

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืน
ในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคอมฯ แห่งหนึ่งในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาโทการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พุทธศักราช 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและมีความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืน
ในกลุ่มพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565



นางสาวกนกนภัส วัชรเมธีกุล

นางสาวกนกนภัส วัชรเมธีกุล

ผู้วิจัย

Saph Samtin

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. อรรถพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ รัตนาศักดิ์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Victoria Ratanam

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาทิพย์ คำทรัพย์พัฒนกุล

สุทธาทิพย์ คำทรัพย์พัฒนกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ด้วยความกรุณาของบุคคลมากมายหลายท่าน ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบคุณ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และนางสาว ณชารี เอี่ยมสุวรรณ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ความรู้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ และกราบขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่ง

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความร่วมมือทำแบบสอบถามและกระจายแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณต่อครอบครัว และเพื่อน ๆ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาการจัดการ มหบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมา

กนกนภัส วัชรเมณีกุล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

THE STUDY OF WELL-BEING AND WORKPLACE HAPPINESS FACTORS THAT AFFECT TO THE SUSTAINABLE ORGANIZATION IN THE TELECOMMUNICATION COMPANY IN THAILAND

กนกนภัส วัชรระมณีกุล 6350282

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณ รัตนศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร ที่จะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน 140 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) การประเมินโดยการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี (Well-Being) ทั้ง 9 ปัจจัย พบว่ามี 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological well-being) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานในองค์กร (Sustainable Performance Outcome: SPO) ประกอบด้วย ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) และ ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being)

คำสำคัญ : สุขภาวะที่ดี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	2
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 คำถามงานวิจัย	4
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความหมายและความสำคัญของธุรกิจโทรคมนาคม	6
2.2 แนวคิดและคำนิยามเกี่ยวกับบงค์กรที่ยั่งยืน	9
2.3 ความหมายของสุขภาพ	10
2.4 ความหมายของความสุข	14
2.5 ความสุขมวลรวมประชาชาติ	17
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทบทวนวรรณกรรม	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	53
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	53
3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	54
3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย	54
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
3.5 กระบวนการวิจัย	59
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	65
4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มอย่าง	65
4.2 ผลการประเมินโมเดลการวัด	70
4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	83
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	108
5.1 สรุปผลการวิจัย	108
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	111
5.3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย	112
5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย	114
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	121

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
3.1	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี	55
3.2	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร	56
3.3	เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร	57
3.4	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม ความคิดเห็นปัจจัยด้านความยั่งยืนขององค์กร	57
3.5	มาตรวัดที่ใช้ในงานวิจัย	58
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง	69
4.3	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง	70
4.4	ผลการประเมิน โมเดลการวัด	73
4.5	ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornel – Larcker Criterion	80
4.6	ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม	82
4.7	ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์	84
4.8	อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตามในแบบจำลอง	88
4.9	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้	90

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 ความสุข 9 ด้าน 33 ตัวชี้วัดและอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสำหรับการคำนวณจีเอ็นเอช ของประเทศสัญญาณ	18
2.2 ความสุข 9 ด้าน 33 ตัวชี้วัด และอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสำหรับการคำนวณ	47
3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว	61
4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	71
4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการด้วย Bootstrapping(Final Model)	85



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในโลกปัจจุบัน มีอัตราการแข่งขันที่สูงมาก จึงทำให้องค์กรแต่ละแห่งพยายามพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างยั่งยืน “บุคคลากร” ถือว่าเป็นองค์ประกอบหลักที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่เป็นหัวใจของการทำงานทุกระบบ ที่หลายๆองค์กรมักจะมองข้ามความสำคัญ องค์กรที่ได้นั้นไม่ใช่จะประกอบแต่เพียงการมีผู้บริหาร หรือมีทรัพยากรที่ดีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องประกอบไปด้วยการที่มีพนักงานที่ทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพจึงอาจกล่าวได้ว่าตัวชี้วัดต่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานในองค์กรนั้นจะขึ้นอยู่กับที่คุณภาพการจัดสรรคนภายในขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพโดยจะต้องคำนึงถึงสุขภาวะของคนในองค์กรเป็นหลัก แต่เมื่อมาวิเคราะห์โดยละเอียดก็จะทราบถึงความยากลำบากและอุปสรรคที่พบเจอและต้องแก้ปัญหาในยุคปัจจุบัน เช่น สถานการณ์โรคระบาดที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกอย่างโรคโควิด 19 หรืออาจจะเกิดจากการบริหารงานหรือวางแผนงานที่ผิดพลาดของผู้บริหารหรือปัจจัยที่ได้รับความสนใจในปัจจุบันคือปัจจัยด้านพนักงานองค์กรคือการที่หาลูกจ้างที่เหมาะสมไม่ได้ หรือหากมีลูกจ้างที่มีความสามารถที่เหมาะสมกับงานและมีประสิทธิภาพตามที่บริษัทต้องการก็จะพบปัญหาว่าลูกจ้างคนนั้นทำงานได้ไม่นานแล้วก็ลาออก จึงทำให้องค์กรติดขัดและเติบโตไปได้ช้า ปัจจุบันหลายบริษัทให้ความสำคัญกับแนวคิดเกี่ยวกับการปรับสมดุลระหว่างการทำงานและคำนึงถึงชีวิตส่วนตัวหรือเรียกกันว่า Work-life Balance ซึ่งส่งผลให้การทำงานนั้นไม่มีความสุขอย่างที่คาดหวังไว้ก่อนมาทำงาน หรืออาจจะมาจากสาเหตุอื่นที่สะสมรวมกันจนทำให้เกิดการลาออก ดังนั้นปัจจุบันหลายองค์กรจึงให้ความสำคัญกับสุขภาวะที่ดีและคำนึงถึงความสุขในที่ทำงานของพนักงานมากขึ้นเนื่องจากหากพนักงานไม่มีความสุขในที่ทำงานอย่างที่คาดหวังไว้ หรือมาจากสาเหตุอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่นการพบเจอกับบรรยากาศการทำงานที่ไม่อำนวยต่อการทำงานพบเจอเพื่อนร่วมงานหรือเจอบรรยากาศการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและปัญหา Toxic ต่าง ๆ อีกมากมายที่เป็นหนึ่งในสาเหตุที่จะส่งผลต่อตัวพนักงานทำให้เกิดการลาออกได้และเมื่อไม่สามารถแก้ปัญหาด้านความสุขหรือบรรยากาศในที่ทำงานของพนักงานได้อย่างยั่งยืนนั้นก็ทำให้เกิดปัญหาการลาออกที่จะมีอัตราเพิ่มมากขึ้นได้ซึ่งย่อมจะส่งผลโดยตรงต่อชื่อเสียงขององค์กรที่จะทำให้พนักงานที่มีความสามารถดีรายใหม่ตัดสินใจที่จะไม่มา

ทำงานร่วมกับองค์กรดังนั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นของตัวบริษัทในระยะยาว ดังนั้นองค์กรในปัจจุบันจึงได้เริ่มมีการให้ความสำคัญกับด้านสุขภาพและความสุขของพนักงานมากขึ้นกว่าในอดีตเป็นอย่างมากเพราะเมื่อพนักงานทำงานได้อย่างเต็มที่ต้องการก็จะพัฒนาได้อย่างก้าวกระโดด

ความสุขของพนักงานนั้นก็จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือสุขภาพโดยสุขภาพ (Well-being) หมายถึง ภาวะที่ปราศจากปัญหาหรือ สิ่งທີ່คิดว่าเป็นปัญหา (ยอดขวัญ แซ่ฮึง ,2556) ทั้งทางร่างกาย จิตใจ การดำรงชีวิต และสามารถอยู่ในสังคมอย่างสงบสุขเมื่อนำมาปรับกับการมีความสุขที่ดีแก่พนักงานนั้นก็หมายความว่าทำให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ โดยไม่มีปัญหามารบกวนทั้งทางร่างกาย จิตใจ การดำรงชีวิต หรือสาเหตุอื่นใดมารบกวน โดยการสร้างเสริมสุขภาพในที่ทำงานต้องพิจารณาพัฒนาจากหลายประการ เช่น กายภาพ จิตสังคม สภาพแวดล้อม (จักรจรจ์ มุ่ยใจบุญ ,2552) หากสามารถพัฒนาได้นั้น ก็ย่อมทำให้องค์กรสามารถพัฒนาได้โดยไม่ติดขัดจากการพบเจอปัญหาพนักงานลาออกหรือพนักงานทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพและยังสามารถทำให้พนักงานรักในตัวเองค์กร และทำการสื่้อออกไปจากปากต่อปาก ซึ่งก็จะเป็นผลพลอยได้ที่จะส่งผลให้บุคคลภายนอกที่มีความสามารถหลากหลาย สนใจและต้องการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้นสุขภาพของคนในองค์กรจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการเจริญเติบโตขององค์กรและจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าความสำคัญของการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพไว้ในองค์กรจึงเป็นส่วนสำคัญในการทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน การเข้าใจปัจจัยของความสุขในการทำงาน โดยการศึกษาและเข้าใจปัจจัยนั้นทำให้สามารถหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและลดการสูญเสียบุคลากรในองค์กรเพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ธุรกิจบริการ โทรคมนาคมมีการแข่งขันที่ดุเดือดมากในปัจจุบันเนื่องจากการมอบสัมปทานสามารถทำได้กว้างขวางมากขึ้นกว่าแต่ก่อนอย่างมาก ดังนั้นบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนช่วยในการติดต่อช่วยเหลือและประสานงานกับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง หรือพนักงานที่คอยซัพพอร์ตอยู่เบื้องหลัง ล้วนมีความสำคัญต่อภาพพจน์ขององค์กรและความไว้วางใจของลูกค้าทั้งสิ้นพนักงานในองค์กรปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าพิจารณาเลือกใช้บริการ เนื่องจากการได้รับการบริการที่ดีนอกจากอุปกรณ์สินค้าที่มีคุณภาพ และความทันสมัยแล้ว สิ่งที่ลูกค้ารับรู้คือการบริการที่จริงใจและมีความตั้งใจของพนักงาน สิ่งนี้เกิดจากความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานจากภายในสู่ภายนอก หมายถึงการส่งต่อไปยังลูกค้านั่นเอง (ฉัตรดิยา อินทวิชัย, 2560) ดังนั้นผู้วิจัยนี้จึงจะมุ่งเน้นไปที่องค์กรที่ประสบความสำเร็จเพื่อที่จะศึกษาปัจจัยด้านสุขภาพที่ดีและความสุขภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อสุขภาพในการทำงานที่ดีของพนักงาน และส่งผลกระทบต่อ

อย่างไรหรือพนักงานนั้นต้องการสิ่งใดมากขึ้นเพื่อการพัฒนาขององค์กรในอนาคตโดยงานวิจัยนี้วัดจากแบบสอบถามของพนักงานองค์กรโทรคมนาคมแห่งหนึ่งเพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาวะที่พนักงานต้องการ เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานว่ามีปัจจัยหลักหรือต้องการปัจจัยใดเพิ่มเติม ซึ่งหัวข้อศึกษาปัจจัยดังกล่าวเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน โดยจะเป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานองค์กร เพื่อนำผลวิจัยมาปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อให้บริษัทสามารถจะนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสุขภาวะของพนักงานเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่กลุ่มพนักงานเพื่อประโยชน์แก่องค์กรต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสุอันส่งผลต่อความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. ศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องในด้านสุขภาวะ(Well-being) ที่ดีของพนักงาน เพื่อจะรักษาพนักงานที่ดีไว้ให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

1.3 คำถามงานวิจัย

1. ปัจจัยใดบ้างด้านสุขภาวะและความสุขภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงาน บริษัท โทรคมนาคม แห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. ควรปฏิบัติอย่างไรเพื่อรักษาพนักงานที่ดีไว้ให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงาน โดยศึกษาจากปัจจัยด้านสุขภาวะและความสุขของพนักงานในองค์กรธุรกิจให้บริการ โครงข่ายโทรคมนาคมแห่งหนึ่ง (Internet Service Provider)

1.4.2 ขอบเขตการวิจัยด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานในบริษัท แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 140 คน อ้างอิงจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในบทที่ 3

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาวิจัย

ตลอดโครงการตั้งแต่ เดือน มกราคม ปี 2565 ถึง เดือน สิงหาคม ปี 2565 (รวมระยะเวลาตลอดโครงการ 7 เดือน) ระยะเวลาเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัย พฤษภาคมปี 2565 เดือน ถึง เดือน กรกฎาคม ปี 2565 รวมระยะเวลาเก็บข้อมูล 2 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยที่จะทำให้พนักงานอยู่อย่างยั่งยืน จากความพึงพอใจของพนักงานในด้านสุขภาวะ (Well-being) และความสุขภายในองค์กร
2. ทราบถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงและเข้าใจถึงความสำคัญของความสุขภายในองค์กรเพื่อส่งผลกระทบต่อการพัฒนาความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย
3. เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้สนใจศึกษา

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อ ความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยโดยแบ่งหัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายและความสำคัญของธุรกิจ โทรคมนาคม
- 2.2. แนวคิดและคำนิยามเกี่ยวกับองค์กรที่ยั่งยืน
- 2.3 ความหมายของสุขภาวะ
- 2.4 ความหมายของความสุข
- 2.5 ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness: GNH)
- 2.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ความหมายและความสำคัญของธุรกิจโทรคมนาคม

ความหมายและประเภทของธุรกิจ โทรคมนาคม

ความหมายของธุรกิจ โทรคมนาคม

กิจการ โทรคมนาคมเป็นกิจการซึ่งให้บริการการส่ง การแพร่ หรือการรับเครื่องหมาย สัญญาณ ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพ เสียง รหัส หรือสิ่งอื่นใด ซึ่งสามารถให้เข้าใจความหมายได้โดยระบบคลื่นความถี่ ระบบสาย ระบบแสง ระบบแม่เหล็กไฟฟ้าหรือระบบอื่น ระบบใดระบบหนึ่งหรือหลายระบบรวมกัน และรวมถึงกิจการซึ่งให้บริการดาวเทียมสื่อสารหรือกิจการอื่นที่ กสทช. กำหนดให้เป็น กิจการ โทรคมนาคม แต่ไม่รวมถึงกิจการที่เป็นกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการวิทยุคมนาคม (กิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553) ซึ่งแต่ละกิจการก็จะแบ่งประเภทออกไปตามกิจการที่ได้ขออนุญาตไว้เช่นบริษัทแอดวานซ์ไวร์เลสเน็ตเวิร์คจำกัด(AIS) เป็นผู้ได้ใบอนุญาตให้บริการระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตบริษัทไทยคมจำกัด (มหาชน) เป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการดาวเทียมสื่อสาร เป็นต้น

บริการโทรคมนาคมเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทความสำคัญใน 2 ด้านคือ

1. เป็นภาคเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมการให้บริการแก่ประชาชนในทุกระดับของระบบ เศรษฐกิจ
2. เป็นบริการที่มีบทบาทเป็นตัวกลางหรือเป็นต้นทุนที่สำคัญในการที่จะประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการหลอมรวมของสื่อต่างๆ และยังเป็นตัวกระตุ้น บทบาทของการบริการโทรคมนาคมให้ทวีความสำคัญมากขึ้น World Development Report 1994 ซึ่งให้เห็นว่า เมื่อประเทศมีรายได้ตามความต้องการโครงสร้างพื้นฐานจะเป็นด้านการชลประทาน ถนน แต่เมื่อประเทศมีรายได้สูงขึ้น ความต้องการโครงสร้างพื้นฐานด้าน โทรคมนาคมและไฟฟ้าจะมีสูงขึ้น

ประเภทธุรกิจบริการโทรคมนาคม

ในการเจรจาการค้าทางด้านโทรคมนาคมไม่มีการจำแนกประเภทธุรกิจโทรคมนาคมที่ตายตัว เนื่องจากมี แนวทางในการจำแนกประเภทธุรกิจโทรคมนาคมที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม WTO ได้ทำการจำแนกบริการ โทรคมนาคม โดยจัดให้เป็นสาขาย่อยของสาขาการสื่อสาร และมีกิจกรรมที่ถือเป็นบริการโทรคมนาคม ดังนี้

1. บริการโทรศัพท์
2. บริการรับ-ส่งข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีแบบ Packet-switched
3. บริการรับ-ส่งข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีแบบ Circuit-switched
4. บริการโทรพิมพ์
5. บริการโทรเลข
6. บริการโทรสาร
7. บริการให้เช่าวงจรสำหรับใช้เฉพาะกลุ่ม
8. บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
9. บริการรับฝากข้อความ
10. บริการข้อมูลออนไลน์หรือสืบค้นฐานข้อมูล
11. บริการรับ-ส่งข้อมูลผ่านระบบ Electronic Data Interchange (EDI)
12. บริการโทรสารที่มีการใช้งานพิเศษเพิ่มเติมจากเดิม เช่น การจัดเก็บโทรสารเพื่อส่งต่อหรือเพื่อการสืบคนภายหลัง
13. บริการเปลี่ยนรหัสหรือรูปแบบของข้อมูล เพื่อใช้ในระบบการรับ-ส่งข้อมูลที่แตกต่างกัน

14. บริการประมวลผลข้อมูลออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมถึงการประมวลผลการทำธุรกรรมทางการเงิน

15. บริการอื่น ๆ ทั้งนี้กิจกรรมโทรคมนาคมในข้อ 1 ถึง 7 และบางกิจกรรมในข้อ 15 ขอมักรับรวมกันในเรื่องต้นว่าเป็น

บริการประเภทโทรคมนาคมพื้นฐาน ในขณะที่กิจกรรมโทรคมนาคมในข้อ 8 ถึง 14 และบางกิจกรรมในข้อ 15 ถือเป็นบริการประเภทโทรคมนาคมเสริม (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2557)

กิจกรรมโทรคมนาคมจำแนกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจด้านโครงข่ายโทรคมนาคม (Network Provider) หรือเรียกว่า Bearer Services ให้บริการโครงข่ายในการรับ-ส่งสื่อสัญญาณซึ่งเป็นส่วนที่เป็นฉากหลังของบริการโทรคมนาคมที่ผู้ให้บริการอาจไม่ได้สัมผัสโดยตรงแต่มีบทบาทสำคัญในฐานะกระดูกสันหลังของธุรกิจโทรคมนาคมและถือได้ว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญรวมทั้งอาจมีนัยด้านความมั่นคงด้วย

