ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

เกมเกียรติ์ ซกซื่อ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565

.....

นายเกมเกียรติ์ ซกซื่อ

ผู้วิจัย

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ธนานุศักดิ์, Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

รองศาสตราจารย์วิชิตา รักธรรม, Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล, Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความกรุณาของบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และนางสาว ณชารี เอี่ยมสวรรค์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ให้ความรู้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ และกราบขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่ง

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความร่วมมือทำแบบสอบถามและกระจายแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้องมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมา

เกมเกียรติ์ ซกซื่อ

ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

A STUDY OF WELL-BEING AND ORGANIZATION HAPPINESS FACTORS THAT AFFECT THE SUSTAINABLE ORGANIZATION OF GENERATION Y IN PRIVATE COMPANIES IN THAILAND

เกมเกียรติ์ ซกซื่อ 6350285

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ธนานุศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย จำนวน 140 คน ตามแนวคิด Gross National Happiness และ Sustainability Performance Outcomes ของ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นต่อองค์กร ความสุขขององค์กร ผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร และนำข้อมูลจากการศึกษาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารบริษัทเอกชนในประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์องค์กร พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนให้แก่องค์กรต่อไป งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย จำนวน 140 คน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS และ SMART PLS รุ่น 4 และแปลผลควบคู่การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี (Well-Being) ทั้ง 9 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS), ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE), ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU), ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED), ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI), ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG), ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD), ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV), ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) พบว่ามี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS), ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) และ ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) 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/ ความสุขขององค์กร/ ความยั่งยืน/ เจเนอเรชั่นวาย

116 หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญตาราง		**ช**
สารบัญรูปภาพ		**ซ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัย	3
	1.3 คำถามงานวิจัย	3
	1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2	**บทนำ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**5**
	2.1 ความหมายความสุขในการทำงาน	5
	2.2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน	6
	2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเจนเนอเรชั่น	14
	2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
	2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	26
	2.6 สมมติฐานที่ใช้ในงานวิจัย	27
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีวิจัย**	**32**
	3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	32
	3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	32
	3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	33
	3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	33
	3.3 ระยะเวลาในการทำการวิจัย	33
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
	3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	38
	3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	38
	3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	38
	3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)	38
	3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)	39
	3.6.3 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	39
	3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)	39
	3.6.3.2 โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective)	40
	3.6.3.3 การทดสอบความเที่ยง (Indicator Reliability)	41
	3.6.3.4 การทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings)	41
	3.6.3.5 การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)	42
	3.6.3.6 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)	42
	3.6.3.7 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)	42
	3.6.3.8 การประเมินโมเดลภายใน (Inner Model Evaluation)	43
	3.6.3.9 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant)	43
	3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	43
	3.6.4 การทดสอบสมมุติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)	43
บทที่ 4	**ผลการศึกษา**	**45**
	4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	45
	4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	45
	4.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร	48
	4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	53
	4.2.1 การวัดประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)	55
	4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)	55

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)	56
	4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)	68
	4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)	69
	4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)	74
	4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	75
	4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลเชิงโครงสร้าง	75
	4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	83
บทที่ 5	**สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	**101**
	5.1 สรุปผลการวิจัย	101
	5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	102
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	102
	5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	105
	5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย	106
	5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย	106
บรรณานุกรม		**107**
ภาคผนวก		**111**
	ภาคผนวก ก สำเนาใบรับรองการผ่านการอบรม CITI Program	
	ภาคผนวก ข การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง	
	ภาคผนวก ค การตรวจสอบโปรแกรม Turnitin	

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
3.1	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อองค์กร	35
3.2	เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อองค์กร	35
3.3	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร	36
3.4	เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร	36
3.5	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร	37
3.6	เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร	37
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	46
4.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา	48
4.3	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านสุขภาพ	48
4.4	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านการใช้เวลา	49
4.5	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านการศึกษา	49
4.6	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านมาตรฐานการครองชีพ	49
4.7	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านธรรมาภิบาล	50
4.8	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.9	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านสุขภาพชุมชน	51
4.10	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง	51
4.11	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสุขขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านความสุขในการทำงาน	51
4.12	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์	52
4.13	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านชื่อเสียงองค์กร	52
4.14	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	53
4.15	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385) ด้านผลประกอบการ	53
4.16	ผลการประเมินโมเดลการวัด	57
4.17	ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)	70
4.18	ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion	73
4.19	ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงและตัวแบบภาพรวม	74
4.20	ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชนในประเทศไทย	76
4.21	อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรในแบบจำลอง	81
4.22	ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้	82

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ		หน้า
2.1	The 9 Domains of GNH	13
2.2	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทเอกชนในประเทศไทย	27
3.1	ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว	40
4.1	กรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS	54
4.2	ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping	77
4.3	ปัจจัยสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย	100

