
2.องค์กรของฉันให้โอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพแก่พนักงาน					

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3.องค์กรของฉันได้ให้โอกาสความก้าวหน้าและพัฒนา ฉันไปอีกระดับเมื่อนั้นมีประสบการณ์หรือความสามารถ มากขึ้น					

ส่วนที่ 2.3 ทรัพยากรในการทำงาน (Resource)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.องค์กรของฉันจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกและ เครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานทางไกลที่เพียงพอ					
2.องค์กรของฉันมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการทำงาน ให้แก่พนักงาน					
3.องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีเพียงพอที่สามารถรองรับ ระบบการทำงาน					
4.องค์กรของฉันมีเทคโนโลยีที่รวดเร็วเพื่อสนับสนุนการ ทำงาน					

ส่วนที่ 2.4 ผลประโยชน์ตอบแทนรวม (Employee benefit)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.องค์กรของฉันมีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม					
2.องค์กรของฉันมีการพิจารณาปรับค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม					
3.องค์กรของฉันมีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม					

ส่วนที่ 2.5 คุณภาพชีวิต (Quality of life)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.องค์กรของฉันให้ความสำคัญและดูแลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ					
2.องค์กรของฉันให้ความสำคัญและสนับสนุนพนักงานในด้านชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวให้มีความสมดุล (Work life balance)					
3.ฉันสามารถแบ่งเวลาในการทำงานประจำวัน เวลาส่วนตัว เวลาสำหรับครอบครัวและสังคมได้อย่างเหมาะสม					
4.ฉันสามารถวางแผนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตได้ล่วงหน้าใด					

ส่วนที่ 2.6 ความเป็นผู้นำของผู้บังคับบัญชา (Leadership)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.ผู้บริหารในองค์กรของฉันมีความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลสามารถพัฒนาองค์กรไปในทางที่ดีได้					
2.ผู้บริหารในองค์กรของฉันให้ความสำคัญกับพนักงาน ยินดีรับฟังความคิดเห็นและให้คำแนะนำในการทำงานอย่างสร้างสรรค์					
3.ผู้บริหารในองค์กรของฉันเป็นผู้รักษามาตรฐานทางจริยธรรมและเป็นที่ยอมรับของพนักงานอย่างแท้จริง					
4.ผู้บริหารในองค์กรของฉันให้การสนับสนุนให้พนักงานทำงานทางไกล					
5.ผู้บริหารในองค์กรของฉันมีวิสัยทัศน์ที่ดีช่วยผลักดันการทำงานของทีมงานให้ประสบความสำเร็จ					

ส่วนที่ 2.7 ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home)

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say)					
1.ฉันมีความภาคภูมิใจและยินดีเสมอที่จะบอกกับผู้อื่นว่าฉันทำงานในองค์กรนี้					
2.ฉันพูดถึงองค์กรในทางที่ดีเสมอเมื่อสนทนากับผู้อื่น					
3.ฉันจะชี้แจงและอธิบายแก้ไขเสมอ เมื่อผู้อื่นกล่าวถึงองค์กรในทางที่ผิด					
ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay)					
4.ฉันมีความรู้สึกที่ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรอย่างแท้จริง					
5.ฉันคิดว่าตัวเองตัดสินใจถูกต้องแล้วที่มาทำงานองค์กรนี้					
6.ฉันจะไม่เปลี่ยนงานใหม่ไปยังองค์กรอื่น แม้ว่าจะได้รับโอกาส และเงินเดือนที่สูงกว่า					
7.ฉันคิดว่าจะทำงานกับองค์กรแห่งนี้ตลอดชีวิตการทำงาน					
8.ฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ					
ความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ (Strive)					
9.ฉันพร้อมที่จะทำงานทุกอย่างเพื่อสนับสนุนและพัฒนาองค์กรเสมอ					

ขณะที่ฉันมีการทำงานที่บ้าน (Work from home)	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10.ฉันมักค้นหาแนวทางการปรับปรุงการทำงานขององค์กรให้ดีขึ้นเสมอ					
11.ฉันยินดีให้ความช่วยเหลือองค์กรในทุกด้านเสมอแม้ว่าฉันจะมีภาระงานที่มากกว่าเดิม					
12.ฉันมีความหวังใจในความอยู่รอดและทิศทางขององค์กรเสมอ					
13.ฉันทำงานโดยใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จขององค์กรเสมอ					