2. ธุรกิจด้านการบริการโทรคมนาคม (Service Provider) เป็นกิจกรรมโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับ ผู้ให้บริการ เป็นส่วนที่เป็นฉากหน้า ของบริการโทรคมนาคม อาจกล่าวได้ว่าเป็นบริการโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้ในตลาด เช่น บริการโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่บริการรับ-ส่ง คิววีเอ็มโหลดข้อมูลบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.2 แนวคิดและคำนิยามเกี่ยวกับองค์กรที่ยั่งยืน

จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการและองค์กรธุรกิจหลายท่านได้ให้ความหมายเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนไว้ ดังนี้

องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน หมายถึง ความสามารถขององค์กรธุรกิจที่จะตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดขององค์กรไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้รวมถึงผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคม โดยที่การตอบสนองดังกล่าวนี้จะต้องไม่ทำให้ความสามารถในการตอบสนองขององค์กรต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคตลดลงด้วย (Dyllick & Hockerts, 2002)

ความยั่งยืนขององค์กร (corporate sustainability) หมายถึง การเติบโตของธุรกิจควบคู่ไปกับการเพิ่มโอกาสในการทางานและการส่งเสริมการกระจายรายได้ รวมทั้งการสร้างความเสมอภาคและ ความเป็นธรรมทางสังคมธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้มีส่วนได้

ส่วนเสียที่กล่าวไปข้างต้นและสามารถช่วยตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่มอย่างเจาะจงได้ จะช่วยรักษาและเพิ่มพูนสัมพันธภาพอันดีระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจนั้นไม่เพียงแต่บรรลุเป้าหมายของธุรกิจแต่ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้ (Inkong, 2558)

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง วิธีการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ลดทอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นหลัง (คณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ, 1987) โดยแต่ละธุรกิจอาจนิยามการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามบริบทขององค์กรแต่แกนหลักของมันจะเป็นการที่องค์กรให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจมีนโยบายและแผนธุรกิจภายใต้หลักบริษัทภิบาล และยังสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเงินทุนและผลกำไรที่ใช้ในการขยายกิจการมีผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและชุมชน (พิริยาภรณ์ อันทอง, ศุภกร เอกชัยไพบุลย์, 2559)

2.3 ความหมายของสุขภาวะ

แนวคิดการสร้างสุขภาวะให้เกิดในองค์กรมีมานานเนื่องจากคนส่วนใหญ่ในการทำงานผลการสำรวจการทำงานของประชากร ประจำเดือนสิงหาคม 2554 พบว่า มีจำนวนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป 54.07 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ของประชากร โดยเป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานหรือพร้อมจะทำงานกว่า 39.44 ล้านคน และ 23.41 ล้านคน อยู่ในภาคอุตสาหกรรมและบริการ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) จากการสำรวจคุณภาพชีวิตแรงงานไทยโดยสำนักวิจัยเอแบคโพล ร่วมกับสำนักงาน สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เมื่อต้นปี 2549 พบว่า คุณภาพชีวิตโดยรวมของแรงงานไทยยังอยู่ใน สถานะที่น่าเป็นห่วง โดยเฉพาะสภาพการดำเนินชีวิตและ การทำงาน เหตุผลหนึ่งคือการที่แรงงานไทยขาดความรู้ในการใช้ชีวิตรูปแบบสังคมเมืองอุตสาหกรรมและบริการเนื่องจากแรงงานส่วนมากมาจากภาคเกษตรกรรม ทำให้ไม่ เข้าใจวิธีการดำเนินชีวิตแบบสังคมเมือง โดยเฉพาะการใช้ ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับอบายมุข สิ่งฟุ่มเฟือยต่าง ๆ อันนำไปสู่ การมีคุณภาพชีวิตที่แย่ลง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพ ของประชาชนในการพัฒนาประเทศไปสู่ความเจริญ ก้าวหน้า

นิยามคำว่า “สุขภาวะในองค์กร”

ความหมายของ “องค์กรสุขภาวะ” จากการศึกษา เอกสารที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ 1) องค์กรที่สามารถบรรลุถึง พันธกิจที่ตั้งไว้พร้อมทั้งมีความสามารถในการเติบโตและ พัฒนาบุคลากรใน

องค์กรไปพร้อม ๆ กัน (Dive, 2004) 2) องค์กรที่มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อประโยชน์ต่อสุขภาพของพนักงานและ ผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น (Lowe, 2004) และ 3) องค์กรที่มีความสามารถในการ ปฏิบัติงานได้ดีพนักงานมีจุดมุ่งหมายร่วมกับองค์กรมุ่งเน้น การปรับกระบวนการทำงานใหม่ และมีแนวทางการปฏิบัติ งานที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน (Smet, Loch, Schaninger, 2007)

นอกจากคำว่า “องค์กรสุขภาวะ” ในเอกสารรายงานต่างๆ ยังมีคำที่คล้ายคลึงกันได้แก่ สุขภาวะในที่ทำงาน (healthy workplace) การกล่าวถึงคำนี้ส่วนมาก มักให้ความสนใจเฉพาะ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในงาน (มีขอบเขตในความปลอดภัย และภาวะสุขภาพที่ดีจากการ ทำงานแบบดั้งเดิม การเผชิญกับอันตรายของเทคโนโลยี ชีวภาพ สารเคมีและทางกายภาพ) สำหรับ ความหมายที่กว้างมากขึ้นจะรวมปัจจัยการปฏิบัติทางสุขภาพ (การดำเนินชีวิตประจำวัน) ปัจจัย ทางด้านจิตสังคม (วัฒนธรรม ในสถานที่ทำงาน และระบบการทำงานในองค์กร) และการเชื่อมโยง กับชุมชนเวลา (Burton, 2010) ดังนั้นจึงขอสรุป ความหมายขององค์กรสุขภาวะว่าหมายถึง องค์กรที่ มีการส่งเสริมและพัฒนาคนในองค์กรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ครอบคลุมทั้งด้านกายใจ สังคม และ จิตปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์การมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานองค์กรสุขภาวะพบว่ามีความแตกต่างของการ พัฒนา การริเริ่มและการปฏิบัติตามโปรแกรมสุขภาวะจำแนกตามเขตและภูมิภาคต่าง ๆ ขององค์กร อนามัยโลก (Burton, 2010) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ภูมิภาคแอฟริกา (Africa) ในปีค.ศ.2000 มี การประสานความร่วมมือจากหลายภาค ส่วน เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล การพัฒนาศักยภาพ และการออกกฎหมาย นโยบายด้านความ ปลอดภัยและสุขภาวะของพนักงาน ต่อมาในปี 2005 มีการกำหนดแผนปฏิบัติการและได้ ดำเนินการ ด้านความปลอดภัยและสุขภาวะ แต่พบปัญหา และอุปสรรคในด้านการบริการและนโยบาย บาง ประเทศ ในภูมิภาคนี้ได้ศึกษาโปรแกรมสุขภาวะจากบริษัทในแถบภูมิภาคแปซิฟิก และแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ที่ประสบความสำเร็จเพื่อปรับใช้ ในปี 2009 มีรูปแบบสุขภาพหรือ โปรแกรม ส่งเสริมสุขภาพสำหรับลูกจ้าง

2. ภูมิภาคแถบอเมริกา (Americas) ในปี ค.ศ.2001 The Pan American Health Organization (PAHO) ได้พัฒนาและเผยแพร่ “แผนสุขภาวะของพนักงานส่วนภูมิภาค” โดยใช้หลัก 3P คือ การป้องกัน การส่งเสริม และการคุ้มครอง ประเด็นในแผนประกอบด้วย (1) เพิ่ม ความสามารถในการระบุ ประเมินและควบคุมหรือ กำจัดความเสี่ยงในที่ทำงาน (2) สนับสนุน กฎหมายและ การดำเนินงานด้านสุขภาวะ และออกแบบโปรแกรมการ ปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในการทำงาน และ (3) จัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรคในงานอาชีวอนามัยและ ส่งเสริมบริการสุขภาพที่ดีสำหรับพนักงาน ในปีค.ศ. 1970 ประเทศแคนาดามีโมเดล “Workplace

Health System” ซึ่งเสนอแนวทาง 3 วิธี สำหรับสุขภาวะในที่ทำงาน ได้แก่ (1) สิ่งแวดล้อมการทำงานทางกายภาพและจิตสังคม (2) แหล่งสุขภาวะบุคคล และ (3) การปฏิบัติด้านสุขภาวะของบุคคล ซึ่งโมเดลนี้ได้ ถูกนำไปประยุกต์ใช้โดย National Quality Institute ปัจจุบันโมเดลนี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในงานด้านความ ปลอดภัยและอาชีวอนามัย

3. ภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนตะวันออก (Eastern Mediterranean) ในปี ค.ศ.2005 มีการเข้าร่วมประชุม จาก 16 ประเทศ สมาชิกแต่ละประเทศ เห็นชอบกับระบบ การดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานที่เหมาะสมกับการบริการ อาชีวอนามัย ต่อมาในปี.ศ. 2008 เริ่มมีการพัฒนา ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการระดับชาติสำหรับสุขภาวะ ของคนงาน โดยมีการนำสุขภาวะในที่ทำงานมาเป็นกลยุทธ์ หลัก

4. ภูมิภาคประเทศแถบยุโรป (Europe) มี แนวทางของสุขภาวะในที่ทำงานที่ครอบคลุม มีแหล่งที่สนับสนุนและบรรยากาศการทำงานที่ดี มีหลายประเทศที่ เข้มแข็งในด้านนี้และมีรูปแบบที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป โดย กิจกรรมสำหรับการส่งเสริมสุขภาวะในที่ทำงานจะรวมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) การดำเนินชีวิตสุข ภาพจิต ความเครียด และวัฒนธรรมความร่วมมือ รวมทั้งการพัฒนา ผู้นำและทีมงาน

5. ภูมิภาคแปซิฟิกตะวันตก (Western Pacific) ในปีค.ศ. 1999 ภูมิภาคนี้เป็นผู้นำที่มีบทบาทพัฒนาแนวทางสำหรับสุขภาวะในที่ทำงานมีแนวทางหลัก 5 ประการ ประกอบด้วย (1) ความครบถ้วน (Comprehensive) (2) การมีส่วนร่วม และการเสริมพลัง (Participatory & empower) (3) หลายภาคส่วน หลายศาสตร์ (Multi- sectorial & multidisciplinary) (4) ความเป็นธรรมใน สังคม (Social justice) สมาชิกทุกคน มีสิทธิเข้าร่วม โปรแกรม โดยไม่มีการแบ่งแยกเพศ และ (5) ความยั่งยืน (Sustain) การเปลี่ยนแปลงจะต้องกลมกลืนไปกับวัฒนธรรมองค์กรแนวทางในการดำเนินการ มีขั้นตอนต่างๆ 8 ขั้นตอนคือ (1) การสนับสนุนการบริหารจัดการ (2) การตั้งส่วนของการประสานงาน (3) การประเมินความต้องการ (4) จัดลำดับความต้องการ (5) การวางแผน (6) การปฏิบัติตามแผน (7) การประเมินกระบวนการและผลลัพธ์ และ (8) การทบทวนและปรับแผน

6. ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (South-East Asia) แผนยุทธศาสตร์ในภูมิภาคนี้เริ่มหลังจากปี ค.ศ. 2002 กลยุทธ์ระยะแรกเน้นไปที่การพัฒนานโยบายระดับ ชาติและแผนปฏิบัติการ โดยมีจุดเน้น คือ การเชื่อม ประสานระหว่างบริการอาชีวอนามัยเบื้องต้นกับระบบการ ดูแลสุขภาพขั้นปฐมภูมิ หลังจากนั้น ในปี ค.ศ.2005 จึงมีการกำหนดกลยุทธ์เฉพาะสำหรับการส่งเสริมสุขภาพ

โดยสรุปแล้วในแต่ละภูมิภาคและแต่ละประเทศได้มีการนำแนวทางของสุขภาวะในที่ทำงานไปใช้ อาจมี วิธีการที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่สำคัญคือ ผลลัพธ์ที่ได้จะทำให้ คนในองค์กรมี

ความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งด้านกาย ใจ สังคม และจิตปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงาน องค์กร ชุมชน และประเทศชาติ

2.4 ความหมายของความสุข

ความสุข หมายถึง สภาพชีวิตที่เป็นสุขของบุคคล ซึ่งเกิดจากการมีความสามารถที่จะจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตมีจิตใจที่ตื่นตัวตลอดจนสามารถพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีท่ามกลาง ความเปลี่ยนแปลงของสังคมได้ (อภิชัยและคณะ, 2544ก; 2547) ความสุขจึงจัดเป็นประสบการณ์และ ความรู้สึกที่บุคคลสามารถจัดการให้เกิดขึ้นได้เกิดความพึงพอใจและไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน (ศรีนิษฐ์ และคณะ, 2555)

(Diener, 1984) ได้นิยามสรุปความสุขเป็น 3 ประเภท คือ

1. เป็นความรู้สึกที่ดี เรียกว่า สุขภาวะ (well-being) ได้จำกัดความมาจากเกณฑ์ภายนอก เช่น ความดีงาม หรือ ความศักดิ์สิทธิ์ เป็นการให้จำกัดความสุขที่ไม่ได้พิจารณาถึงสภาพความรู้สึกส่วนตัว แต่คำนึงถึงคุณลักษณะอันพึงปรารถนา ที่จะเกิดขึ้น โดยความสุขประเภทนี้หมายถึง การทำให้ชีวิตดีงามขึ้น ซึ่งเป็นการนิยามความสุขในแง่ของมาตรฐานในสายตาของผู้สังเกต ไม่ใช่เป็นการตัดสินจากมาตรฐานภายในของผู้ถูกสังเกต

2. เป็นความพึงพอใจในชีวิต เป็นการประเมินรวมถึงคุณภาพชีวิตทั้งหมดของบุคคลตามเกณฑ์บุคคลนั้นเลือกเอง (aspiration) และความสำเร็จ (achievement) บุคคลนั้นจะรายงานความพึงพอใจของตนในระดับต่ำ

3. เป็นการเน้นที่อารมณ์ที่เป็นสุข หมายถึง การมีความสุขทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ซึ่งอารมณ์ทั้งสองนี้มีความสืบเนื่องกัน บุคคลที่มีอารมณ์ความรู้สึกทางบวกในขณะนั้นมาก่อนก็ย่อมจะมีความรู้สึกทางลบน้อยลงในขณะเดียวกัน

ความสุข 9 มิติของ HAPPINOMETER มีตัวชี้วัดทั้งหมดรวม 56 ตัวชี้วัดดังนี้

มิติที่ 1 Happy Body (สุขภาพดี) หมายถึง การที่บุคคลมีสุขภาพร่างกาย แข็งแรง สมส่วน มีพฤติกรรมการบริโภคที่ดี/เหมาะสมมีความพึงพอใจสภาวะสุขภาพกายของตนเอง มิตินี้ มี 6 ตัวชี้วัด คือ ค่า BMI ภาวะอ้วนลงพุง ออกกำลังกาย สูดบุหรี่ยี่ ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความพึงพอใจต่อสุขภาพกาย

มิติที่ 2 Happy Relax (ผ่อนคลายดี) หมายถึง การที่บุคคลสามารถบริหารเวลา ในแต่ละวันเพื่อการพักผ่อนได้อย่างมีคุณภาพ พึงพอใจกับการบริหารจัดการปัญหาของตนเอง และ ทำชีวิตให้ง่ายสบายๆ

มิตินี้ มี 5 ตัวชี้วัด คือ ความพอใจในการพักผ่อน กิจกรรมหย่อนใจ ความเครียด ชีวิตเป็นไปตามที่คาดหวัง และการจัดการกับปัญหาในชีวิต

มิตินี้ 3 Happy Heart (น้ำใจดี) หมายถึง การที่บุคคลมีจิตสาธารณะ มีส่วนร่วม ในการสร้างประโยชน์ให้กับส่วนรวมและมีเมตตากับคนรอบข้าง

มิตินี้มี 9 ตัวชี้วัด คือ ความรู้สึกลึกเอื้ออาทร การให้ความช่วยเหลือแก่คนรอบข้าง การทำงานเป็นทีม ความสัมพันธ์เหมือนพี่เหมือนน้องการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานในองค์กร การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนการทำงาน การทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม และการเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

มิตินี้ 4 Happy Soul (จิตวิญญาณดี) หมายถึง การที่บุคคลมีความตระหนักถึง คุณธรรม และศีลธรรม รู้แพ้รู้ชนะ รู้จักให้ และมีความกตัญญูรู้คุณ

มิตินี้ มี 5 ตัวชี้วัด คือ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ศาสนา การให้ทาน และการ ปฏิบัติกิจ ตามศาสนา การให้อภัย การยอมรับและการขอโทษ รวมถึงการตอบแทนผู้มีพระคุณ

มิตินี้ 5 Happy Family (ครอบครัวดี) หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้สึกผูกพัน เชื่อใจ มั่นใจ และอุ้ม ใจกับบุคคลในครอบครัวของตนเอง

มิตินี้ มี 3 ตัวชี้วัด คือ เวลาอยู่กับ ครอบครัว การทำกิจกรรมกับครอบครัว และมี ความสุขกับ ครอบครัว

มิตินี้ 6 Happy Society (สังคมดี) หมายถึง การที่บุคคลมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อ เพื่อนบ้าน ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ไม่เอาเปรียบผู้คนรอบข้าง ไม่ทำให้สังคมเสื่อมถอย

มิตินี้ มี 6 ตัวชี้วัด คือ ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ของสังคม ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การขอความช่วยเหลือจากคนในชุมชนสังคมสงบ สุข และการ ใช้ชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข

มิตินี้ 7 Happy Brain (ใฝ่รู้ดี) หมายถึง การที่บุคคลมีความตื่นตัวกระตือรือร้น ในการ เรียนรู้สิ่ง ใหม่ๆ เพื่อปรับตัวให้เท่าทัน และตั้ง รับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และพอใจที่ จะ แสดงความทันสมัยอยู่เสมอ

มิตินี้ มี 3 ตัวชี้วัด คือ การแสวงหาความรู้ใหม่ๆ การพัฒนาตนเองและโอกาสในการ พัฒนาตนเอง

มิตินี้ 8 Happy Money (สุขภาพเงินดี) หมายถึงการที่บุคคลมีวินัยในการใช้จ่ายเงินมี ความสามารถและพึงพอใจในการบริหารจัดการระบบการรับ จ่าย และออมเงินในแต่ละเดือน

มิตินี้ มี 4 ตัวชี้วัด คือ การผ่อนชำระหนี้สินต่าง ๆ การชำระหนี้เงินออม และ ความ เพียงพอของค่าตอบแทนที่ได้รับ

มิติที่ 9 Happy Work-life (การงานดี) หมายถึง การที่บุคคลมีความสบายใจใน ที่ทำงาน มีความรัก ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในองค์กร มีความมั่นใจในอาชีพรายได้ และ มีความพึงพอใจกับความก้าวหน้าของตนเองในองค์กร

มิตินี้ มี 15 ตัวชี้วัด คือ สุขภาพ ต่อสภาพแวดล้อมในองค์กร การได้รับการดูแล ด้านสุขภาพ ความพึงพอใจต่อสวัสดิการ การได้รับการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน ความเหมาะสมของการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งความมั่นคงในอาชีพ ความเสี่ยงจากการทำงาน การลาออกจากงาน การเปลี่ยนสถานที่ทำงาน การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ความถูกต้องของ การจ่ายค่าจ้าง ความตรงเวลาของการจ่ายค่าจ้าง และการทำงานอย่างมีความสุข

2.5 ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness: GNH)

แนวคิดการวัดจีเอ็นเอชนั้น ริเริ่มโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ซิงเย วังชุก รัชกาลที่ 4 แห่งราชอาณาจักรภูฏาน เมื่อ พ.ศ. 2515 โดยพระองค์มีดำริว่าแนวคิดจีดีพีอาจไม่ได้สะท้อนความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน จึงรับสั่งให้ออกแบบดัชนีชี้วัดใหม่ตามกฎหมายเก่าแก่ของภูฏานที่ว่า “หากรัฐบาลไม่สามารถสร้างความสุขให้กับประชาชนได้รัฐบาลก็ไม่มีหน้าที่ที่จะต้องดำรงอยู่” (Suriyankietkaew,&Kim,2017).