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่นอกจากการให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการบริหารความแตกต่างของบุคลากรภายในองค์กรแล้วยังมุ่งส่งเสริมและจัดการให้บุคลากรทำงานอย่างมีความสุขด้วย ในปัจจุบันองค์กรหลายองค์กรเริ่มให้ความสำคัญต่อการสร้างความสุขให้แก่บุคลากรภายในให้มีความสุขในการทำงาน ซึ่งเมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานแล้วประสิทธิภาพและประสิทธิผลก็จะเกิดขึ้นเอง เนื่องจากเมื่อบุคลากรรู้สึกมีความสุขกับงานที่ทำแล้ว พนักงานจะเกิดความผูกพันธ์ ทุ่มเททำงานให้แก่องค์กรด้วยความเต็มใจ คิดในทางสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นบุคลากรที่มีความสุขจะมีวิธีการจัดการทางอารมณ์ต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์ความสุขนั้นๆไปด้วย ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในด้านต่างๆ ได้ อย่างสมบูรณ์ ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ต้องการอย่างยั่งยืน (รวมศิริ เมนะโพธิ, 2550)

สังคมการทำงานที่ดีเกิดขึ้นได้เพราะปัจจัยสภาพแวดล้อมและระบบการจัดการขององค์กรส่วนหนึ่งและคุณลักษณะของบุคลากรที่ทำงานร่วมกันอยู่ในองค์กรอีกส่วนหนึ่ง แม้ว่าวิถีการทำงานจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน มนุษย์ก็ยังจำเป็นจะต้อง ทำงานร่วมกันอยู่ดี องค์กรอาจมีความคาดหวังต่อผลงานจากบุคลากรและการใช้เวลาในสถานที่ทำงานแตกต่างกัน เมื่อมีงานและเกิดการทำงานในสายการผลิตผลงาน วิถีการทำงานของบุคคลจะหมุนวนไปตามพลังความคิด พลังกายและพลังใจ ระหว่างทางของกระบวนการบางส่วนอาจทำให้เกิดทุกข์ แต่ละบุคคลมีวิถีในการปรับตัวเพื่อสร้างความสมดุลในตนเอง และอาศัยสภาพปัจจัยขององค์กรเหนี่ยวนำมาเติมแต่งความสุขเพื่อให้สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ตามภาระหน้าที่ที่ถูกมอบหมายและความท้าทายที่องค์กรกำลังเผชิญ

ทั้งนี้ สถานที่ทำงานเป็นแหล่งรวมของคนวัยทำงานจำนวนมาก เป็นสถานที่ที่มีช่วงเวลาการใช้ชีวิต ยาวนานในแต่ละวันและช่วงเวลานี้ที่ระดับความสุขของคนส่วนใหญ่จะอยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเมื่อคำนวณจากภาพรวม ของกิจกรรมในชีวิตประจำวัน สถานที่ทำงานจึงเป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญของการส่งเสริมให้คนวัยทำงานเกิดการ เรียนรู้และมีความสามารถในการดูแลตนเองเพื่อให้มีความพร้อมเต็มที่สำหรับการทำงานอย่างมีคุณภาพ ซึ่งการส่งเสริมให้พนักงานมีความสุขใน

การทำงานได้รับการพิสูจน์เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าจะมีผลดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง พนักงานที่มีความสุขในการทำงานจะมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลผลิตเพิ่มคุณภาพงานให้กับองค์กร และ มีส่วนในการสร้างแรงบันดาลใจและแรงเสริมอื่นๆ ให้กับเพื่อนร่วมงานและบุคลากรทุกระดับในองค์กร (ขวัญเมือง แก้วดำเกิง, 2554)

การขับเคลื่อนธุรกิจในยุคโลกาภิวัฒน์บุคลากร ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีบทบาทในนำพาองค์กรให้ก้าวสู่ความสำเร็จ เพราะบุคลากรจะเป็นหน่วยที่สรรค์สร้างนวัตกรรมและแนวความคิดใหม่ๆให้แก่องค์กร กลุ่มบุคลากรซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเจเนอเรชั่นบี (Baby Boomer) เจเนอเรชั่นเอ็กซ์(Generation X) และ เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งจากทฤษฎีเจเนอเรชั่นประชากรในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มักจะได้รับการกล่อมเกลาเลี้ยงดูการใช้ชีวิตรูปแบบของประสบการณ์แตกต่างจากประชากรในกลุ่มเจเนอเรชั่นบี (Baby Boomer) และ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เมื่อเป็นเช่นนี้ความต้องการ สมรรถนะที่แสดงออกมาย่อมแตกต่างกันตามทฤษฎีภูเขา น้ำแข็งของ Iceberg Model จากการศึกษา เรื่องความแตกต่างของเจเนอเรชั่น (เมทินี สิริสาร, 2554:4-12) พบว่า ประชากรเจเนอเรชั่นวายมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ด้านการทำงาน จะไม่ชอบอยู่ในองค์กรที่มีกฎเกณฑ์หรือมีระเบียบเคร่งครัดเกินไป ชอบความท้าทาย จึงมักจะเปลี่ยนงานบ่อย โดยเป้าหมายสูงสุดของชีวิตของประชากรกลุ่ม เจเนอเรชั่นวาย คือการมีธุรกิจส่วนตัว ซึ่งต่างจากกลุ่ม เจเนอเรชั่นบีและกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ซึ่งมีความจงรักภักดีต่อองค์กรในระดับสูง ชอบระเบียบ เคารพกฎเกณฑ์ที่เป็นแบบแผน จากประเด็นข้างต้น ถ้าหากองค์กรไม่เข้าใจ ไม่ให้ความสำคัญและเข้าถึงความคิด ความต้องการของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย องค์กรก็จะอาจจะสูญเสียพนักงานรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพไปในไม่ช้า โดยจากการศึกษา พบว่า การให้รางวัล หรือการสร้างแรงจูงใจทางวัตถุเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้พนักงาน เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้ โดยเฉพาะพนักงานกลุ่ม เจเนอเรชั่นวาย ที่ไม่เน้นวัดความสาเร็จจากการได้รับแรงจูงใจทางวัตถุ แต่แนวโน้มที่จะทำให้พนักงาน เจเนอเรชั่นวาย เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้นั่นคือ การที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการทำงาน ตลอดจนสร้างความรู้สึกให้แก่พนักงานว่า เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อองค์กร

ในโลกการทำงานปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ากลุ่มคน Generation Y เริ่มมีบทบาทในโลกของการทำงานมากขึ้น และแน่นอนว่ากลุ่มคนเหล่านี้เริ่มจะกลายมาเป็นกำลังแรงงานหลักของหลายองค์กร คนกลุ่มนี้จะมีความคิดเป็นของตัวเอง อิสระ และนอกกรอบ ไม่ชอบเป็นลูกน้องหรือเดินตามใคร และในหลายองค์กรก็มีคน Gen นี้ร่วมงานอยู่ด้วย และการที่จะทำให้คน Gen นี้ทำงานด้วยนานๆ ดูจะเป็นเรื่องที่ยากอยู่เหมือนกัน จากแนวคิดข้างต้นทำให้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขของคนในองค์กรของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย เพื่อเป็น

โอกาสในการเรียนรู้ความต้องการของพนักงาน และจะได้เป็นประโยชน์ในการสร้างองค์กรที่มีความสุขและยั่งยืนต่อไป เพื่อจะนำผลวิจัยมาปรับปรุงกลยุทธ์ให้บริษัทสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสุขภาวะของพนักงานเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่กลุ่มพนักงานเพื่อประโยชน์แก่องคก์รต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

1.3 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรใด ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขต การวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

2. เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงจะเลือกใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

2. ทราบปัจจัยที่สนับสนุนด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

3. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในการทำวิจัยประเภทอื่นๆต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เจเนอเรชั่นวาย หมายถึง ประชากร ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2524-2544 ซึ่งมีอายุระหว่าง 21-41 ปีเป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีไอทีมีพฤติกรรมกล้าแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความอดทนต่ำ ชอบการเปลี่ยนแปลง

2. สุขภาวะ หมายถึง ระดับการมีชีวิตที่ดี มีความสุข และความพึงพอใจในชีวิต การดำเนินชีวิตและการรับรู้ในด้าน สุขภาพใจ (Psychological wellbeing) สุขภาพ (Health) การใช้เวลา (Time use) การศึกษา (Education) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลง (Cultural diversity and resilience) ธรรมาภิบาล (Good Governance) สุขภาพชุมชน (Community vitality) ความหลากหลายทางนิเวศและความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลง (Ecological diversity and resilience) มาตรฐานการดำรงชีพ (Living standard)

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1 ความหมายความสุขในการทำงาน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเจนเนอเรชั่น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ความหมายความสุขในการทำงาน

ความหมายของความสุขในการทำงาน พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่าความสุข คือความรู้สึกหรืออารมณ์ประเภทหนึ่ง ความสุขมีหลายระดับ ตั้งแต่ความสบายใจเล็กน้อยหรือความ พอใจจนถึงความเพลิดเพลินหรือเต็มไปด้วยความสนุก สิ่งที่ทำให้เกิดความสุข คำว่า “สุข” คือความสบายกายสบายใจ มักใช้เข้าคู่กับคำ เช่น อยู่ดีมีสุข อยู่เย็นเป็นสุข สบายกายสบายใจ

องค์การอนามัยโลก (WHO,1996) ได้ให้นิยามความสุขในทางจิตวิทยา โดยมักใช้คำว่า “สุขภาวะ” (Subjective well-being) หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม และมิได้หมายความเพียงการปราศจากโรคและความพิการเท่านั้น สอดคล้องกบพระธรรมปิ ฎก (ป.อ.ปยุตฺโต,2552) ที่กล่าวว่าความสุขเป็นความรู้สึกองค์รวมเชิงอัตตวิสัย (Subjective) อาจเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ความสุขเป็นผลมาจากปัจจัยเรื่องของจิตใจ เช่นการมีความสุขจากการนำธรรมะมาปฏิบัติมีคุณธรรมมีความเมตตากรุณา ศีลธรรม สมาธิ หรือปัญญา ความรู้สึกพอเพียง ในทางตรงกันข้าม ประเวศ วะสี (2548:47) มองวาความสุขเป็นผลพวงมาจากปัจจัยภายนอก เช่น ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมชุมชนเข้มแข็ง มีครอบครัวอบอุ่น การมีสุขภาพดี

Manion (2003 อ้างถึงในวีรญา ศิริจรรยาพงษ์,2556:28) ความสุขในการทำงานคือการเรียนรู้จากการกระทำและการสร้างสรรค์ด้วยตนเอง แสดงออกโดยการยิ้ม หัวเราะ มีความปลาบปลื้มใจนำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยค นึงถึงการรับรู้ การแสดงออกการปฏิบัติงานด้วยความรู้สึกอยากที่จะทำงาน บุคลากรมีความผูกพันกันและมีความพึงพอใจที่ได้ปฏิบัติงานร่วมกัน

จงจิต เลิศวิบูลย์มงคล (2546:11) ความสุขในการทำงาน คือ การที่บุคคลได้กระทำในสิ่งที่ตนเองรักและพึงพอใจ ชอบและศรัทธาในงานที่ทำ พึงพอใจในการทำงานและประสบการณ์ชีวิตที่ตนเองได้รับ ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ททำให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงาม บนพื้นฐานเชิงเหตุผลและศีลธรรม ซึ่งสอดคล้องกบ ประทุม กตุแก้ว (2551) ได้ให้ความหมายของความสุขในการทำงานว่า เป็นผลจากการที่บุคคลรับรู้พฤติกรรมการทำงานสัมพันธภาพกบผู้ร่วมงาน ทำให้แสดงอารมณ์ในทางบวก มีความรัก ชอบผูกพันในงานที่ตนทำ ยินดีที่ได้กระทำในงานที่ตนเองรัก ทำให้งานประสบความสำเร็จ เกิดความพยายามและความรับผิดชอบในการทำงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Gavin & Mason (2004) ได้ให้ความหมายว่า ความสุขในการทำงานเป็นความรู้สึกอารมณ์ในทางบวก ซึ่งเป็นความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลโดยที่อารมณ์ความรู้สึกทางบวกดังกล่าวตอบสนองต่อปฏิกิริยาระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับรัศมี ธันยธร (2550)ได้ให้ความหมายว่า ความสุขในการทำงานเป็นความรู้สึกมีความสุขที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เป็นอารมณ์ในทางบวก ทางดีเกิดจากการรับรู้ข้อมูลการทำงานในแต่ละวัน

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความสุขในการทำงาน เป็นความรู้สึกในทางบวกของแต่ละบุคคลในการทำงาน ได้ทำในสิ่งที่ตนเองรัก พึงพอใจ และศรัทธาในงานที่ทำ ทำให้เกิดความพยายามและรับผิดชอบในงานมากขึ้น จนงานประสบความสำเร็จ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน

2.2.1 แนวคิดของ Manion (2003) ความสุขในการทำงาน (Joy of work) อธิบายด้วยองค์ประกอบของความสุข 4 องค์ประกอบ คือ การติดต่อความสัมพันธ์ ความรักในงาน ความสำเร็จในงานและการป็นที่ยอมรับ

1. การติดต่อสัมพันธ์ (Connection) เป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ของบุคลากร ในสถานที่ทำงาน โดยที่บุคลากรร่วมกันทำงานเกิดสังคมการทำงานขึ้น เกิดสัมพันธภาพที่ดีกับ บุคลากรที่ตนปฏิบัติงานให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การสนทนา

พูดคุยอย่างเป็นมิตร ให้การช่วยเหลือ และได้รับการช่วยเหลือจากผู้ร่วมงาน เกิดมิตรภาพระหว่างการปฏิบัติงานกับ บุคลากรต่างๆ

2. ความรักในงาน (Love of the work) เป็นการรับรู้ถึงความรู้สึกรักและผูกพันอย่างเหนียวแน่นกับงาน รับรู้ว่าตนมีภาระในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ มีความยินดีในสิ่งที่เป็นองค์ประกอบของงาน กระตือรือร้นในการทำงาน เกิดความรู้สึกในทางบวกที่ได้ทำงาน สนุกสนาน รู้สึกภูมิใจในงานที่ทำ

3. ความสำเร็จในงาน (Work achievement) เป็นการรับรู้ว่าได้ทำงานตามเป้าหมายที่ กำหนดไว้โดยได้รับความสำเร็จในการทำงาน ได้รับมอบหมายให้ทำงานที่ท้าทายให้สำเร็จ เกิด ความรู้สึกว่ามีคุณค่าในชีวิต

4. การเป็นที่ยอมรับ (Recognition) รับรู้ว่าตนเองได้รับความเชื่อถือจากเพื่อนร่วมงาน ได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาในการท างาน ได้รับความคาดหวังที่ดีและความ ไว้วางใจในการทำงาน

2.2.2 แนวคิดความสุขในการทำงานของ War (2007) มองว่า ความสุขในการทำงานประกอบด้วย

1. ความรื่นรมย์ในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะทำงาน โดยเกิด ความรู้สึกสนุกกับการทำงาน และไม่มีความรู้สึกวิตกกงวลใดๆในการทำงาน

2. ความรู้สึกกระตือรือร้น เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะทำงาน โดยเกิด ความรู้สึกว่าอยากทำงาน มีความตื่นตัว ทำงานได้อย่างคล่องแคล่ว รวดเร็ว กระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวาในการทำงาน

3. ความพึงพอใจในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นในขณะท างานโดยเกิด ความรู้สึกเพลิดเพลิน ชอบ สนใจ พอใจ และยินดีในการปฏิบัติงานของตน