หน้าตาของความสุขตามนิยามประเทศภูฏาน อ้างอิงจากแบบสำรวจความคิดเห็นจีเอ็นเอชล่าสุดซึ่งเผยแพร่เมื่อ พ.ศ. 2557 ความสุขจะมีทั้งหมด 9 ด้านประกอบด้วย สุขภาพใจ (Psychological wellbeing) สุขภาพ (Health) การใช้เวลา (Time use) การศึกษา (Education) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลง (Cultural diversity and resilience) ธรรมภิบาล (Good Governance) สุขภาพชุมชน (Community vitality) ความหลากหลายทางนิเวศและความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลง (Ecological diversity and resilience) มาตรฐานการดำรงชีพ (Living standard) โดยทั้ง 9 ด้านนี้จะมีตัวชี้วัด 33 ตัวชี้วัด ซึ่งจะคำนวณจากแบบสอบถาม 148 คำถาม (รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์ 2019)

ตารางแสดงความสุข 9 ด้าน 33 ตัวชี้วัด และอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก สำหรับการคำนวณจีเอ็นเอชของประเทศภูฏาน					
องค์ประกอบ	ดัชนีชี้วัด	เฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	องค์ประกอบ	ดัชนีชี้วัด	เฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
สุขภาพใจ	ความพึงพอใจในชีวิต	33%	การใช้เวลา	ทำงาน	50%
	อารมณ์ทางบวก	17%		นอนหลับ	50%
	อารมณ์ทางลบ	17%	ธรรมาภิบาล	การมีส่วนร่วมทางการเมือง	40%
	จิตวิญญาณ	33%		การให้บริการ	40%
สุขภาพ	ระดับสุขภาพ (รายงานด้วยตนเอง)	10%	ประสิทธิภาพของรัฐบาล	10%	
	วันที่แข็งแรง	30%	สิทธิขั้นพื้นฐาน	10%	
	ความพิการ	30%	สุขภาพชุมชน	การบริจาค (เวลาและเงิน)	30%
	สุขภาพจิต	30%		ความปลอดภัย	30%
การศึกษา	การอ่านออกเขียนได้	30%	ความสับสนในชุมชน	20%	
	การศึกษาตามหลักสูตร	30%	ครอบครัว	20%	
	ความรู้	20%	ความหลากหลายทางนิเวศและ รับมือการเปลี่ยนแปลง	ความเสียหายจากสัตว์ป่า	40%
	คุณค่า	20%		ปัญหาเกี่ยวกับเมือง	40%
ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ ความสามารถในการ รับมือการเปลี่ยนแปลง	ทักษะประจํางานมีนือ 13 ด้าน	30%	ความสามารถในการ รับมือการเปลี่ยนแปลง	10%	
	การมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม	30%	ปัญหาจากระบบนิเวศ	10%	
	ทักษะการพูดภาษาท้องถิ่น	20%	มาตรฐานการดำรงชีพ	รายได้ต่อหัว	33%
	มารยาททางสังคม	20%		สินทรัพย์	33%
			ที่อยู่อาศัย	33%	

รูปที่ 2.1 ความสุข 9 ด้าน 33 ตัวชี้วัด และอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสำหรับการคำนวณจีเอ็นเอชของประเทศภูฏาน

อ้างอิงข้อมูลจาก Towards a News Development Paradigm: Critical Analysis of Gross National Happiness

(ภาพ: ชลเพชร ศรี้อยศรี 2019)

องค์ประกอบแรกของ GNH เป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปซึ่งการพัฒนาของทุก ๆ ประเทศต้องคำนึงถึง ได้แก่

1. มาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living)
2. สุขภาพ (Health)
3. การศึกษา (Education)

4. ธรรมาภิบาล (Good governance) เป็นการตั้งเป้าหมายในการพัฒนาและทำให้ประชาชนเข้าถึงบริการสาธารณสุข การศึกษา มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงการส่งเสริมธรรมาภิบาลในสังคมและการบริหารประเทศ

5. การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) ภูฏานมีกฎหมายที่รุนแรงห้ามการตัดไม้ทำลายป่าและแหล่งน้ำ ต้องการให้รักษาพื้นที่ไว้ที่ไม่ต่ำกว่า 60% ให้ธรรมชาติมีความหลากหลายและให้คนอยู่ร่วมกับธรรมชาติ

6. การรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมิกาน (Cultural diversity and resilience) จะส่งเสริมการส่งต่อจากรุ่นต่อรุ่นเพื่อดำรงคุณค่า วัฒนธรรมต่าง ๆ ไว้ เช่น การแต่งกาย อาหาร

7. สุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological Well-Being) ภูมิกานต้องการให้ประชากรมีความเป็นอยู่ที่ดีในแง่ของจิตใจด้วย เช่น มีการฝึกจิต การฝึกสมาธิ ลดความเครียด

8. พลังชุมชน (Community vitality) ภูมิกาน ต้องการให้ชุมชนของเขาเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีชีวิตชีวา คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดี เป็นเพื่อนบ้านที่ช่วยเหลือไว้ใจกันได้ มีกิจกรรมร่วมกันในชุมชน และ

9. การบริหารเวลาและความสุข (Time use and happiness) ภูมิกานสอนให้คนของเขาแบ่งเวลาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนละ 8 ชั่วโมง คือ ทำงาน พักผ่อนและทำกิจกรรม และพยายามให้ทุกคนบริหารจัดการเวลาให้ดีที่สุด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทบทวนวรรณกรรม

เรื่องสุขภาวะที่ดีและการมีความสุขภายในองค์กรนั้น ได้มีงานวิจัย และนักวิชาการหลายท่านที่ทำการศึกษาค้นคว้าเป็นจำนวนมาก จึงปรากฏแนวคิดและทฤษฎีเรื่อง สุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร ที่แตกต่างกันออกไป ตามความสนใจและมุมมองของแต่ละท่าน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมเนื้อหาต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ณัฐนิชา ลีศิริรัตน์ชัย (2561)	ศึกษาปัจจัยการ พัฒนาองค์กร อย่างยั่งยืนที่มีผล ต่อความพึงพอใจ ของ พนักงาน และความสำเร็จ ของ องค์กรที่ รับรู้ได้ตาม แนวคิด Honeybee Leadership	พนักงานที่ ทำงานอยู่ใน ธุรกิจค้าปลีก ขนาดใหญ่แห่ง หนึ่งจำนวน 323 คน	ตามแนวคิด Honeybee Leadership มี 2 ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจ ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ได้แก่ความไว้วางใจและ การพัฒนาบุคลากร ในขณะที่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมี ความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับ ความพึงพอใจของพนักงานและ พบว่า มี 5 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ ได้ ได้แก่ความไว้วางใจคุณภาพ ของงานการมีหลักจริยธรรมและ ธรรมมาภิบาลในองค์กรการ แบ่งปันความรู้และรักษา องค์กร และด้านวัฒนธรรมองค์กร	งานวิจัย เชิง ปริมาณ
อัครเดช ไม้จันทร์ (2560)	ปัจจัยที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน ของพนักงาน กลุ่ม อุตสาหกรรม ในจังหวัด สงขลา	พนักงานใน บริษัทกลุ่ม อุตสาหกรรม 110 คน	ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของ พนักงานกลุ่ม ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ความสัมพันธ์กับบุคคลในที่ ทำงาน	การวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
พรรณภรณ์ จอมเมือง (2561)	การศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานตามแนวความคิด Honeybee Leadership	พนักงานในบริษัทไพรเวทเบงกิ้งจำนวน 246 คน	ปัจจัยตามแนวความคิด Honeybee Leadership มี 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การมีธรรมาภิบาลการมีมุมมองในระยะยาว การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและมีนวัตกรรม โดยปัจจัยด้านมุมมองในระยะยาว สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของพนักงานได้มากที่สุด	งานวิจัยเชิงปริมาณ
ยุวรรณดา สังขะวาทีน (2557)	ทัศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศการทำงานที่สนุกสนาน ความพึงพอใจ การเป็นสมาชิกที่ดี ความผูกพันต่อองค์กร และความผูกพันในงาน	ประชากรเป็นผู้ที่อยู่ในช่วง 13-33 ปี ที่เคยผ่านการทำงานมาแล้ว และมีประสบการณ์จากการทำงานที่รับรู้ถึงบรรยากาศขององค์กรจำนวน 397 ชุด	ผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศการทำงานที่สนุกสนานนั้น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการทำงาน	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
เกษร เรืองแก้ว (2553)	เรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสุขในการทำงานของพนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างสรรค์สุขภาพ	เพศหญิง มีอายุ 31-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท ทำงานในตำแหน่งนักวิชาการเป็นลูกจ้างประจำและมีอายุงาน 3-4 ปี	ปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจและความสุขในการทำงานแตกต่างกัน คือ ระดับการศึกษาของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านงานไม่มีผลต่อ ความพึงพอใจและความสุขในการทำงาน ปัจจัยองค์ประกอบของระดับความสุขในการ ทำงานเกือบทุกด้าน(ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านสวัสดิการสิทธิขั้นพื้นฐานที่องค์กรจัดให้ ด้านค่าจ้างเงินเดือนค่าตอบแทน ด้านความสัมพันธ์ทางด้านสังคมภายในหน่วยงาน ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านการมีโอกาสนในความก้าวหน้าและความมั่นคงในการ ทำงานด้านสุขภาพ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตด้านส่วนตัวอื่น ๆ)มีผลต่อความแตกต่างของระดับความสุขของพนักงาน ยกเว้นความพึงพอใจด้านสวัสดิการสิทธิขั้นพื้นฐานที่องค์กรจัดให้ ไม่ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีความสุขในการ ทำงานแตกต่างกัน	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ประดิษฐ์พงษ์ สร้อยเพชร(2557)	ศึกษาปัจจัย ความผูกพัน ของพนักงาน ต่อองค์กร	พนักงานใน บริษัทแห่งหนึ่ง	ปัจจัยที่มีผลทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ องค์กร(Company) ผู้บริหาร(Manager) เพื่อนร่วมงาน (Work Group) ลักษณะงาน (The Job) ความก้าวหน้าในสายงาน หรือสายอาชีพ (Career/Profession) ลูกค้า(Customer)	งานวิจัย เชิง ปริมาณ
อัจฉิมา บำเพ็ญบุญ (2559)	ปัจจัยที่มีผล ต่อความพึง พอใจในการ ปฏิบัติงาน ของพนักงาน กลุ่ม Gen Y	พนักงานเอกชน และรัฐบาลใน เขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน (กลุ่มผู้บริ โภคที่ เกิดระหว่างปี 1981 ถึง 2000)	ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึง พอใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานกลุ่ม Gen Y มาก ที่สุด คือ ปัจจัยโอกาส ความก้าวหน้าซึ่งมี ความสัมพันธ์ในระดับสูง และ น้อยที่สุด คือ ความ สมดุลในชีวิตทำงานและ ชีวิตส่วนตัว	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
จรัญ ชาติัน (2560)	ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานนิคมอุตสาหกรรม บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	พนักงาน นิคมอุตสาหกรรม บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ (1) ด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน (2) ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (3) ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร (4) ด้านการควบคุมบังคับบัญชา (5) ด้านความก้าวหน้า (6) ด้านความมั่นคงในงาน (7) ด้านสถานะของอาชีพ (8) ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว (9) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (10) ด้านการได้รับการยกย่อง (11) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ (12) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (13) ด้านความรับผิดชอบ	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Phanchai Menchai (2018)	Developing and Monitoring Measurement Tools of Workplace Happiness for university personnel	พนักงานมหาวิทยาลัย สวนดุสิตสายวิชาการ จำนวน 35 คน และสายสนับสนุน จำนวน 35 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 70 คน	ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน 2) ด้านภาวะผู้นำและวัฒนธรรมในองค์กร 3) ด้านค่าตอบแทน สวัสดิการและความโปร่งใส 4) ด้านโอกาส แลความก้าวหน้าในอาชีพ 5) ด้านการสื่อสารในองค์กร มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา อยู่ระหว่าง 0.600-1.000 มีค่าความเที่ยงของแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.906-0.961 ผลการตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า โมเดลความสุขในการทำงานของ บุคลากรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-Square = 7.937, df = 4, p-value = 0.093 TLI = 0.968, SRMR = 0.018, RMSEA = 0.119	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ชนาภา แสงทา (2558)	ปัจจัยในการรับรู้ความสุขในการทำงานของพนักงาน	พนักงานในองค์กรบริษัทค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแห่งหนึ่ง	(1) พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงาน แตกต่างกันมีความสุขในองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) พนักงานที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความสุขในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	การวิจัยเชิงปริมาณ
พีชณัฐ เรืองฉาย (2561)	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินแห่งหนึ่ง	พบว่าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพึงพอใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด และพบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และปัจจัยด้านความพึงพอใจ ในการจัดการทรัพยากร มนุษย์ขององค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	การวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ศิรินภัส นพธนา วัฒน์ (2562)	ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของ พนักงานสังกัด สำนักงานใหญ่ บริษัทผู้ผลิตและ ส่งออกเครื่องดื่ม ชูกำลังแห่งหนึ่ง ใน กรุงเทพมหานคร	พนักงานสังกัด สำนักงานใหญ่ บริษัทผู้ผลิตและ ส่งออกเครื่องดื่ม ชูกำลังแห่งหนึ่ง ใน กรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่าง 208 คน	พบว่าปัจจัยด้านลักษณะ งาน ปัจจัยด้าน ประสบการณ์ในการ ทำงาน และ ปัจจัยด้าน การบริหารองค์กร มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความ ผูกพันต่อองค์กรอย่างมี นัยสำคัญ	งานวิจัย เชิง ปริมาณ
ชลลดา กังกายะ (2560)	การศึกษาภาวะ ผู้นำอย่างยั่งยืน ขององค์กร ให้บริการด้าน สุขภาพ	สัมภาษณ์ พนักงาน โรงพยาบาล กรุงเทพจำนวน 13 คน ตั้งแต่ ระดับบริหารไป จนถึงพนักงาน ทั่วไป	พบว่าหลักการจัดการ ของโรงพยาบาลกรุงเทพ สอดคล้องเหมือนกับ แนวคิด Honey bee ใน ระดับสูง จำนวน 17 ข้อ และระดับปานกลาง จำนวน 5 ข้อ อีก 1 ข้อ ไม่พบในหลักปฏิบัติ ของโรงพยาบาลกรุงเทพ	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
วีระวัฒน์ ทองป่อง (2558)	การศึกษา แนวทางการ พัฒนาความพึง พอใจในการ ทำงานของ พนักงาน: กรณีศึกษา องค์กร ผู้ประกอบการโล จิสติกส์	พนักงานองค์กร ผู้ประกอบการโล จิสติกส์จากกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็น พนักงานระดับ เจ้าหน้าที่ ปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่อาวุโส หัวหน้าแผนก ผู้จัดการส่วน ผู้จัดการฝ่าย จำนวน 225 คน	พบว่าปัจจัยทั้งหมด 43 ปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้าน บุคคล ปัจจัยด้านงาน ปัจจัยด้านการจัดการ และ ปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กร ในงานวิจัยนี้ล้วนมีผล ต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงานใน ลักษณะที่แตกต่างกัน	งานวิจัย เชิง ปริมาณ
ลลิตา พรรณพนา วัลย์ (2560)	ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อ ความผูกพันของ พนักงานเจเนอ เรชั่นวาย ต่อ โรงแรมแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร	พนักงานเจเนอ เรชั่นวายที่ ทำงาน โรงแรม แห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 118 ชุด	1.ปัจจัยด้านลักษณะงาน ที่ปฏิบัติโดยรวมใน ระดับปานกลาง 2.ปัจจัยด้าน ประสบการณ์ในการ ทำงานโดยรวมใน ระดับสูง	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Kanokwan Wongwiboonsat (2015)	Sustainable leadership in rice mill industry in thailand	พนักงานในอุตสาหกรรมโรงสีข้าว จำนวน 50 คน	มีความสัมพันธ์ 19 ปัจจัยในการส่งผลให้ธุรกิจยั่งยืน ได้แก่ แรงงานสัมพันธ์, การรักษาพนักงาน, คนค่านิยม, ทีมชั้นนำของ CEO, จริยธรรม, ระยะเวลา, การเปลี่ยนแปลงองค์กร, ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม, ความรับผิดชอบต่อสังคม, ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, วิสัยทัศน์, การตัดสินใจ, การจัดการตนเอง, วัฒนธรรม, การถ่ายทอดความรู้, ความไว้วางใจ, นวัตกรรม, พนักงานที่มีส่วนร่วม และคุณภาพ	งานวิจัยเชิงปริมาณ
Suparak Suriyankietkaew, Gayle Avery (2014)	Employee satisfaction and sustainable leadership practices in Thai SMSs	พนักงาน 1,152 คนในบริษัท SME ของประเทศไทย	พบว่าหลักปฏิบัติขององค์กรที่ยั่งยืนของ Avery มีความสอดคล้องกับความพึงพอใจของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ และมีข้อปฏิบัติที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของพนักงานคือสภาวะการเงินของตลาด การบริหารจัดการตนเอง และการรับผิดชอบต่อสังคม โดยความผูกพันของพนักงานส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุด	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Suparak Suriyankietkaew (2016)	Effect of Sustainable leadership on customer satisfaction: evidence from Thailand	ผู้จัดการจำนวน 440 คนในธุรกิจ SME ของประเทศไทย	พบว่าหลักปฏิบัติขององค์กรที่ยั่งยืนของ Avery จำนวน 16 ข้อ จาก 23 ข้อ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยหลักการจัดการที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การมีวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ชัดเจน การให้ความสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรม การผูกพันของพนักงาน และการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ	งานวิจัยเชิงปริมาณ
มณี เพชรเบญจกุล (2557)	ปัจจัยที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Generation Y	กลุ่มแรงงาน Generation Y อยู่ในช่วงอายุระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543 ที่มีอายุงานต่ำกว่า 3 ปี และกำลังต้องการเปลี่ยนงาน ที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 13 คน	ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มแรงงาน Generation Y ให้ความสำคัญกับลักษณะงานมาเป็นอันดับแรก อันดับรองลงมาเป็นเรื่องความสัมพันธ์ในองค์กร และอันดับที่สามคือ เรื่องรายได้ คนกลุ่มนี้ยินดีที่จะรับเงินเดือนที่น้อยลง เพื่อมีเวลาส่วนตัวมากขึ้น ส่วนปัจจัยอื่นที่สร้างความผูกพันต่อองค์กร คือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, สวัสดิการต่างๆ โครงสร้างองค์กร และอื่นๆ	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Sooksan Kantabutra, Suparak Suriyankietkaew (2013)	Sustainable leadership: Rhineland practice at a Thai small enterprise	เก็บข้อมูล โดยการ สัมภาษณ์เชิง โครงสร้าง การสืบค้น ข้อมูลจาก เอกสารต่าง ๆ และการ สังเกตแบบ ไม่มีส่วนร่วม โดยการ สัมภาษณ์นั้น กลุ่มตัวอย่าง จะเป็นผู้มี ส่วนได้ส่วน เสียกับธุรกิจ คือ เจ้าของ กิจการ พนักงานที่ อาวุโส ลูกค้า และ คนที่ อาศัยชุมชน ใกล้เคียง	หลักในการจัดการธุรกิจของ บริษัท Sa Paper นั้น สอดคล้องกับหลักปฏิบัติ ของ Avery จำนวน 14 ข้อ จาก 19 ข้อ สอดคล้องใน ระดับมากจำนวน 10 ข้อ และ อีก 4 ข้อนั้นสอดคล้อง ในระดับกลาง โดยการ บริหารจัดการของบริษัท มุ่งเน้นการทำธุรกิจแบบ ระยะเวลาไม่เน้นการสร้างผล กำไรในระยะสั้น บริษัทเน้น การพัฒนาบุคลากร และ ไม่ มีการไล่พนักงานออกในช่วง วิกฤตและบริษัทยังมี วัฒนธรรมองค์กรที่ แข็งแกร่ง	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ศุภรภา สุนทร อดิษฐ์ (2559)	การศึกษาความ ยั่งยืนของ ธุรกิจ ครอบครัวโดย การ ประยุกต์ใช้ ปรัชญา เศรษฐกิจ พอเพียง	สัมภาษณ์เชิง ลึกทายาท หรือเจ้าของ ธุรกิจ ครอบครัว ด้านวัสดุ ก่อสร้าง จำนวน 5 ราย	พบว่าความยั่งยืนของธุรกิจ ครอบครัวนั้นมองประกอบ หลายด้าน ได้แก่ ด้าน ภูมิคุ้มกันด้านเศรษฐกิจหรือ สังคม ด้านความสัมพันธ์ของ คนในครอบครัว ด้าน โครงสร้างการบริหารงาน ด้านความเร็วในการปรับตัว และ ด้านการมีบรรษัทภิบาล	งานวิจัย เชิง ปริมาณ
พงษ์เกียรติ แซ่ลิ้ม (2560)	Sustainable Leadership: กรณีศึกษา เรื่องภาวะผู้นำ ยั่งยืนกับธุรกิจ ครอบครัว ขนาดเล็กใน อุตสาหกรรม แป้งมัน สำปะหลัง	เจ้าของธุรกิจ ครอบครัว ขนาดเล็กใน อุตสาหกรรม แป้งมัน สำปะหลัง จำนวน 10 คน	พบว่าบริษัทให้ความสำคัญ ในเรื่องของผู้คน โดยบุคลากร จะต้องได้รับการปฏิบัติที่ เหมาะสม มีการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สร้าง ความรู้สึกไว้วางใจ ผูกพัน เป็นพี่น้องกัน รวมถึงให้ ความสำคัญกับกระบวนการ ทำงานสร้างทีมเวิร์ค และ คุณภาพของสินค้า	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ภรพรรณ จิระถาวร ฤกษ์ (2560)	การศึกษา ปัจจัยที่ทำให้ องค์กรอยู่อย่าง ยั่งยืนในธุรกิจ การให้บริการ ขยายตลาด ตามแนวคิด Honeybee Leadership	พนักงานที่ ทำงานอยู่ใน ธุรกิจ ให้บริการ ขยายตลาด จำนวน 247 คน	มีความสัมพันธ์ 13 ปัจจัย คือ การให้คุณค่าของพนักงาน การมีหลักจริยธรรมและธรรม มาภิบาลในองค์กร การ วางแผนการดำเนินการของ องค์กรในระยะยาว การ เปลี่ยนแปลงองค์กรอย่าง นุ่มนวล การมีความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และ สังคม การสร้างเครือข่าย ในองค์กร การแบ่งปันความรู้ และรักษาวัฒนธรรมองค์กร ความไว้วางใจแก่พนักงาน นวัตกรรมพนักงานมีส่วน ร่วมกับองค์กร และ คุณภาพ ของสินค้าและบริการ	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ลภัสสรดา ไวยกิจจา (2562)	การศึกษา ภาวะผู้นำอย่าง ยั่งยืนของ ธุรกิจผู้ผลิต ไฟฟ้าเอกชน รายใหญ่แห่ง หนึ่งใน ประเทศไทย	ทำการศึกษา ภาวะผู้นำ อย่างยั่งยืน ของผู้ผลิต ไฟฟ้าเอกชน รายใหญ่แห่ง หนึ่งใน ประเทศไทย กับ กลุ่ม ตัวอย่าง พนักงานใน ระดับต่างๆ จำนวน 30 คน	พบว่า ธุรกิจผู้ผลิตไฟฟ้า ดำเนินงานตามภาวะผู้นำ อย่างยั่งยืนตามแนวคิดของ Honeybee Leadership ไปสู่ การบริหารงานอย่างยั่งยืน ใน ด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการ พัฒนาบุคลากรการปรับเปลี่ยน ตำแหน่ง การสร้างค่านิยม ให้กับพนักงาน การเตรียม ความพร้อมในการ เปลี่ยนแปลงองค์กร หรือ Organization Change และ วัฒนธรรมองค์กร	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ณشري เอี่ยมสุวรรณค์ (2562)	การศึกษา ปัจจัยการ พัฒนาองค์กร อย่างยั่งยืนที่มี ผลต่อความพึง พอใจและ ความสำเร็จ ขององค์กรที่ รับรู้ได้ของ พนักงาน วิศวกรใน อุตสาหกรรม การผลิตเจเนอ เรชั่น วาย ตาม แนวคิด Sustainable Leadership	พนักงาน วิศวกรใน อุตสาหกรรม การผลิต เจ เนอเรชั่นวาย จำนวน 344 คน	พบว่าการดำเนินธุรกิจ อุตสาหกรรมการผลิต มีความ สอดคล้องกับ แนวคิด Sustainable Leadership ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของพนักงานมี 6 ปัจจัย ได้แก่ ผลประโยชน์ในระยะ ยาว, การสื่อสารวิสัยทัศน์, การสร้างเครือข่ายในองค์กร, ความไว้วางใจ, ความผูกพัน ของพนักงาน และ พฤติกรรม ทางจริยธรรม และ ปัจจัยที่มี ผลต่อผลสำเร็จขององค์กรที่ รับรู้ได้ มี 7 ปัจจัย ได้แก่ พฤติกรรมทางจริยธรรม, ผลประโยชน์ในระยะยาว, การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่าง นุ่มนวล, การตัดสินใจ, ความ ไว้วางใจ, นวัตกรรม และ คุณภาพของงาน	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
วรินทร์ จงมีสุข (2561)	ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ออโตโมบิล จำกัด (มหาชน) (กรุงเทพฯ) ภายหลังการรวมกิจการเข้ากับธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภายหลังการรวมกิจการเข้ากับธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	พนักงานบริษัท ออโตโมบิล จำกัด (มหาชน) (กรุงเทพฯ) ภายหลังการรวมกิจการเข้ากับธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน	พบว่าแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านลักษณะงานอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านความสำเร็จและด้านความรับผิดชอบ ส่วนด้านการได้รับการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนความพึงพอใจในการปฏิบัติการของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือด้านความมั่นคงในอาชีพ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านเงินเดือนและสวัสดิการ โดยสรุปความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
นภัสสร ปันทา (2561)	Sustainable Leadership: กรณีศึกษา ภาวะผู้นำ ยั่งยืนใน อุตสาหกรรม ชี้นส่วนยานยนต์ใน ประเทศไทย	ระดับ ผู้บริหาร ระดับสูง ระดับ ผู้จัดการและ พนักงานของ บริษัทผู้ส่งมอบชิ้นส่วน ยานยนต์ใน ประเทศไทย รวมทั้งหมด 15 คน	พบว่าภาวะผู้นำยั่งยืน 16 ปัจจัยอยู่ในระดับหลักฐาน สอดคล้องกับแนวคิดมาก (Most Evident) มี 6 ปัจจัยอยู่ในหลักฐานสอดคล้องกับ แนวคิดปานกลาง (Moderate Evident) และมี 1 ปัจจัยที่มี หลักฐานสอดคล้องกับ แนวคิดน้อยหรือไม่มีเลย (Least Evident) โดยสรุป อุตสาหกรรมยานชิ้นส่วนยานยนต์มีการใช้ภาวะผู้นำเพื่อที่ นำไปสู่ความยั่งยืนซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิด Honeybee Leadership	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
เพ็ญแข หัสดีวิจิตร (2557)	บทบาทของ HR กับการปรับตัวของพนักงานหลังการซื้อและควบรวมกิจการ วิทยาลัยศึกษา บริษัท คลาเรียนท์ (ประเทศไทย) จำกัด	พนักงานบริษัท คลาเรียนท์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 18 คน	พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน (เช่น ระดับการศึกษา เงินเดือน อายุงาน และสถานภาพ) ส่งผลต่อพฤติกรรมการปรับตัวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน โดยพนักงานเกือบทุกคนสามารถปรับตัวได้ใน 3 ด้าน คือ ด้านการยอมรับ การให้ความสนับสนุน และความพึงพอใจ โดยบทบาทของ HR ส่งผลต่อการปรับตัวของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของค่าตอบแทนและสวัสดิการ การปรับเปลี่ยนเวลาทำงาน การจัดหาอาหารกลางวันให้รับประทานฟรี รวมถึงสิทธิประโยชน์อื่นๆที่พนักงานได้รับเพิ่มขึ้น เช่น ค่าเดินทางหรือรถรับส่ง รวมถึงการช่วยเหลือจัดหาที่พักให้พนักงาน หาโรงเรียนให้บุตร	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
ภัทรพร ตีทขาว, วรพงษ์ จันยังยืน (2020)	รูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	พนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 20 คน	พบว่าแนวคิดผู้นำแบบมุ่งคนและผู้นำแบบมุ่งงาน ผู้นำที่มีการตรวจสอบการทำงานของพนักงานอย่างเคร่งครัดมีผลดี เพราะสามารถทำให้พนักงานทุกคนทำงานได้อย่างเท่าเทียมกัน และไม่เกี่ยงกันทำงาน ส่วนรูปแบบผู้นำแบบมุ่งงานและแบบมุ่งคนแต่ไม่เน้นการบังคับใช้ ไปมุ่งเน้นที่ความสามัคคี ตามความต้องการพื้นฐาน เช่น ความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม การยกย่องและการประสบความสำเร็จสูงสุด เพราะ ต้องการความมั่นคงในการทำงาน และต้องการผู้นำที่ให้ความช่วยเหลือให้สามารถทำงานไปด้วยกันได้ ประสบความสำเร็จสูงสุด	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
เจนพจน์ ข่ายม่าน (2562)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ทำงานในอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	พนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ทำงานในอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 408 คน	วิจัยพบว่าบุคลิกภาพเชิงรุก ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป มโนธรรม และ ความหลากหลายของทักษะและความสำคัญของงานมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความชัดเจนของงาน ความมีอิสระในการตัดสินใจงาน การได้รับข้อมูลย้อนกลับ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ทำงานในอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Tabassum Ali (2020)	Factors affecting the consumers' willingness to pay for health and wellness food products	จากการสำรวจผู้บริโภคตอบแบบสอบถาม 218 คน	การวิเคราะห์พบว่า 44% ของผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มโดยเฉลี่ย 9% เพื่อสุขภาพและอาหารเพื่อสุขภาพที่ต้องการ ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทางประชากรที่สำคัญที่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อความเต็มใจของผู้บริโภคในการจ่ายเงินสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพคือรายได้และการศึกษา จิตสำนึกด้านสุขภาพ เป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะซื้อ รองลงมาคือคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทัศนคติ บรรจุกภัณฑ์ ราคา และผู้บริโภคมองหาความสะดวกในการซื้อของ และได้รับอิทธิพลจากข้อเสนอทางการตลาดและความช่วยเหลือด้านการขายในร้านน้อยลง ในขณะที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและความงาม การศึกษานี้ให้ข้อมูลเชิงลึกในทางปฏิบัติแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ และช่วยในการทำแผนที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและสุขภาพ	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Antony King, FungWong (2021)	How the COVID-19 pandemic affected hotel Employee stress	ผู้ตอบ แบบสอบถาม คือพนักงาน โรงแรม 758 คนใน สหรัฐอเมริกา	ผลการวิจัยพบว่า แรงกดดัน จากการทำงานหลังการระบาดของ ของโรคระบาดใหญ่ ประกอบด้วยสามส่วน ได้แก่ แรงกดดันจากงาน โรงแรมแบบ ดั้งเดิม ความเครียดจาก สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความเครียดที่เกิดจากการ ปฏิบัติงานในโรงแรมที่ผิด จรรยาบรรณ ผลกระทบของ แรงกดดันเหล่านี้แตกต่างจาก สมมติฐานที่ว่าแรงกดดันจาก งาน โรงแรมแบบดั้งเดิมส่งผล ต่อความพึงพอใจในงานและ ความมุ่งมั่นขององค์กร ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจ ในงานและความมุ่งมั่นของ องค์กรอธิบายประสิทธิภาพ งาน ความเป็นอยู่ที่ดี และ พฤติกรรมทางสังคมอย่างมี นัยสำคัญ แต่ไม่ได้มีอิทธิพล อย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจ ในการหมุนเวียน การรับรู้ก่อน เกิดโรคระบาดของพนักงาน โรงแรมเกี่ยวกับความเครียด จากการทำงานและผลที่ตามมา ก็แตกต่างอย่างมากจากการรับรู้ ของพวกเขาหลังจากการระบาด ใหญ่ออกไป	งานวิจัย เชิง ปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
WanYim King Penny (2013)	Casino employees' perceptions of their quality of work life	พนักงาน คาสิโน 40 คน (รวมถึง ดีลเลอร์ หัวหน้างาน และผู้จัดการ) จากคาสิโน หลักหกแห่ง ในมาเก๊า	การวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลให้ผลสัมฤทธิ์ของ QWL ที่พนักงานคาสิโนถือว่าเป็นโครงสร้างที่สำคัญ: ลักษณะงาน นโยบายทรัพยากรบุคคล ความสัมพันธ์ของกลุ่มงาน และสภาพแวดล้อมการทำงานทางกายภาพ มิติทั้งสี่ และ 17 คุณลักษณะที่ระบุในการศึกษานี้สามารถช่วยให้ผู้ปฏิบัติงาน HR พัฒนากลยุทธ์เพื่อปรับปรุง QWL ของพนักงานคาสิโนในขณะที่ลดอัตราการหมุนเวียนที่สูงของอุตสาหกรรม	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
AlinaBotezat (2017)	Austerity plan announcements and the impact on the employees' wellbeing	การใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจ Eurobarometer และแบบสำรวจคุณภาพชีวิตของยุโรป	ผลลัพธ์ของเราเปิดเผยว่าการประกาศมาตรการรัดเข็มขัดเพียงอย่างเดียวทำให้ความพึงพอใจในชีวิตโดยรวมลดลงในหมู่ผู้ที่ทำงานในภาครัฐ เรายังแสดงให้เห็นด้วยว่าผู้ชายโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่แต่งงานแล้ว ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการประกาศลดค่าจ้างจำนวนมาก ตรงกันข้ามกับการวิจัยก่อนหน้านี้ เราพบว่าพนักงานภาครัฐที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการสื่อสารนโยบายนี้มากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือประถมศึกษาเท่านั้น ผลลัพธ์ของเรายังชี้ให้เห็นว่าผลกระทบด้านลบของการประกาศนั้นไม่คงอยู่ตลอดไป	งานวิจัยเชิงปริมาณ

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ชื่อเรื่องงานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย	รูปแบบการวิจัย
Barbara Bergbom (2014)	Immigrants and host nationals at work: Associations of co-worker relations with employee well-being	ผู้เข้าร่วมประกอบด้วยผู้อพยพ จำนวน 164 คน และพนักงาน ระดับประเทศ จำนวน 186 คน ในบริษัทขนส่ง (ในฟินแลนด์)	ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานถูกวัดด้วยคะแนนความสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ในเชิงบวกในวงกว้างและความถี่ของความสัมพันธ์ตลอดจนความปรารถนาที่จะโต้ตอบกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานที่กำหนดไว้ ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ทุกประเภทมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผาสุกทางจิตใจและความพึงพอใจในงาน อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานระหว่างเจ้าบ้านกับผู้ย้ายถิ่นฐานมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับความพึงพอใจในงานมากกว่าความสัมพันธ์ระหว่างคนเหล่านี้กับเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ ดังนั้นควรให้ความสนใจกับการส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างเพื่อนร่วมงานระหว่างวัฒนธรรม เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อผู้อพยพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในระดับชาติ โดยเฉพาะความพอใจในการทำงาน	งานวิจัยเชิงปริมาณ