โดยความรู้สึกทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากเป็นความรู้สึกที่มีฐานจากความพอใจ และเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ซึ่งมาจากที่ต่างกันของลักษณะสิ่งแวดล้อมในการทำงาน จากแนวคิดเกี่ยวกบความสุขในการทำงานข้างต้น สรุปได้ว่า ความสุขในการทำงาน เกี่ยวข้องกับความรู้สึกกที่บุคคลมีต่อลักษณะงานของตนเอง ว่าเกิดความพึงพอใจหรือไม่ โดย บุคลากรจะเกิดความพึงพอใจในงานมากน้อยเพียงใดนั้นต้องขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ หากองค์กรมี แรงจูงใจที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากรได้ บุคลากรก็จะมีความรัก ความ กระตือรือร้น ตั้งใจทำงาน ส่งผลให้งานประสบความสำเร็จด้วยดี ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกบแรงจูงใจเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อ

วิเคราะห์ระบบการจูงใจขององค์กรที่เป็นอยู่นั้นว่าเหมาะสมกับความต้องการของพนักงาน ซึ่งส่งผลให้เกิดความสุขในการทำงานหรือไม่ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดแรงจูงใจมา 3 ทฤษฎี ดังนี้

2.2.3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)

Maslow (1954:80-92) ได้ตั้งทฤษฎีการจูงใจหรือกระตุ้นจากความปรารถนาที่อยู่ภายในเพื่อตอบสนองความต้องการ เป็นลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) ซึ่งประกอบด้วยความต้องการ 5 ระดับ คือ

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการปัจจัย พื้นฐานในการดำรงชีวิตเพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น

2. ความต้องการทางด้านความปลอดภัยมั่นคง (Security Needs) มนุษย์ปรารถนาให้มีความปลอดภัย และความมั่นคงในการดำรงชีวิต เช่น ปลอดภัยจากภยันตรายที่จะเกิดขึ้นกับร่างกาย ปลอดภัยจากภาวะคุกคาม ความเจ็บป่วย และความมั่นคงในหน้าที่การงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับ การยอมรับจากสังคม ต้องการความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อนร่วมงาน โดยมีความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. ความต้องการได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความมั่นใจในความรู้ความสามารถของตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นยกย่องสรรเสริญและต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self- Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ที่ต้องการความสำเร็จในทุกสิ่งตามความนึกคิดของตน ซึ่งต้องพิจารณาถึงสมรรถนะที่เป็นไปได้กับเป้าหมายที่ตนต้องการ เมื่อบุคคลมีการพิจารณาถึงบทบาทชีวิตของตนว่าเป็นอย่างไร บุคคลนั้นจะพยายามผลักดันชีวิตให้เป็นไปในทางที่ดีที่สุดตามที่ได้คาดหมายไว้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เป็นความต้องการของมนุษย์ที่เรียงเป็นลำดับตามความสำคัญจากความต้องการขั้นต่ำไปสู่ความต้องการขั้นสูง เมื่อความต้องการขั้นแรก ได้รับการตอบสนองแล้วก็จะเกิดความต้องการระดับที่สูงขึ้นตามมา เช่นเมื่อได้รับการตอบสนอง ความต้องการทางกายภาพ คือ อาหาร ความต้องการขั้นสูงขึ้นก็จะตามมา คือ ความต้องการความ ปลอดภัย การได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นต้น

2.2.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's two-factor theory)

Herzberg (1991:5-7) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอใจและส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ลักษณะนั่นคือ ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) และปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ดังนี้

ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้องานที่ทำ (Job Content) และการปฏิบัติงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่จูงใจพนักงานให้เกิดแรงจูงใจ ทำงานอยางมีความสุข นำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน ได้แก่

1. ความสำเร็จของงาน (Achievement) คือ การที่บุคคลทำงานประสบความสำเร็จ สามารถแก้ไขและป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นเมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงาน

2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) คือ การได้รับการยอมรับนับถือจาก ผู้บังคับบัญชา ซึ่งแสดงออกที่เป็นการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอยางหนึ่งบรรลุสำเร็จ

3. ความก้าวหน้าในงาน (Advancement) คือ การที่บุคคลได้รับการเลื่อนตำแหน่ง สูงขึ้นในองค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

4. ลักษณะงาน (Work Itself) คือ งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ท้าทายให้ต้องลงมือทำหรือเป็นงานที่มีลักษณะซึ่งบุคคลสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจน จบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

5. โอกาสที่จะก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of growth) คือการที่บุคคลมีโอกาสได้ กาวหน้าได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่ง และได้รับความกาวหน้าในทักษะวิชาชีพ

6. ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับ มอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆและมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างดี โดยไม่ได้มีการตรวจสอบหรือควบคุมอยางใกล้ชิด

2.2.5 ปัจจัยสุขอนามัย เป็นปัจจัยที่อยู่ล้อมรอบงาน (Job Context) ซึ่งไม่เกี่ยวกับตัวงานโดยตรง ปัจจัยสุขอนามัยไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่ทำให้บุคคลพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่จะปฏิบัติงานได้ ซึ่งมีอยู่10 ประการคือ

1. การบังคับบัญชา (Supervision) คือ ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการ ดำเนินงาน และมีความยุติธรรมในการบริหาร

2. นโยบายการบริหาร (Policy and administration) คือ การจัดการและการบริหาร องค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

3. สภาพการทำงาน (Working condition) คือสภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่โมงการทำงาน อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆมีเพียงพอ

4.ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (Relations with superiors) คือการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาด้วยความสัมพันธ์อันดี การทำงานร่วมกันด้วยความเข้าใจ

5. ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Relations with subordinates) คือ การ ติดต่อสื่อสารกบผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความสัมพันธ์อันดี การทำงานร่วมกันด้วยความเข้าใจ

6. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relations with peers) คือการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานด้วยความสัมพันธ์อันดี สามารถทำงานอันดี สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

7. ตำแหน่งในบริษัท (Status) คือตำแหน่งงานเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติ และศักดิ์ศรี

8. ความมั่นคงในงาน (Job security) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

9. เงินเดือน (Salary) คือ ค่าจ้างที่องค์กรจ่ายเป็นรายเดือน

10. ชีวิตส่วนตัว (Personal life) คือความรู้สึกดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานของบุคคล

2.2.6 ทฤษฎีความต้องการ 3 อย่าง (Three Needs Theory) Mc Clelland (quoted in Reeve,1992) ได้ศึกษาพบว่าในสังคมที่เจริญแล้วจะมีความต้องการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1.ความต้องการความสำเร็จ (Need of Achievement) เป็นความต้องการความสำเร็จในงานที่ทำจึงทำให้เกิดพลังขับเคลื่อนให้เกิดความมุ่งมันทุ่มเททำงานอยางเต็มที่ได้มาตรฐานคุณภาพงานสูง สามารถแก้ไขปัญหาในงานได้ดี และพอใจในการทำงานที่รับผิดชอบคนเดียว สามารถทำงานที่ยากและท้าทาย ซึ่งบุคคลที่ต้องการความสำเร็จในระดับที่สูง มักจะเป็นผู้ที่มีความสามารถ เฉพาะตัวจึงอาจไม่สามารถเป็นผู้บริหารที่ดีได้ เนื่องจากผู้บริหารจำเป็นต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น เน้นให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมและต้องมีมนุษยสัมพันธ์สูง

2. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) เป็นความต้องการมีอิทธิพลหรือควบคุม พฤติกรรมผู้อื่น หรือจูงใจให้ผู้อื่นมีพฤติกรรมที่ตนต้องการ ซึ่งควาทต้องการในอำนาจ

แบ่งได้เป็น 2 แบบคือ ความต้องการอำนาจเพื่อตนเอง คือการใช้อำนาจเพื่อควบคุมใช้ประโยชน์จากคนอื่นเพื่อ ผลประโยชน์ขององค์กรหรือส่วนรวม และเพื่อต้องการให้สังคมยอมรับและชื่นชม

3. ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Need for Affilation) เป็นความต้องการมีสัมพันธภาพที่ ดีกบผู้อื่นต้องการเพื่อนและมนุษยสัมพันธ์บุคคลที่มีความต้องการมิตรสัมพันธ์ในระดับสูง จะทำงานร่วมกบคนอื่นได้ดี เป็นมิตร มีความร่วมมือที่ดีและหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง แต่บุคคลที่มีความ ต้องการมิตรสัมพันธ์ในระดับสูงมักจะไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการบริหารมากนัก เพราะการ มุ่งมนุษยสัมพันธ์จะทำให้เกิดความยุงยากในการตัดสินใจ เช่นการเกรงใจกัน McClelland กล่าวว่า ความต้องการทั้ง 3 ด้านสามารถเกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกัน โดยสัดส่วนในแต่ละด้านจะแตกต่างกันจากในทฤษฎีแรงจูงใจการทำงานดังกล่าว

2.2.7 Gross National Happiness

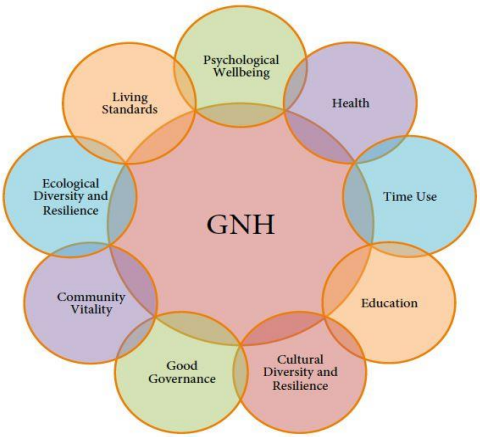
หรือ GNH แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH) ได้รับการประกาศใช้โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว Jigme Singye Wangchuck กษัตริย์องค์ที่สี่ของภูฏานในต้นทศวรรษ 1970 เมื่อพระองค์ตรัสเกี่ยวกับ GNH ในขณะนั้น พระองค์ทรงตั้งคำถามกับระบบการวัดที่มีอยู่ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เพียงอย่างเดียวสามารถส่งมอบความสุขและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมได้ เขายังเป็นราชาวัยรุ่นและฉลาดเกินอายุของเขา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเชื่อมั่นว่าความสุขเป็นตัวบ่งชี้และเป็นสัญญาณของการพัฒนาที่ก้าวหน้าของชาวภูฏาน นอกจากนี้เขายังเชื่อในความชอบธรรมของการอภิปรายสาธารณะในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาของภูฏาน (GNH Center Phutan, พ.ศ. 2549)