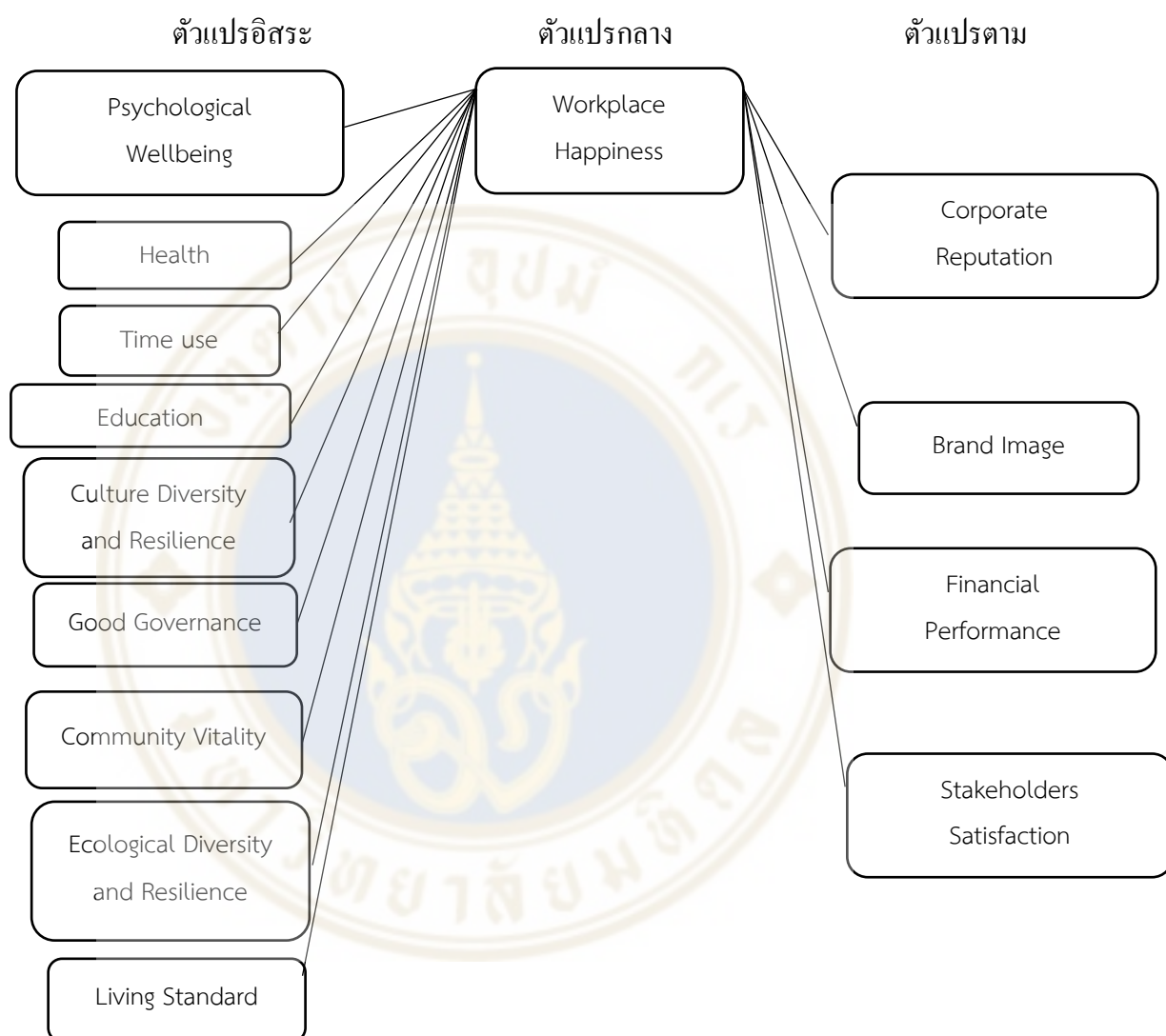
องค์กรที่ได้เปรียบคู่แข่งขั้นจะต้องมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพทั้งในด้านความรู้ ความสามารถและที่สำคัญจะต้องมีความจงรักภักดีกับองค์กรเพื่อที่จะเพิ่มผลผลิตขององค์กรและ ขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

ในปัจจุบันองค์กรหลายๆแห่งจึงพยายามหาแนวทางในการสร้างสุขภาวะที่ดีและ ความสุขภายในองค์กร ซึ่งพบว่าการสร้างความสุขในการทำงาน เป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญและส่งผล ต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรได้ ผลจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้สภาพแวดล้อม เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวและนาแนวคิดของการสร้างความสุข ในการทำงาน มาใช้เป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศ ในปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวจึงมีหลายๆองค์กร ได้นำไปปรับใช้หากองค์กรสามารถทราบปัจจัยในการสร้าง สุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร ได้อย่างมีความสุขและส่งผลให้เกิด ความผูกพันต่อองค์กรได้ จะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรใน การปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการ บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตต่อไป



กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ตามแนวคิด Gross National Happiness มาใช้ในการศึกษาดังภาพ



รูปที่ 2.2 ความสุข 9 ด้าน 33 ตัวชี้วัด และอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสำหรับการคำนวณจีเอ็นไอของประเทศภูฏาน

สมมุติฐานที่ใช้ในงานวิจัย

จากรูปที่ 2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย สามารถอธิบายสมมุติฐานออกมาได้ดังนี้

1. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H1: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H4: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H5: ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H6: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H7: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H8: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

H9: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

2. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H10: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H13: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H14: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H15: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H16: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H17: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

H18: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

3. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H19: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H22: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H23: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H24: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H25: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H26: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

H27: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

4. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction)

H28: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H31: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H32: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H33: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H34: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

H36: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของ (ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว 2021) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในธุรกิจโทรคมนาคมเพื่อให้การวิจัยตรงตามวัตถุประสงค์โดยมีขอบเขตและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

- 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 กระบวนการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

งานวิจัยนี้ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลางของ MU-CIRB เลขที่อนุมัติ COE No.MU-CIRB 2022/109.2206

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยในการศึกษาการวิจัยมีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนามาวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานที่ทำงานอยู่ใน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 140 คน โดยเก็บรวบรวมตั้งแต่วันที่ โดยการใ้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้นำประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SmartPLS

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ใน บริษัท โทรคอมฯ แห่งหนึ่งในประเทศไทยซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมุติฐาน และการวิเคราะห์ ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่คำนวณ ได้จากการกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ Joseph F Hair, et al. (2010) ที่ได้กล่าวไว้ว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์ พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 10-20 เท่าของดัชนีชี้วัด โดยในงานวิจัยนี้มีตัวแปรชี้วัด 14 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมี 140 ตัวอย่างและงานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 ตัวอย่าง เพื่อใช้ไม่ให้มีอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ

3.3 ระยะเวลาในการทำวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการจัดเก็บข้อมูลขั้นปฐมภูมิจากการเก็บตัวอย่างโดยการแจก แบบสอบถามใช้ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่ง สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) “แบบสอบถามนี้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยลิขสิทธิ์ของ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว ห้ามดัดแปลง และนำข้อคำถามหรือแบบสอบถามไปใช้หรือเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร” โดย รายละเอียดแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อจำกัดกลุ่มตัวอย่างตามประชากรศาสตร์ และเพื่อคัด กรองกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยจะประกอบไปด้วยคำถามชี้วัดด้านอายุ และจำนวนปีใน การทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบ แบบสอบถามรวม 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อ เดือน โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนาม

กำหนด (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศ และสถานภาพ ข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยจะแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ตามแนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) ซึ่งเป็นแบบสอบถามในมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ โดยตอบใน ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ระดับคะแนน		ความหมาย
ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ	
5 คะแนน	1 คะแนน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	2 คะแนน	เห็นด้วย
3 คะแนน	3 คะแนน	เฉยๆ
2 คะแนน	4 คะแนน	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	5 คะแนน	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) : ตัวแปรคนกลาง (Mediator) ใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการจำแนกคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีการกำหนดเกณฑ์และน้ำหนักคะแนนตามแบบ 5-Point Likert Scale โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร

ระดับคะแนน		ความหมาย
ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ	
5 คะแนน	1 คะแนน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	2 คะแนน	เห็นด้วย
3 คะแนน	3 คะแนน	เฉยๆ
2 คะแนน	4 คะแนน	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	5 คะแนน	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผล (Interpretation) ของค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล มีสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละช่วงและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (พิมพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กรมีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	คำอธิบายสำหรับแปลผล
1.00 – 1.80	ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับเห็นด้วยน้อย
2.61 – 3.40	ระดับเห็นด้วยปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับเห็นด้วยมาก
4.21 – 5.00	ระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามปัจจัยด้านความยั่งยืนขององค์กร : ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการจำแนกคำตอบของผู้ตอบ

แบบสอบถาม โดยมีการกำหนดเกณฑ์ และน้ำหนักคะแนนตามแบบ 5-Point Likert Scale โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความยั่งยืนขององค์กร

ระดับคะแนน		ความหมาย
ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ	
5 คะแนน	1 คะแนน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	2 คะแนน	เห็นด้วย
3 คะแนน	3 คะแนน	เฉยๆ
2 คะแนน	4 คะแนน	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	5 คะแนน	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผล (Interpretation) ของค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล มีสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละช่วงและค่าอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (พิมพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.5 มาตรวัดที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปร (Variable)	จำนวน (ข้อ)
ตัวแปรต้น (Independent Variables)	
คุณภาพชีวิต (Living Standard)	139 ข้อ
การศึกษา (Education)	
สุขภาพ (Health)	
สิ่งแวดล้อม (Environment)	
ความสำคัญของชุมชน (Community Vitality)	
การใช้เวลา (Time Use)	
สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being)	
ธรรมาภิบาล (Good Governance)	
ภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion)	
ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator)	
ความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)	7 ข้อ
ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	
ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	22 ข้อ
ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	
ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction)	

*ดัดแปลงลิขสิทธิ์มาจากแบบสอบถามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว

3.5 กระบวนการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ตามแนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมการเก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตาม ภาคผนวกกและนาข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SmartPLS

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SMART PLS 4.0 และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

การวิเคราะห์ผลทางสถิติสำหรับสมการ โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model) สำหรับโปรแกรม SmartPLS จะเรียกว่า Inner Model PLS ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิด โดยมีขั้นตอนแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมิน โมเดลการวัด (Outer Model Equation) ประกอบไปด้วยการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือวัด การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบความตรงเชิงเหมือนของเครื่องมือวัด และการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัด (Discriminant Validity)

ขั้นตอนที่ 2 การประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Inner Model Evaluation) ประกอบไปด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของสมการทำนายและการทดสอบสมมุติฐาน

3.6.3 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

การประเมิน โมเดลการวัดเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรบ่งชี้ ใน PLS-SEM จะเรียกความสัมพันธ์นี้ว่า โมเดลความสัมพันธ์ภายนอก (Outer Model)

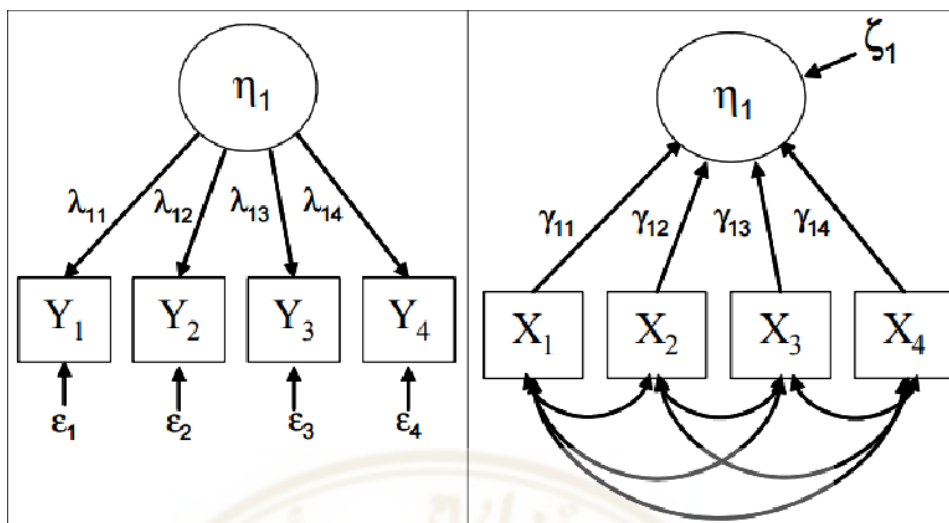
เนื่องจากตัวแปรแฝง (Latent Variable) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรงแต่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variables) โดยที่โมเดลการวัดมีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ โมเดลการวัดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝง ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออธิบายทฤษฎีการวัดแบบรวมตัว (Formative) และการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เพื่อประโยชน์ในการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การตีความและการสรุปผลการศึกษาที่จะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)

ตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) จะเป็นสาเหตุของตัวแปรแฝง และการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรแฝง ดังที่แสดงในรูปที่ 3-3 หรือลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามหรือตัวแปรบ่งชี้จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ได้ถามหรือวัดในเรื่องเดียวกัน (F. Hair Jr, et al., 2014) กล่าวคือ ตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้เป็นสาเหตุหรือก่อให้เกิดตัวแปรแฝงซึ่งมาจากแหล่งที่แตกต่างกันหรือไม่สัมพันธ์กัน จึงไม่สามารถทดแทนกันได้ การตัดตัวแปรบ่งชี้บางส่วนออกไปจะทำให้การสื่อความหมายไม่ตรงตามทฤษฎีหรือขาดความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ตัวอย่างเช่น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของคน ได้แก่ อาชีพ เชื้อชาติ เพศ ศาสนา สมาชิกกลุ่ม งานอดิเรก เป็นต้น สำหรับวิธี PLS-SEM จะเรียกสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่า ค่าน้ำหนักภายนอก (Outer Weight)

3.6.3.2 โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective)

ตัวแปรแฝงมีการเปลี่ยนแปลงจะสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) ดังแสดงในรูปที่ 3-3 รูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ จะต้องมีความสัมพันธ์กันสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือวัดในสิ่งเดียวกัน (Joseph F Hair et al., 2010) ความสัมพันธ์นี้จะใช้เป็นตัววัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ระหว่างตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable) และเมื่อตัวแปรบ่งชี้มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์กันและไปในทิศทางเดียวกัน ตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงถึงจะสามารถใช้แทนกันได้ (Interchangeable) กล่าวคือ เมื่อตัดตัวแปรบ่งชี้บางตัวที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Loading) ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ส่งผลเสียหายต่อความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Konradt, et al., 2006) ความสัมพันธ์จะแทนที่ด้วยลูกศรซึ่งออกจากตัวแปรแฝงบ่งชี้ สำหรับวิธี PLS-SEM จะเรียกสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)



รูปที่ 3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว
ที่มา : Henseler et al. (2009)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและใช้โมเดลวัดแบบสะท้อน (Reflective) เนื่องจากตัวแปรแฝงทั้งหมดไม่สามารถเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่กล่าวไปในข้างต้น ดังนั้นสำหรับโมเดลการวัดสำหรับงานวิจัยนี้จะมีการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด โดยเกณฑ์การทดสอบความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝงในโมเดลการวัดแบบสะท้อน คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามแนวคิดของครอนบัก (Cronbach's Alpha) ค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) และน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings) ส่วนการทดสอบความตรงจะเป็นเหมือนการประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ใน 2 ลักษณะ คือ ความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยมีรายละเอียดสำหรับขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.6.3.3 การทดสอบความเที่ยง (Indicator Reliability)

การทดสอบความเที่ยงเป็นการทดสอบคุณสมบัติของเครื่องมือวัด ซึ่งในการวัดสิ่งที่ต้องการวัดทั้งนี้ในการวัดแต่ละครั้งไม่ว่าจะวัดด้วยจำนวนครั้งเท่าไรก็ตามหรือวัดในสภาพจากสถานการณ์ที่แตกต่างกันผลจากการวัดยังคงเหมือนเดิมโดยทั่วไปแล้วทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือจะใช้การทดสอบด้านค่าสถิติ Cronbach's Alpha แต่สำหรับวิธี PLS-SEM นั้นจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ หรือ Composite Reliability ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้วัด (Hair Jr, et al., 2014) โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ มีข้อสมมุติว่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ที่จะนำมาคำนวณมีค่าความเที่ยงไม่เท่ากัน ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบจึงมีแนวโน้มสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Cronbach's Alpha) ค่านี้จึงเหมาะใน

การประเมินโมเดลในการวัดแบบ PLS-SEM โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ จะมีค่าระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบมีค่าเข้าใกล้ 0.00 หมายความว่าเครื่องมือวัดมีความเที่ยงน้อยหรือไม่มีความเที่ยง และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบมีค่าเข้าใกล้ 1.00 ถือว่าเป็นที่ยอมรับได้ในการทดสอบความเที่ยงของข้อมูล (Joe F Hair, et al., 2011; Joseph F Hair et al., 2010; Joseph F Hair et al., 2013; Hair Jr et al., 2014; Wong, 2013)

3.6.3.4 การทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings)

ใช้สำหรับวัดความเชื่อมั่นระดับตัวแปรที่สังเกตได้ซึ่งได้เป็นค่าที่ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ Hair Jr et al. (2014) แนะนำว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 หากค่าต่ำกว่านี้ควรพิจารณาตัดตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรชี้วัดออก

3.6.3.5 การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)

การทดสอบความตรงของเครื่องมือวัดในแบบสอบถามในความหมายของการวัดจะหมายความว่า ข้อคำถาม (Item) หรือตัวแปรแฝงต่าง ๆ สามารถใช้เป็นตัวแปรบ่งชี้ของ Construct เดียวกันได้เหมือนกัน กล่าวคือ ตัวแปรบ่งชี้ที่แตกต่างกันสร้างมาจากโครงสร้าง (Construct) ที่เหมือนกันหรือมีองค์ประกอบเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ในขณะที่ตัวแปรบ่งชี้ต่างองค์ประกอบกันจะมีคสามสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้สถิติที่ใช้วัดความตรงเชิงเหมือนคือค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract) หรือ AVE โดยค่าสถิติ AVE จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งจะหมายความว่า ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Joseph F Hair et al., 2013)