ความสุขมวลรวมประชาชาติ ได้รับการออกแบบในความพยายามที่จะกำหนดตัวบ่งชี้ที่วัดคุณภาพชีวิตหรือความก้าวหน้าทางสังคมในแง่องค์รวมและจิตวิทยามากกว่าตัวบ่งชี้ทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ คำว่าคุณภาพชีวิต ใช้เพื่อประเมินความเป็นอยู่ทั่วไปของบุคคลและสังคม คำนี้ใช้ในบริบทที่หลากหลาย รวมถึงด้านการพัฒนาระหว่างประเทศ การดูแลสุขภาพ และการเมือง คุณภาพชีวิตไม่ควรจะสับสนกับแนวคิดเรื่องมาตรฐานการครองชีพที่ยึดตามรายได้เป็นหลัก ตัวชี้วัดมาตรฐานของคุณภาพชีวิตไม่เพียงแต่ความมั่งคั่งและการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น สุขภาพร่างกายและจิตใจ การศึกษา นันทนาการและเวลาว่าง และความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติอธิบายโดยเสาหลักสี่ประการ (GNH Center Phutan, พ.ศ. 2549) ได้แก่

1. ส่งเสริมธรรมาภิบาล ธรรมาภิบาลถือเป็นเสาหลักของความสุขเพราะกำหนดเงื่อนไขการเจริญเติบโต

2. การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนและเท่าเทียมกัน เศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคมและเศรษฐกิจของครัวเรือนและครอบครัว เวลาว่างและเวลาว่างตามบทบาทของปัจจัยเหล่านี้ในความสุข
3. การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม เชื่อกันว่าความสุขเกิดจากการรักษาวัฒนธรรม การพัฒนาความยืดหยุ่นทางวัฒนธรรมซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นความสามารถของวัฒนธรรมในการรักษาและพัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความรู้และการปฏิบัติ และสามารถเอาชนะความท้าทายและความยากลำบากจากบรรทัดฐานและอุดมคติอื่น ๆ
4. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถือเป็นส่วนสำคัญต่อ GNH เพราะนอกจากจะให้บริการที่สำคัญ เช่น น้ำและพลังงานแล้ว เชื่อว่าสิ่งแวดล้อมมีส่วนทำให้เกิดสุนทรียภาพและแรงกระตุ้นอื่นๆ ที่สามารถเยียวยาผู้ที่ชอบสีสันสดใสและแสง สายลมที่พัดผ่านได้โดยตรงและ ความเงียบในเสียงของธรรมชาติ

ด้วยการสนับสนุนจากนักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ และนักการเมืองชาวตะวันตกและตะวันออกหลายคน แนวคิดนี้จึงพัฒนาไปสู่รูปแบบการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม สหประชาชาติผ่านมติ 65/309 ซึ่งได้รับการรับรองอย่างเป็นเอกฉันท์จากสมัชชาใหญ่ในเดือนกรกฎาคม 2554 โดยวาง "ความสุข" ไว้ในวาระการพัฒนาระดับโลก การศึกษาแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของเราได้รับผลกระทบจากความสนใจของเรา มาตรการที่เราเลือก สิ่งที่ดึงดูดความสนใจของเรา จะขับเคลื่อนสิ่งที่เราทำและการตัดสินใจของเรา การวัดสิ่งที่สำคัญช่วยให้เราตัดสินใจที่สอดคล้องกับค่านิยมของเราอย่างแท้จริง ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดของความสุข ระบุไว้ในขอบเขตที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน 9 ประการ (Centre for Bhutan Studies & GNH Research, 2015) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1: The nine domains of GNH

ที่มา: Centre for Bhutan Studies & GNH Research, 2015

แนวคิดการวัดจีเอ็นเอชนั้น ริเริ่มโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ซิงเย วังชุก รัชกาลที่ 4 แห่งราชอาณาจักรภูฏาน เมื่อ พ.ศ. 2515 โดยพระองค์มีดำริว่าแนวคิดจีดีพีอาจไม่ได้สะท้อนความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน จึงรับสั่งให้ออกแบบดัชนีชี้วัดใหม่ตามกฎหมายเก่าแก่ของภูฏานที่ว่า“หากรัฐบาลไม่สามารถสร้างความสุขให้กับประชาชนได้ รัฐบาลก็ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำรงอยู่” (Suriyankietkaew[H1] , & Kim, 2017).

1. ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) คุณภาพชีวิต ความพึงพอใจในชีวิต จิตวิญญาณ ความสมดุลทางอารมณ์

2. มาตรฐานการครองชีพ (Living Standard) ความสะดวกสบายของวัสดุวัดจากรายได้ ความมั่นคงทางการเงิน ที่อยู่อาศัยและความเป็น เจ้าของทรัพย์สิน

3. ธรรมาภิบาล (Good Governance) วิธีที่ผู้คนรับรู้ถึงการทำงานของรัฐบาล ผลงานของรัฐบาล เสรีภาพ สถาบันที่ไว้วางใจ

4. สุขภาพ (Health) ทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจ สถานะสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพ อุปสรรคต่อสุขภาพ

5. การศึกษา (Education) ประเภทของความรู้ ค่านิยม และทักษะ

6. สุขภาพชุมชน (Community Vitality) ความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ภายใน ความมีชีวิตชีวาของครอบครัวความปลอดภัย ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสนับสนุนทางสังคม การขัดเกลาทางสังคม ความหนาแน่นของความเมตตา

7. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience)

ความแข็งแกร่งของประเพณีวัฒนธรรม และ เทศกาลต่างๆ การใช้ภาษาถิ่น การมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม ทักษะทางศิลปะ