3.6.3.6 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ความตรงเชิงจำแนก คือ ความความสามารถของเครื่องมือที่มีความสัมพันธ์กันต่ำกว่าเครื่องมือวัดที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ขอบเขตที่ตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงหนึ่งจะต้องแยกขาดกันกับตัววัดของตัวแปรแฝงอื่น โดยสามารถพิจารณาได้ใน 2 ระดับ คือระดับของตัวแปรบ่งชี้หรือข้อคำถามจะต้องเป็นข้อคำถามเพื่อวัดตัวแปรแฝงนั้น ๆ และเมื่อต่างตัวแปรแฝงก็จะต้องถามคนละเรื่อง และในระดับของตัวแปรแฝง ค่าคะแนนจะต้องไม่สัมพันธ์กันมาก สามารถพิจารณาราคความเที่ยงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) และค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

3.6.3.7 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) เป็นการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งแต่ละตัวแปรของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งแต่ละตัวบ่งชี้ควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบกับตัวแปรแฝงที่บ่งชี้เกี่ยวข้องสูงมากกว่า ตัวแปรแฝงอื่น (Henseler and Sarstedt, 2013) โดยค่าน้ำหนักควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งสามารถต่ำกว่านี้ได้แต่จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 (V. S. Lee, et al., 2011) และค่าน้ำหนักควรมีค่าเป็นบวก

3.6.3.8 การประเมินโมเดลภายใน (Inner Model Evaluation)

เมื่อได้ทำการประเมินโมเดลการวัดด้านความเชื่อถือได้แล้ว ความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือแล้วจะต้องดำเนินการประเมินความสัมพันธ์ตามสมมติฐานงานวิจัยหนึ่ง PLS-SEM ต้องการการประเมินผลลัพธ์สุดท้ายเช่นเดียวกับเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุคูณอื่น ๆ แต่จะไม่มีประเมินความสอดคล้องของโมเดลโดยรวม (Goodness-of-Fit) (Chin, 1998; Hair Jr et al., 2014; Henseler and Sarstedt, 2013) โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

3.6.3.9 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant)

ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determinant) หรือ R^2 เป็นตัวบ่งชี้ความแม่นยำของการทำนาย โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยในการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรต้นสามารถอธิบายได้จากสัดส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงภายใน ที่อธิบายด้วยค่าตัวแปรต้น ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R^2 หรือ R-Square โดยที่ R^2 ควรมีค่าสูงหรือไม่นั้นอยู่กับสาขาวิชาที่ศึกษา โดย Hair Jr et al. (2014) ระบุว่า R^2 สำหรับการศึกษาสาขาวิชาด้านการตลาด (Marketing) ด้านการจัดการ (Management) และด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) เท่ากับ 0.75 0.50 และ 0.25 ถือว่ามีค่าสูง ปานกลาง และต่ำตามลำดับ สรุปคือค่า R^2 จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.25 ถึงจะถือว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนในตัวแปรตามได้

3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient; β) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6.4 การทดสอบสมมุติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)

การทดสอบสมมุติฐาน คือ การคำนวณสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model ไม่เป็น 0 (ตัวแปรที่อยู่ต้นลูกศรมีอิทธิพลต่อตัวแปรที่อยู่ปลายลูกศร) และสัมประสิทธิ์ของเส้นทาง Outer Loading ไม่เป็น 0 และเนื่องจาก PLS-SEM จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของ

พารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping ซึ่งกระบวนการ Bootstrapping จะใช้หาช่วงความเชื่อมั่นของการประมาณค่าพารามิเตอร์ หาค่าเฉลี่ยและความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของแต่ละพารามิเตอร์เพื่อใช้วิเคราะห์ผลทางสถิติ (Hair Jr et al., 2014; Helm, et al., 2010; Henseler and Sarstedt, 2013) และใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำข้อมูลที่เก็บเพิ่มได้เพิ่มเติมเพื่อสร้างข้อมูลชุดใหม่ โดยจำนวนชุดที่ได้จากการสุ่มซ้ำโดยทั่วไปจะกำหนดจำนวน 5,000 ชุด (Hair Jr et al., 2014; Wong, 2013)

การทดสอบสมมติฐานด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้นจะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (Two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-value มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติ นั่นคือ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางนั้นสนับสนุนสมมติฐานของงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและการมีความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสุขอันส่งผลต่อความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงาน บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย 2) ศึกษาแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องในด้านสุขภาวะ (Well-being) ที่ดีของพนักงานเพื่อจะรักษาพนักงานที่ดีไว้ให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

การศึกษาวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การประเมินโดยการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)
- 4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามคุณสมบัติการแจกแจงออกมาในรูปแบบ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพนักงานในบริษัทแห่งหนึ่ง จำนวน 140 ราย ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	104	74.3
หญิง	36	25.7
รวม	140	100
2. สถานภาพ		
โสด	133	95
สมรส	7	5
รวม	140	100
3. ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	123	87.9
ปริญญาโท	17	12.1
ปริญญาเอก	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	140	100
4. ระดับพนักงานในองค์กร		
ผู้บริหารระดับสูง	0	0
ผู้บริหารระดับกลาง	6	4.3
ผู้บริหารระดับต้น	30	21.4
พนักงานทั่วไป	102	72.9
นักศึกษาฝึกงาน	1	0.7
พนักงานชั่วคราว	1	0.7
รวม	140	100

ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	34	24.3
20,001-40,000 บาท	76	54.3
40,001-60,000 บาท	29	20.7
60,001-80,000 บาท	1	0.7
80,001 บาท	0	0
รวม	140	100
6. อายุการทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	26	18.6
1-3 ปี	97	69.3
3 ปีขึ้นไป	17	12.1
รวม	140	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติพรรณนาจากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3

ด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีสถานภาพโสด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 95 ที่เหลือเป็นสถานภาพสมรส จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 87.9 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1

ด้านระดับพนักงานในองค์กรของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่คือ พนักงานทั่วไป จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมาคือผู้บริหารระดับต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 น้อยที่สุดคือผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 รายได้ต่อเดือน 60,001-80,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ด้านอายุการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1-3 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคืออายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 อายุการทำงาน 3 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1

4.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร

ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง (n = 140)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี (Well-Being)	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological Wellbeing-PSY)	3.65	0.964	มาก
ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HEA)	3.51	1.029	มาก
ปัจจัยด้านการบริหารเวลาและความสุข (Time use and happiness-TIM)	3.50	1.012	มาก
ปัจจัยด้านการศึกษา (Education-EDU)	3.49	1.041	มาก
ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living-LIV)	3.55	1.145	มาก
ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Goodgovernance-GOO)	3.54	1.096	มาก
ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural diversity and resilience-CUL)	3.45	1.095	มาก
ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community vitality-COM)	3.48	1.11	มาก
ปัจจัยด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience-ENV)	3.42	1.11	มาก

ตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 140)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กร (Workplace Happiness)	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร (Workplace Happiness-WP)	3.76	1.039	มาก
Brand image (BRA)	4.02	0.834	มาก
Corporate reputation (CORP)	3.92	0.928	มาก
Stakeholder satisfaction (STA)	3.86	0.965	มาก
Finance performance (FIN)	3.63	1.188	มาก

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี จากตาราง 4.3 พบว่าในภาพรวมแล้วพนักงานบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร (WP) อยู่ในระดับมาก

ด้าน Brand image (BRA) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ด้าน Corporate reputation (CORP) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

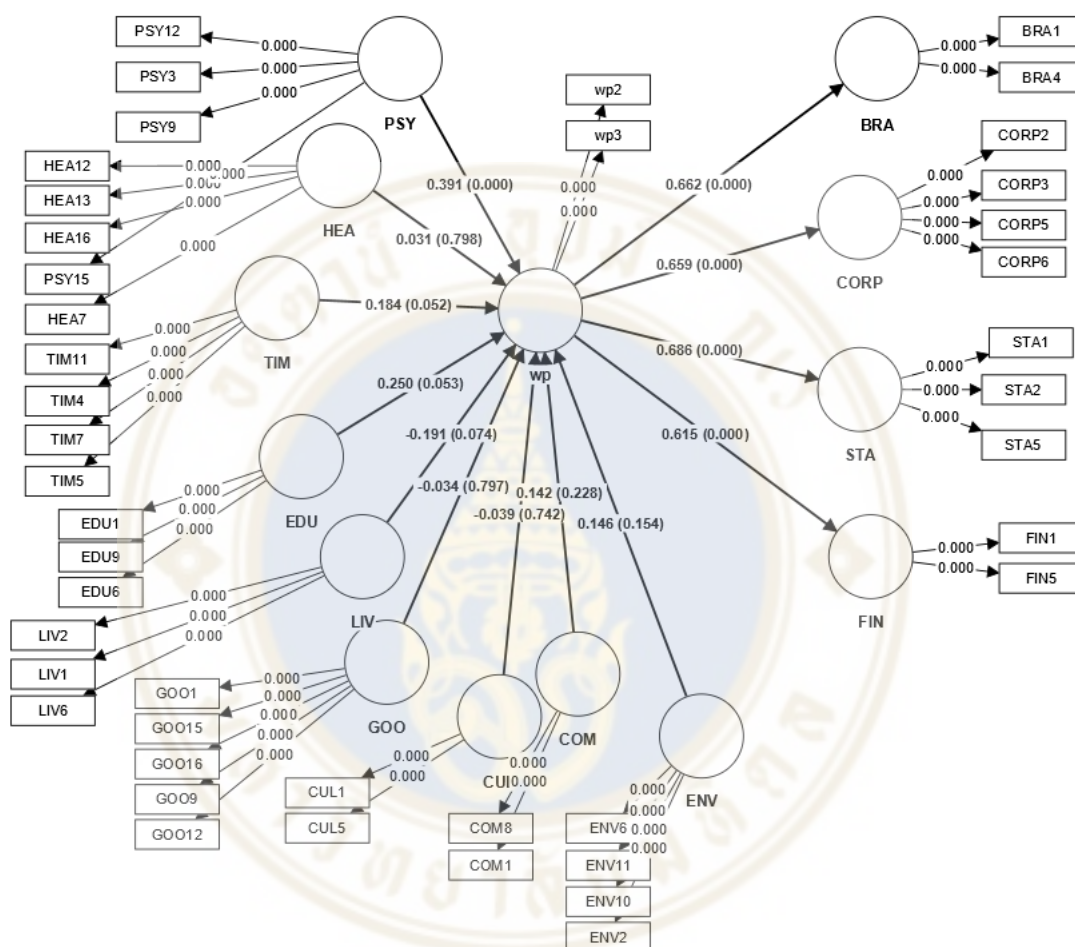
ด้าน Stakeholder satisfaction (STA) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ด้าน Finance performance (FIN) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ พัฒนามาจากตัวแปรแฝง (Latent Variable) ทั้งหมด 14 ตัว และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ทั้งหมด 168 ตัว โดยที่ตัวแปรแฝงประกอบด้วย ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being - PSY) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health - HEA) ปัจจัยด้านการบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness - TIM) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - EDU) คุณภาพชีวิต (Living Standard - LIV) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance - GOO) ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูาน (Cultural Resilience and Promotion - CUL) ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality - COM) สิ่งแวดล้อม (Environment - ENV) ความสุขขององค์กร (Workplace Happiness - WP) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image - BRA)

ชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation - CORP) ความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction - STA) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance - FIN) ซึ่งกรอบแนวคิดของงานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ปลายตัวแปรสังเกตได้ โดยตัวแปรแฝงจะแทนด้วยรูปวงรี และตัวแปรสังเกตจะแทนด้วยรูปสี่เหลี่ยม ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

4.2.1 การวัดประเมิณค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)

ในการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามนั้น สามารถทำการประเมินได้จากค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ เป็นการทดสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อของตัวแปรแฝงใช้วัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ พิจารณาได้จากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ ที่จะต้องมีค่ามากกว่า 0.707 (Hair et al., 2017) หากต่ำกว่า 0.707 ควรพิจารณาตัดตัวแปรนั้นออก

4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหรือการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) เพื่อเป็นการทดสอบว่าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งหรือวัดในสภาพที่แตกต่างกัน ผลที่ได้รับจะยังมีผลคงเดิม โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้

4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อความ (Convergent Validity)

การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อความเป็นการวัดข้อความที่ใช้ในแบบสอบถามว่ามีความสามารถเป็นตัวชี้วัดของตัวแปรโครงสร้างเดียวกันได้เหมือนกันหรือไม่ ค่าสถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบความตรงเชิงเส้นสอดคล้อง คือ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract : AVE) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าตัวแปรแฝงในข้อความมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair et al., 2014)

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Psychological Wellbeing-PSY	PSY 1	0.713	0.476	0.963	0.960	ตัดออก	0.711	0.908	0.864
	PSY 2	0.574				ตัดออก			
	PSY 3	0.742				0.829			
	PSY 4	0.756				ตัดออก			
	PSY 5	0.482				ตัดออก			
	PSY 6	0.481				ตัดออก			
	PSY 7	0.625				ตัดออก			
	PSY 8	0.707				ตัดออก			
	PSY 9	0.781				0.884			
	PSY 10	0.649				ตัดออก			
	PSY 11	0.734				ตัดออก			
	PSY 12	0.780				0.809			
	PSY 13	0.754				ตัดออก			
	PSY 14	0.752				ตัดออก			
	PSY 15	0.763				0.848			
	PSY 16	0.655				ตัดออก			
	PSY 17	0.737				ตัดออก			
	PSY 18	0.809				ตัดออก			
	PSY 19	0.768				ตัดออก			
	PSY 20	0.736				ตัดออก			
	PSY 21	0.690				ตัดออก			
	PSY 22	0.733				ตัดออก			
	PSY 23	0.732				ตัดออก			
	PSY 24	0.755				ตัดออก			
	PSY 25	0.635				ตัดออก			
	PSY 26	0.564				ตัดออก			
	PSY 27	0.714				ตัดออก			

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
	PSY 28	0.709	0.476	0.963	0.960	ตัดออก	0.711	0.908	0.864
	PSY 29	0.647				ตัดออก			
	PSY 30	0.169				ตัดออก			
Health-HEA	HEA 1	0.187	0.559	0.953	0.946	ตัดออก	0.714	0.909	0.866
	HEA 2	0.569				ตัดออก			
	HEA 3	0.665				ตัดออก			
	HEA 4	0.745				ตัดออก			
	HEA 5	0.738				ตัดออก			
	HEA 6	0.806				ตัดออก			
	HEA 7	0.787				0.839			
	HEA 8	0.745				ตัดออก			
	HEA 9	0.849				ตัดออก			
	HEA 10	0.850				ตัดออก			
	HEA 11	0.827				ตัดออก			
	HEA 12	0.788				0.851			
	HEA 13	0.802				0.836			
	HEA 14	0.849				ตัดออก			
	HEA 15	0.858				ตัดออก			
	HEA 16	0.808				0.853			
	HEA 17	0.521				ตัดออก			
Time use and happiness-TIM	TIM 1	0.312	0.314	0.884	0.882	ตัดออก	0.719	0.911	0.870
	TIM 2	0.378				ตัดออก			
	TIM 3	0.438				ตัดออก			
	TIM 4	0.776				0.885			
	TIM 5	0.797				0.861			
	TIM 6	0.775				ตัดออก			
	TIM 7	0.771				0.828			
	TIM 8	0.729				ตัดออก			
	TIM 9	0.560				ตัดออก			
	TIM 10	0.681				ตัดออก			

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Time use and happiness-TIM	TIM 11	0.767	0.314	0.884	0.882	0.816	0.719	0.911	0.870
	TIM 12	0.388				ตัดออก			
	TIM 13	0.413				ตัดออก			
	TIM 14	0.389				ตัดออก			
	TIM 15	0.370				ตัดออก			
	TIM 16	0.453				ตัดออก			
	TIM 17	0.542				ตัดออก			
	TIM 18	0.228				ตัดออก			
	TIM 19	0.191				ตัดออก			
Education-EDU	EDU 1	0.882	0.741	0.963	0.956	0.906	0.800	0.923	0.875
	EDU 2	0.862				ตัดออก			
	EDU 3	0.887				ตัดออก			
	EDU 4	0.901				ตัดออก			
	EDU 5	0.892				ตัดออก			
	EDU 6	0.862				0.881			
	EDU 7	0.863				ตัดออก			
	EDU 8	0.716				ตัดออก			
	EDU 9	0.868				0.897			
Standard of living-LIV	LIV 1	0.835	0.726	0.955	0.946	0.911	0.785	0.916	0.864
	LIV 2	0.865				0.898			
	LIV 3	0.883				ตัดออก			
	LIV 4	0.914				ตัดออก			
	LIV 5	0.918				ตัดออก			
	LIV 6	0.820				0.847			
	LIV 7	0.792				ตัดออก			
	LIV 8	0.778				ตัดออก			

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Good governance-GOO	GOO 1	0.805	0.649	0.977	0.973	0.833	0.697	0.920	0.892
	GOO 2	0.748				ตัดออก			
	GOO 3	0.714				ตัดออก			
	GOO 4	0.872				ตัดออก			
	GOO 5	0.890				ตัดออก			
	GOO 6	0.839				ตัดออก			
	GOO 7	0.859				ตัดออก			
	GOO 8	0.876				ตัดออก			
	GOO 9	0.766				0.842			
	GOO 10	0.873				ตัดออก			
	GOO 11	0.858				ตัดออก			
	GOO 12	0.819				0.860			
	GOO 13	0.804				ตัดออก			
	GOO 14	0.787				ตัดออก			
	GOO 15	0.782				0.813			
	GOO 16	0.777				0.828			
	GOO 17	0.833				ตัดออก			
	GOO 18	0.878				ตัดออก			
	GOO 19	0.888				ตัดออก			
	GOO 20	0.804				ตัดออก			
	GOO 21	0.850				ตัดออก			
	GOO 22	0.836				ตัดออก			
	GOO 23	0.738				ตัดออก			
	GOO 24	-0.049				ตัดออก			

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Cultural diversity and resilience-CUL	CUL 1	0.840	0.766	0.967	0.962	0.914	0.855	0.922	0.831
	CUL 2	0.887				ตัดออก			
	CUL 3	0.891				ตัดออก			
	CUL 4	0.888				ตัดออก			
	CUL 5	0.888				0.935			
	CUL 6	0.891				ตัดออก			
	CUL 7	0.871				ตัดออก			
	CUL 8	0.869				ตัดออก			
	CUL 9	0.859				ตัดออก			
Community vitality-COM	COM 1	0.832	0.802	0.973	0.969	0.930	0.859	0.924	0.835
	COM 2	0.847				ตัดออก			
	COM 3	0.901				ตัดออก			
	COM 4	0.903				ตัดออก			
	COM 5	0.896				ตัดออก			
	COM 6	0.929				ตัดออก			
	COM 7	0.918				ตัดออก			
	COM 8	0.906				0.924			
	COM 9	0.921				ตัดออก			

ตาราง 4.4 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First Iteration					Final Iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Ecological diversity and resilience-ENV	ENV 1	0.896	0.787	0.981	0.979	ตัดออก	0.773	0.932	0.875
	ENV 2	0.865				0.867			
	ENV 3	0.902				ตัดออก			
	ENV 4	0.901				ตัดออก			
	ENV 5	0.897				ตัดออก			
	ENV 6	0.855				0.883			
	ENV 7	0.922				ตัดออก			
	ENV 8	0.884				ตัดออก			
	ENV 9	0.876				ตัดออก			
	ENV 10	0.826				0.886			
	ENV 11	0.868				0.881			
	ENV 12	0.911				ตัดออก			
	ENV 13	0.900				ตัดออก			
	ENV 14	0.912				ตัดออก			

จากตาราง 4.4 พบว่า การประเมิน โมเดลการวัดในรอบแรกก่อนตัดข้อคำถาม (First Iteration) และ การประเมิน โมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final Iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) มากกว่า 0.5 ทุกตัว โดย Psychological Wellbeing (PSY) มีค่าเท่ากับ 0.476 Health(HEA) มีค่าเท่ากับ 0.559 Time use and happiness (TIM) มีค่าเท่ากับ 0.314 Education (EDU) มีค่าเท่ากับ 0.741 Standard of living (LIV) มีค่าเท่ากับ 0.726 Good governance (GOO) มีค่าเท่ากับ 0.649 Cultural diversity and resilience (CUL) มีค่าเท่ากับ 0.766 Community vitality (COM) มีค่าเท่ากับ 0.802 Ecological diversity and resilience (ENV) มีค่าเท่ากับ 0.787

4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)

การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) จะมีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 0-1 เมื่อค่าที่วัดได้มีค่า 1 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือได้สูง แต่ถ้าตัวแปรนั้นค่าที่วัดได้มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือค่อนข้าง

น้อย โดยระดับที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2014)

ผลจากตาราง 4.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้างในรอบแรกก่อนตัดข้อความ (First Iteration) และ การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบสุดท้าย (Final Iteration) ทุกตัวแปรแฝง โดย Ecological diversity and resilience (ENV) มีค่าเท่ากับ 0.932 Community vitality (COM) มีค่าเท่ากับ 0.924 Education (EDU) มีค่าเท่ากับ 0.923 Cultural diversity and resilience (CUL) มีค่าเท่ากับ 0.922 Good governance (GOO) มีค่าเท่ากับ 0.92 Standard of living (LIV) มีค่าเท่ากับ 0.916 Time use and happiness (TIM) มีค่าเท่ากับ 0.911 Health (HEA) มีค่าเท่ากับ 0.909 Psychological Wellbeing (PSY) มีค่าเท่ากับ 0.908 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความน่าเชื่อถือได้

4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อความ (Discriminant Validity)

การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อความเป็นค่าดัชนีที่ชี้ว่าตัวแปรสังเกตได้จะต้องแยกขาดออกจากตัววัดของตัวแปรโครงสร้างอื่นๆ โดยมีการทดสอบ 2 ระดับ คือ การทดสอบระดับของตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาความตรงเชิงเส้นจำแนกด้วยเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) และ การทดสอบระดับของตัวแปรแฝงโดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion โดยทำการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของข้อความจากการประเมินโมเดลการวัดครั้งสุดท้าย ดังนี้

4.2.5.1 เกณฑ์ของ Fornell – Larcker Criterion

เกณฑ์ของ Fornell – Larcker Criterion ทดสอบโดยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AVE}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆ ในโมเดล หากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้มากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆ แสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นมีความตรงเชิงจำแนกเพียงพอ (Hair et al., 2014; Lowry and Gaskin, 2014) ดังแสดงในตาราง 4.5

ตาราง 4.5 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornel – Larcker Criterion

	BRA	COM	CORP	CUL	EDU	ENV	FIN	GOO	HEA	LIV	PSY	STA	TIM	wp
BRA	0.91													
COM	0.427	0.927												
CORP	0.682	0.578	0.876											
CUL	0.47	0.813	0.577	0.925										
EDU	0.49	0.731	0.674	0.767	0.894									
ENV	0.539	0.77	0.639	0.752	0.694	0.879								
FIN	0.51	0.579	0.625	0.571	0.652	0.499	0.92							
GOO	0.497	0.734	0.697	0.758	0.81	0.698	0.639	0.835						
HEA	0.59	0.694	0.705	0.743	0.809	0.712	0.672	0.792	0.845					
LIV	0.436	0.72	0.589	0.728	0.796	0.674	0.6	0.826	0.725	0.886				
PSY	0.511	0.656	0.607	0.675	0.684	0.62	0.605	0.728	0.731	0.688	0.843			
STA	0.593	0.636	0.844	0.614	0.704	0.581	0.767	0.713	0.734	0.606	0.662	0.888		
TIM	0.436	0.675	0.556	0.696	0.687	0.637	0.647	0.695	0.728	0.689	0.597	0.625	0.848	
wp	0.662	0.646	0.659	0.629	0.665	0.63	0.615	0.625	0.662	0.571	0.696	0.686	0.619	0.913

จากตาราง 4.5 พบว่าค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AVE}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดลซึ่งแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงหนึ่งแยกขาดจากกันกับตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นๆ

4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)

การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม เป็นการวัดในภาพรวมทั้งหมดคือทั้งสมการ โครงสร้างและสมการมาตรวัดว่ามีความสอดคล้องของตัวแบบ (Overall Fit) เพียงใด ค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และเป็นค่าที่ไม่เกี่ยวข้องกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ยิ่งมีความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเพียงใด หมายความว่าแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แสดงว่าโมเดลนั้นเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบภาพรวม (GOF) สามารถคำนวณได้จาก

$$GOF = \sqrt{AVE^2} \times \sqrt{R^2}$$

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) พิจารณาจาก

$GOF \leq 0.10$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงน้อย

$0.10 \leq GOF \leq 0.25$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงปานกลาง

$GOF \geq 0.36$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง

(Tenenhaus, Amato and Vinzi, 2004)

ตาราง 4.6 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม

ตัวแปรแฝง	AVE	R-square
BRA	0.828	0.438
COM	0.859	-
CORP	0.767	0.434
CUL	0.855	-
EDU	0.8	-
ENV	0.773	-
FIN	0.846	0.378
GOO	0.697	-
HEA	0.714	-
LIV	0.785	-
PSY	0.711	-
STA	0.788	0.471
TIM	0.719	-
wp	0.834	0.602
average	0.784	0.4646
Goodness of Fit, GOF	0.603	

จากผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมตาราง 4.6 พบว่ามีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) มีค่าเท่ากับ 0.603 เมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้ว ถือว่าสมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรง (Overall Fit) ในระดับสูง (Tenenhaus et al., 2004)

เมื่อพิจารณาค่า R-square พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร (Brand Image – BRA) สามารถอธิบาย ด้วยสุขภาวะที่ดีในองค์กร (Workplace Happiness-WP) ได้ร้อยละ 43.8 ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation – CORP) สามารถอธิบาย ด้วยสุขภาวะที่ดีในองค์กร (Workplace Happiness-WP) ได้ร้อยละ 43.3 ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) สามารถอธิบาย ด้วยสุขภาวะที่ดีในองค์กร (Workplace Happiness-WP) ได้ร้อยละ 37.8 และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) สามารถอธิบาย ด้วยสุขภาวะที่ดีในองค์กร (Workplace Happiness-WP) ได้ร้อยละ 47.1

สุขภาวะที่ดีในองค์กร (Workplace Happiness-WP) สามารถอธิบายด้วย สุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological well-being) สุขภาพ (Health) การใช้เวลาและความสุข (Time Use and happiness) การศึกษา (Education) มาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) ธรรมาภิบาล (Good Governance) การรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูฐาน (Cultural diversity and resilience) พลังชุมชน (Community Vitality) อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) ได้ร้อยละ 46.46

4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

เมื่อทำการประเมินโมเดลการวัดด้วยการทดสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก การทดสอบความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือในงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยการวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square SEM หรือ PLS-SEM) ต้องมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลเชิงโครงสร้างทั้งทางตรงและทางอ้อม และการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง

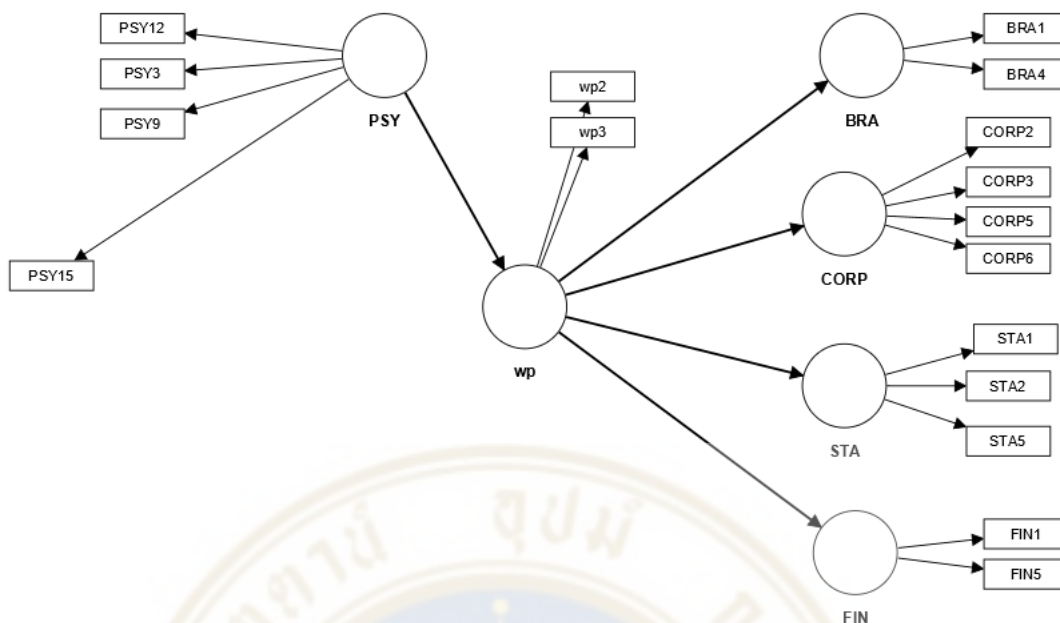
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โมเดลสมการ โครงสร้างของปัจจัยที่จะกระทบต่อความสุขอันส่งผลต่อความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ Brand Image (BRA) Corporate Reputation (CORP)

Financial Performance (FIN) Stakeholders Satisfaction (STA) และ Workplace Happiness (WP)
โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.7

ตาราง 4.7 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ความสัมพันธ์	Original sample (O)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
COM -> wp	0.142	0.118	1.206	0.228
CUL -> wp	-0.039	0.117	0.33	0.742
EDU -> wp	0.25	0.129	1.935	0.053
ENV -> wp	0.146	0.103	1.426	0.154
GOO -> wp	-0.034	0.131	0.257	0.797
HEA -> wp	0.031	0.122	0.256	0.798
LIV -> wp	-0.191	0.107	1.788	0.074
PSY -> wp	0.391***	0.095	4.113	0
TIM -> wp	0.184	0.095	1.939	0.052
wp -> BRA	0.662***	0.042	15.625	0
wp -> CORP	0.659***	0.062	10.582	0
wp -> FIN	0.615***	0.058	10.601	0
wp -> STA	0.686***	0.062	11.089	0

หมายเหตุ: * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001



รูปที่ 4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการด้วย Bootstrapping (Final Model)

จากภาพที่ 4.1 ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชีวิตและตัวแปรแฝงคือค่า Path Coefficients และ p-value ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้างพบว่า

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.421 ค่าสถิติที่เท่ากับ 1.206 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม (Cultural Resilience and Promotion) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.039 ค่าสถิติที่เท่ากับ 0.33 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม (Cultural Resilience and Promotion) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษา (Education) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.25 ค่าสถิติที่เท่ากับ 1.935 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัย

ด้านการศึกษา (Education) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.146 ค่าสถิติที เท่ากับ 1.426 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.034 ค่าสถิติที เท่ากับ 0.257 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.031 ค่าสถิติที เท่ากับ 0.256 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.191 ค่าสถิติที เท่ากับ 1.788 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสุขภาพจิตที่ดี (Psychological Well-Being) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.391*** ค่าสถิติที เท่ากับ 4.113 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพจิตที่ดี (Psychological Well-Being) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.184 ค่าสถิติที เท่ากับ 1.939 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่า

ปัจจัยด้านด้านการใช้เวลา (Time Use) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.662*** ค่าสถิติที เท่ากับ 15.625 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.659*** ค่าสถิติที เท่ากับ 10.582 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.615*** ค่าสถิติที เท่ากับ 10.601 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.686*** ค่าสถิติที เท่ากับ 11.089 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 4.8 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตามในแบบจำลอง

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม				
		BRA	CORP	FIN	STA	WP
COM	DE	-	-	-	-	0.142
	IE	0.094	0.094	0.087	0.098	-
	TE	0.094	0.094	0.087	0.098	0.142
CUL	DE	-	-	-	-	-0.039
	IE	-0.026	-0.025	-0.024	-0.027	-
	TE	-0.026	-0.025	-0.024	-0.027	-0.039
EDU	DE	-	-	-	-	0.250
	IE	0.165	0.165	0.154	0.172	-
	TE	0.165	0.165	0.154	0.172	0.250
ENV	DE	-	-	-	-	0.146
	IE	0.097	0.096	0.090	0.100	-
	TE	0.097	0.096	0.090	0.100	0.146
GOO	DE	-	-	-	-	-0.034
	IE	-0.022	-0.022	-0.021	-0.023	-
	TE	-0.022	-0.022	-0.021	-0.023	-0.034
HEA	DE	-	-	-	-	0.031
	IE	0.021	0.021	0.019	0.021	-
	TE	0.021	0.021	0.019	0.021	0.031
LIV	DE	-	-	-	-	-0.191*
	IE	-0.127	-0.126	-0.118	-0.131	-
	TE	-0.127	-0.126	-0.118	-0.131	-0.191*
PSY	DE	-	-	-	-	0.391***
	IE	0.259	0.257	0.240	0.268	-
	TE	0.259	0.257	0.240	0.268	0.391***

ตาราง 4.8 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตามในแบบจำลอง (ต่อ)

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม				
		BRA	CORP	FIN	STA	WP
TIM	DE	-	-	-	-	0.184
	IE	0.122	0.121	0.113	0.126	-
	TE	0.122	0.121	0.113	0.126	0.184
WP	DE	0.662***	0.659***	0.615***	0.686***	-
	IE	-	-	-	-	-
	TE	0.662***	0.659***	0.615***	0.686***	-
R ²	0.438	0.434	0.378	0.471	0.602	

หมายเหตุ : DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} \leq 2.576$)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} \leq 3.290$)

*** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($3.290 \leq t\text{-value}$)

จากตาราง 4.8 เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามต่าง ๆ ทั้งตัวแปรภายนอก (External Endogenous Variable) และตัวแปรแฝง (Internal Endogenous Variable) พบว่าภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.662) รองลงมาคือ สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) (TE = 0.259) และ การศึกษา (Education) (TE = 0.165)

ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.659) รองลงมาคือ สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) (TE = 0.257) และ การศึกษา (Education) (TE = 0.165)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.615) รองลงมาคือ สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) (TE = 0.240) และ การศึกษา (Education) (TE = 0.154)

ความพอใจของผู้เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.686) รองลงมาคือ สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) (TE = 0.268) และ การศึกษา (Education) (TE = 0.172)

ความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) (TE = 0.391) มากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษา (Education) (TE = 0.250) และ การใช้เวลา (Time Use) (TE = 0.184)

เมื่อพิจารณา R² พบว่า ความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) สามารถอธิบายด้วย สุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being - PSY) สุขภาพ (Health) การใช้เวลา (Time Use - TIM) การศึกษา (Education - EDU) คุณภาพชีวิต (Living Standard - LIV) ธรรมาภิบาล (Good Governance - GOO) ภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรม (Cultural Resilience and Promotion - CUL) ความสำคัญของชุมชน (Community Vitality - COM) สิ่งแวดล้อม (Environment - ENV) ได้ร้อยละ 60.2 และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ความพอใจของผู้เกี่ยวข้องขององค์กร (Stakeholder Satisfaction) สามารถอธิบายด้วยความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 43.8 43.4 37.8 และ 47.1 ตามลำดับ

4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานของการวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS-SEM โดยใช้กระบวนการ Bootstrapping เพื่อทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ทางเส้นทางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และค่า t-value มีค่ามากกว่า 1.96 ซึ่งแสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H1: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.126	1.771	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.615	1.824	ไม่สอดคล้อง
H3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.021	0.252	ไม่สอดคล้อง
H4: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.096	1.408	ไม่สอดคล้อง
H5: ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.094	1.214	ไม่สอดคล้อง
H6: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.121	1.918	ไม่สอดคล้อง
H7: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.257***	4.049	สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H8: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.022	0.255	ไม่สอดคล้อง
H9: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.025	0.327	ไม่สอดคล้อง
H10: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.127	1.788	ไม่สอดคล้อง
H11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.165	1.899	ไม่สอดคล้อง
H12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.021	0.254	ไม่สอดคล้อง
H13: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.097	1.369	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H14: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.094	1.215	ไม่สอดคล้อง
H15: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.122	1.925	ไม่สอดคล้อง
H16: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.259***	3.911	สอดคล้อง
H17: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.022	0.255	ไม่สอดคล้อง
H18: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.026	0.327	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H19: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.118	1.801	ไม่สอดคล้อง
H20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.154	1.885	ไม่สอดคล้อง
H21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.019	0.253	ไม่สอดคล้อง
H22: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.09	1.454	ไม่สอดคล้อง
H23: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.087	1.191	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H24: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	1.113	1.873	ไม่สอดคล้อง
H25: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.24***	4.003	สอดคล้อง
H26: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.021	0.255	ไม่สอดคล้อง
H27: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.024	0.328	ไม่สอดคล้อง
H28: ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	-0.131	1.793	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.172	1.842	ไม่สอดคล้อง
H30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.021	0.252	ไม่สอดคล้อง
H31: ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.1	1.456	ไม่สอดคล้อง
H32: ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.098	1.204	ไม่สอดคล้อง
H33: ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.126	1.907	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของการวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H34: ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	0.268***	4.244	สอดคล้อง
H35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	-0.023	0.256	ไม่สอดคล้อง
H36: ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)	-0.027	0.328	ไม่สอดคล้อง

หมายเหตุ :

- * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} \leq 2.576$)
- ** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} \leq 3.290$)
- *** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($3.290 \leq t\text{-value}$)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.257 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.259 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 17 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 18 ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 19 ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 20 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 21 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 22 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 23 ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 24 ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อ

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 25 ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.24 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 26 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 27 ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 28 ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of Living) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 29 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 30 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 31 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 32 ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 33 ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 34 ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.268 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 35 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 36 ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural resilience and promotion) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders Satisfaction)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานในบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่ง จำนวน 140 ราย สำหรับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีเชิงพรรณนาและใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำผลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีแบบ PLS-SEM การประเมิน โมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) การประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) โดยมีการประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading) การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) รวมทั้งการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามและตามด้วยกระบวนการ Bootstrapping เพื่อระดับความสำคัญทางสถิติว่าสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยหรือไม่ อีกทั้งในการวิจัยยังมีการวิเคราะห์ อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และ อิทธิพลรวม ที่มีต่อตัวแปรตามอีกด้วย โดยเนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย
- 5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพนักงานในบริษัทแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องของ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 140 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ ส่วนใหญ่คือ พนักงานทั่วไป รายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท มีอายุการทำงาน 1-3 ปี

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพทางด้านจิตใจ อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านการบริหารเวลาและความสุข อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านการศึกษา อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านธรรมเนียมปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมิลำเนา อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านพลังชุมชน อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก

5.1.2 วัตถุประสงค์

สำหรับการสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอ โดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสุขอันส่งผลต่อความยั่งยืนในกลุ่มของพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกที่มีผลต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนใน

กลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.686 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปัจจัยด้านการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูาน (Cultural diversity and resilience) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ปัจจัยด้านสุขภาพจิตที่ดี (Psychological well-being) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.391 ปัจจัยด้านความสำคัญของชุมชน (Community Vitality) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย และ ปัจจัยด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) ไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี (Well-Being) ที่มีอิทธิพลต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานองค์กร (Sustainable Performance Outcome: SPO)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี (Well-Being) ทั้ง 9 ปัจจัย ประกอบด้วย ด้านสุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological well-being) ด้านสุขภาพ (Health) ด้านการใช้เวลาและความสุข (Time Use and happiness) ด้านการศึกษา (Education) ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูาน (Cultural diversity and resilience) ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community

Vitality) ปัจจัยด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) พบว่ามี 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสุขภาวะด้านจิตใจ (Psychological well-being) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานในองค์กร (Sustainable Performance Outcome: SPO) ประกอบด้วย ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) และ ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being)

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า ด้านสุขภาพ (Health) ด้านการใช้เวลาและความสุข (Time Use and happiness) ด้านการศึกษา (Education) ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ (Standard of living) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูภูมิ (Cultural diversity and resilience) ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) ปัจจัยด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Ecological diversity and resilience) ทั้ง 5 ปัจจัย เป็นปัจจัยไม่มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานในองค์กร (Sustainable Performance Outcome: SPO)

ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (Chitwattanakorn, 2021) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างความสุขในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ของพนักงานบริษัทในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งผลการศึกษพบว่าปัจจัยด้านสุขภาพดี มีอิทธิพลต่อการสร้างความสุขในองค์กรของพนักงานบริษัทในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้าน การใช้เวลาและความสุข (Time Use and happiness) ไม่สอดคล้องกับ Chitwattanakorn (2021)

ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของการบริหารเวลาการเห็นคุณค่าในตัวเองการรับรู้ความสามารถในตัวเองที่มีผลต่อความสุขในการทำงานพบว่าการจัดสรรเวลาการบริหารเวลาสามารถร่วมทำนายความสุขในการทำงานได้

ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาณัฐ แสนทวีสุข (2561), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่ผลการศึกษาพบว่า การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร การแบ่งปันความรู้และการรักษาความรู้ในองค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความสุขในที่ทำงานและความสำเร็จขององค์กร

ด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ G. Portier, M. Mathonnet (2021) ที่ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตที่ไม่ดีเกิดจากความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับผู้บริหารการไม่มีอิสระทางการทำงานส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความสุขในที่ทำงาน

ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรพรรณ (2560) ที่ผลการศึกษาพบว่า การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้ของลูกค้ายกี่ยวกับ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ส่งผลดีต่อชื่อเสียงขององค์กร มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่ออย่างมากต่อการบอกต่อแบบปากต่อปาก และผลการดำเนินงานของบริษัท

5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

สำหรับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กร เพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะในงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงานบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่นำไปใช้ในการปรับปรุง ทั้ง 9 ด้าน คือ ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ปัจจัยด้านการบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) คุณภาพชีวิต (Living Standard) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูาน (Cultural Resilience and Promotion) ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) สิ่งแวดล้อม (Environment)

1) จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ ส่วนใหญ่คือ พนักงานทั่วไป รายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท มีอายุการทำงาน 1-3 ปี ดังนั้น บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ายให้ดีขึ้น

2) จากการศึกษาวิจัย พบว่า บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ควรพัฒนาปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological well-being) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ปัจจัยด้านการบริหารเวลาและความสุข (Time Use and happiness) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) คุณภาพชีวิต (Living Standard) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมภูมูาน (Cultural Resilience and Promotion) ปัจจัยด้านพลังชุมชน (Community Vitality) สิ่งแวดล้อม (Environment) ที่มีผลเชิงบวกต่อความสุขในองค์กร

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ ที่ต้องการนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป

1) เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้เพื่อ ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจโทรคมนาคม

2) สามารถขยายขอบเขตของการศึกษา โดยการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ของตัวแปร และเพิ่มตัวแปรต้นเพิ่มเติมจากกรอบแนวคิด สำหรับงานวิจัยนี้มีตัวแปรต้นกลางคือ ความสุขภายใน องค์กร ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยด้านสุขภาวะทางด้านจิตใจ ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านการบริหารเวลา และความสุข ปัจจัยด้านการศึกษา ปัจจัยด้านมาตรฐานความเป็นอยู่ ปัจจัยด้านการรักษาและส่งเสริม วัฒนธรรมภูมูาน ปัจจัยด้านพลังชุมชน ปัจจัยด้านอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำหรับการวิจัยครั้งถัดไป อาจจะสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

1) สำหรับข้อเสนอแนะในระยะสั้น ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการบริษัท SME มี การบริหารจัดการให้เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรและเป็นแนวทางใน การจัดระเบียบขององค์กรให้มีความเป็นระเบียบ และเรียบร้อยเพื่อให้บุคลากรภายในบริษัททุกคน จะต้องมีความเชื่อมั่นและมีความสุขจากการทำงานมากขึ้นเนื่องจากผู้ประกอบการมีความ โปร่งใส และมีความเป็นธรรมให้กับบุคลากรทุกคน ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพรวมทำให้ธุรกิจเติบโตต่อไปได้ใน อนาคต

2) สำหรับข้อเสนอแนะในระยะยาวงานวิจัยนี้เป็นแนวทางให้ผู้บริหารให้ความสำคัญ ต่อหลักบรรษัทภิบาลขององค์กรมากยิ่งขึ้นหลักบรรษัทภิบาล ซึ่งจะถือเป็นหลักการที่ถูกนำมาใช้ใ นการบริหารงานอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญของการมีหลักบรรษัทภิ บาลที่ดีและเข้าใจหลักการอย่างแท้จริง ผู้ประกอบการควรมีการปรับวิถีคิดและรูปแบบบริหารให้ม ีความเข้มงวดมากขึ้นมีกรอบข้อบังคับและกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ไม่ประสงค์ ซึ่งเห็นได้ว่าขัดต่อหลัก

บรรษัทภิบาล อาทิ ไม่มีการควบคุมติดตามและตรวจสอบขาดความโปร่งใสของข้อมูล และไม่คำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ โดยส่งผลให้ประสิทธิภาพของการจัดการภายใน องค์กรไม่เป็นที่พึงพอใจนอกจากนี้บุคลากรภายในองค์กรยังเผชิญปัญหาด้านการจัดการของ ผู้ประกอบการที่ไม่เหมาะสมและไม่มีความเสมอภาค ส่งผลให้บุคลากรขาดความซื่อสัตย์และยังขาด

ความสามัคคีกันหรือขาดความจงรักภักดีต่อองค์กรได้ เพื่อให้บุคลากรมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรมากขึ้น

5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่ามีข้อจำกัดสำหรับการวิจัยคืองานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยตัวแปรที่ส่งผลต่อความสุขภายในองค์กรอาจทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับในอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีปัจจัยแวดล้อมแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบ



บรรณานุกรม

- เกษร เรืองแก้ว. (2553). *เรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสุขในการทำงานของพนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เจนพจน์ ข่ายมาน. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ทำงานในอุตสาหกรรมการผลิตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
- จรัญ ชาติตัน. (2560). *ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยสยาม
- ณชารี เอี่ยมสุวรรณ. (2562). *การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานวิศวกรในอุตสาหกรรมการผลิตเจเนอเรชันวายตามแนวคิดSustainableLeadership*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ณัฐนิชา ลีดิรัตน์นัยน์. (2561). *การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ตามแนวคิด Honeybee Leadership กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ดวงเนตร ธรรมกุล. (2555). *การสร้างสุขภาวะในองค์กร (Developing Healthy Organization)*
- นภัสสร ปันทา. (2561). *Sustainable Leadership: กรณีศึกษาภาวะผู้นำยั่งยืนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2561). *ความสุขในสถานที่ทำงาน: ข้อพิจารณาและแนวปฏิบัติ เพื่อคุณภาพชีวิตของแรงงาน*
- นุรป่าชียะห์ กุณา. (2562). *ความสุขในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี*
- ประดิษฐพงษ์ สร้อยเพชร. (2557). *ศึกษาปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พงษ์เกียรติ แซ่ลิ่ม. (2560). Sustainable Leadership: กรณีศึกษาเรื่องภาวะผู้นำที่ยั่งยืนกับธุรกิจครอบครัวขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลัง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
- เพ็ญแข หัสดีวิจิตร. (2557). บทบาทของ HR กับการปรับตัวของพนักงานหลังการซื้อและควบรวมกิจการกรณีศึกษาบริษัทคลาเรียนท์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรรณภรณ์ จอมเมือง. (2561). การศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานตามแนวคิด Honeybee Leadership ในธุรกิจไพรเวทเบงกิ้งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
- พิริยาภรณ์ อันทองและศุภกร เอกชัยไพบูลย์. (2559). Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์. (2560). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจการให้บริการขยายตลาดตามแนวคิด Honeybee Leadership. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- มณี เพชรเบญจกุล. (2557). ปัจจัยที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่ม Generation Y. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ยุวธรรณา สังขะวาทีน. (2557). ทศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนความพึงพอใจการเป็นสมาชิกที่ดีความผูกพันต่อองค์กรและความผูกพันในงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ยอดขวัญ แซ่อึ้ง. (2556). สุขภาวะ (Well-being) ในผู้ป่วยพาร์กินสัน.
<https://www.gotoknow.org/posts/520418>
- ลลิตา พรธพนาวัลย์. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันของพนักงานเจนเอเรชั่นวายต่อโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ลักสรดา ไวยกิจจา. (2562). การศึกษาภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนของธุรกิจผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรินทร์ จงมีสุข. (2561). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอูททยา แคปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน) (กรุงเทพฯ: ออโต้) ภายหลังจากการรวมกิจการเข้ากับธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด(มหาชน).วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- วีระวัฒน์ ทองป้อง. (2558). การศึกษาแนวทางการพัฒนาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาองค์กรผู้ประกอบการ โลจิสติกส์.
- ศิรินภัส นพธนาวัฒน์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานใหญ่ บริษัทผู้ผลิตและส่งออกเครื่องดื่มชูกำลังแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
- ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต,กาญจนา ตั้งชลทิพย์,สุภรต์ จรัสสิทธิ์,เฉลิม พลสายประเสริฐ,พอลดา บุญยศิริณะ ,วรรณภาอารีย์.(2555).คู่มือการวัดความสุขด้วยตนเองHAPPINOMETER. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมดาเพรส.
- ศุภรภา สุนทรอดิษฐ์. (2559). การศึกษาความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัวโดยการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- อัครเดช ไม้จันทร์.(2560).ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมในจังหวัดสงขลา.วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อภิชัย มงคล,วัชณี หัตถพนม,ภัสรา เขษมัฐโชติศักดิ์,วรรณประภา ชะลอกุล,ละอียด ปัญญาใหญ่,สุจริต สุวรรณชีพ.(2544ก).รายงานการวิจัยการศึกษาดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย.ขอนแก่น: โรงพิมพ์พระธรรมจันทร์
- อภิชัย มงคล,ทวี ตั้งเสรี,พิเชษฐ์ ตั้งอุดมรัตน์,วัชณี หัตถพนม,ภัสรา เขษมัฐโชติศักดิ์,วราวรรณ จุฑา,ระพีพรแก้วคอนไทย.(2547).รายงานการวิจัยการพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับใหม่.ขอนแก่น: โรงพิมพ์พระธรรมจันทร์

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อัจฉิมา บำเพ็ญบุญ. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่ม Gen Y*. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากาการจัดการ.มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- André Spicer(the author of *Business Bullshit*) and Carl Cederström(the co-author of *Desperately Seeking Self-Improvement*) (2015) *The Research We've Ignored About Happiness at Work* retrieved from <https://hbr.org/2015/07/the-research-weve-ignored-about-happiness-at-work>
- Burton, J. (2010). *WHO Healthy Workplace Framework and Model: Background and Supporting Literature and Practices*. Submitted to Evelyn Kortan. (WHO. Headquarters, Geneva, Switzerland, February 2010).
- Diener, E. 1984. *Subjective Well-Being*. *Psychological Bulletin*. 95 (3): 542-575.
- Dive, B. (2004). *The healthy organization*. USA.: DMA Consultancy Limited.
- Dyllick, Thomas, and Hockerts, Kai. (2002). "Beyond the business case for corporate sustainability." *Business Strategy and the Environment* 11, 2 (March – April): 130 – 141.
- Lowe, G. S. (2004). *Healthy workplace strategies: Creating change and achieving results*. USA: The Graham Lowe Group Inc.
- Smet, A.D., Loch, M. & Schaninger, B. (2007). *Anatomy of a Healthy Corporation*. The McKinsey Quarterly.
- Sooksan Kantabutra. (2013). *Sustainable leadership: Rhineland practice at a This small enterprise*. *International Journal of Business Administration*.
- Suriyankietkaew, S. and C. Avery, G. (2014). "Employee satisfaction and sustainable leadership practices in Thai SMEs", *Journal of Global Responsibility*, Vol. 5 No. 1, pp. 160-173. <https://doi.org/10.1108/JGR-02-2014-0003>
- Suriyankietkaew, S. & Kim, J. (2017). "Doing business with compassion": Integrating GNH into B.Grimm Group in Thailand. *Proceedings of the 7th International Conference on Gross National Happiness on a theme: "GNH of Business"*; 7- 9 November 2017, Thimphu, Bhutan.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Suriyankietkaew, S. (2021). *Gross National Happiness (GNH) survey development for measuring corporate wellbeing, happiness and sustainability*. Final Report for Gross National Happiness Centre (Thailand) and B.Grimm Group. Bangkok, Thailand: College of Management Mahidol Univeristy.

Suparak Suriyankietkaew. (2016). *Effects of sustainable leadership on customer satisfaction: Evidence from Thailand*. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(3), 245-259.

Tracy Brower (2564) *Happiness Is Good For Business: 6 Ways To Create It For Employees* retrieved from <https://www.forbes.com/sites/deloitte/2022/01/18/actions-companies-can-take-to-become-climate-leaders/?sh=3f64d62f72>

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนส่วนกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไขวันที่ 18/04/2565
เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย โดยการตอบแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaire Participant Information Sheet)		หน้าที่ 1 ของ 2 หน้า

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย โดยการตอบแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaire Participant Information Sheet)		
<input checked="" type="checkbox"/> ต้นฉบับ	<input type="checkbox"/> การปรับเปลี่ยนครั้งที่.....	วันที่ 18 เมษายน 2565

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ด้วยดิฉันนางสาวกนกนภัส วัชรระมณีกุล นักศึกษาปริญญาโทสาขาการจัดการธุรกิจ (Business Management) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีความประสงค์ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดี และความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย” ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ เพื่อเป็นประโยชน์ในของผู้บริหารและผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำแนวทางองค์กรที่มีความสุขและยั่งยืน รวมถึงได้เรียนรู้ความต้องการของพนักงาน ก่อนที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในอนาคต นำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในการกำหนดนโยบายการบริหารงานบุคคลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจนำเอางานวิจัยไปศึกษาหรือเป็นแนวทางการอ้างอิงในการต่อยอดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงวิจัยในอนาคต

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะท่านเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในบริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย ในการนี้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดี และความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืนในกลุ่มพนักงาน บริษัท โทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย” ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วน จำนวน 175 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรอง (Screening Question) จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2: ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดี จำนวน 139 ข้อ

ส่วนที่ 4: ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขขององค์กร จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 5: ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการดำเนินงานองค์กร จำนวน 22 ข้อ ใช้เวลาในการตอบประมาณ 30 นาที

ผู้วิจัยจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยผู้ตอบแบบสอบถามยืนยันการส่งคำตอบผ่าน Google Form

เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามหลายส่วน จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้านี้โดยออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ เนื่องจากไม่สามารถนำมาสืบค้นเจาะจงหาผู้ตอบได้ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจหรืออึดอัดที่จะตอบคำถามนั้นหรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานใดๆของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล



APPROVED
Mahidol University
Central Institutional
Review Board (MU-CIRB)
Protocol No. 2022/115.2604

Digitally signed by Mahidol University
Central Institutional Review Board
DN: c=TH, o=Mahidol University, ou=02,
cn=Mahidol University Central Institutional
Review Board
Date: 2022.06.22 11:42:15 +07'00'