8. การใช้เวลา (Time Use) ใช้เวลากับงาน, ไม่ทำงาน, นอนนานเท่าไหร่ สมดุลชีวิตการทำงาน

9. ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) การรับรู้ของผู้คนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความเสื่อมโทรม ของระบบนิเวศ ความรู้เชิงนิเวศน์ ปัญหาการกลายเป็นเมือง ความเสียหายต่อสัตว์ป่า (ชนบท)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเจนเนอเรชั่น

2.3.1 ความหมายของเจเนอเรชั่น (Generation)

เบลและ นาร์ซ (Bell N. S. and M. Narz, 2007) กล่าวถึงความหมายของเจเนอเรชั่น (Generation) ว่าการแบ่งประชากรตามเหตุการณ์ในช่วงชีวิตที่ได้ประสบเช่นเดียวกัน

กลาซ (Glass, 2007) กล่าวถึงความหมายของเจเนอเรชั่น (Generation) ว่ากลุ่มคนที่มีประสบการณ์จากเหตุการณ์หรือสภาพสังคมในช่วงเวลาหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกัน และประสบการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดทัศนคติแนวคิด ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเหมือนกันหรือคล้ายกัน

เดชา วัฒนะไพศาล (2552) ได้กล่าวว่าเจเนอเรชั่น คือกลุ่มคนที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกันมีสภาพแวดล้อมและประสบการณ์คล้ายกัน ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ในพฤติกรรม ทัศนคติ ค่านิยมร่วมกันในแต่ละเจเนอเรชั่น

คาล (Karl Mannheim, 1952) ได้กล่าวว่า เจอเนเรชั่น คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาเดียวกันที่ผ่านเหตุการณ์สำคัญร่วมกันมาไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ วิถีชีวิต และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ที่ทำให้เกิด ทัศนคติ แนวคิด ค่านิยม พฤติกรรม ที่แตกต่างกันในแต่ละเจเนอเรชั่น

ฮันเนย์ (Hannay and Fretwell, 2010) กล่าวถึงความหมายของเจเนอเรชั่น (Generation) ว่าการแบ่งกลุ่มของคนตามปีที่เกิด โดยคนที่เกิดในช่วงปีเดียวกันจะประสบกับเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันและมีความคิดเห็นคล้ายกัน

2.3.2 คุณลักษณะของเจเนอเรชั่น (Generation)

จากความหมายของเจเนอเรชั่น (Generation) ข้างต้น เจเนอเรชั่นหมายถึงการแบ่งกลุ่มคนตามปีที่เกิดซึ่งคนที่ เกิดในช่วงปีใกล้เคียงกันจะเป็นกลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกันและจะมี

ประสบการณ์ จากเหตุการณ์ทางสังคมที่มีความคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ประสบการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดเอกลักษณ์ในทัศนคติ และพฤติกรรมร่วมกันในกลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกัน และกลุ่มคนที่อยู่ต่างเจเนอเรชั่นกันจะมีลักษณะ ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศแบ่งคุณลักษณะของแต่ละเจเนอเรชั่น (Generation) ไว้ดังนี้

เดชา เดชะวัฒนไพศาล (2552) กล่าวว่าการแบ่งเจเนอเรชั่นเริ่มขึ้นจากนักวิจัยชาวตะวันตก ที่ทำการจัดกลุ่มคนตามเกณฑ์ช่วงอายุการจัดกลุ่มเช่นนี้ทำให้เกิดการศึกษาความแตกต่างเชิงคุณลักษณะ ความคิด พฤติกรรมในการใช้ชีวิต การบริโภคและการทำงานของคนอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน โดย แต่ละยุคจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อมทางสังคมในปัจจุบันสามารถแบ่งกลุ่มและอธิบายลักษณะเด่นของแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มเบบี้บูมเม่อ (Baby Boomers) คือกลุ่มคนที่ เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือ เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2489 – 2507 โดยชื่อ “เบบี้บูมเม่อ นั้นมาจากเหตุการณ์ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการสูญเสียคนจำนวนมากจากสงคราม ในหลายประเทศจึงมีนโยบายส่งเสริมให้คนมีทายาทมากขึ้นเพื่อชดเชยกับแรงงานที่เสียชีวิตไป รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจมีอัตราการเติบโตสูง และปลอดภาวะสงคราม ยิ่งทำให้อัตราการเกิดของประชากรเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ในช่วงนั้นยังไม่มี การรณรงค์เรื่องการคุมกำเนิดทำให้ในครอบครัวหนึ่งๆ มีลูกหลายคน ซึ่งคนกลุ่มนี้ จะมีลักษณะนิสัย มุ่งมั่น ทุ่มเทในการทำงานและมีความภักดีต่อองค์กรสูง มีการปฏิบัติตามกฎกติกาหรือแนวปฏิบัติต่างๆ อย่างเคร่งครัด

กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็ก (Generation X) คือกล่มคนที่เกิดหลังปีพ.ศ. 2508 – 2523 ลักษณะนิสัยของคนกลุ่มนี้คือ มีอุปนิสัยชอบเสี่ยง ชอบความอิสระ มีความสนใจในด้านเทคโนโลยีสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี เจเนอเรชั่นนี้ได้รับการขนานนามว่า “Baby Buster หรือ Slacker” เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีค่อนข้างมากเช่น การเปลี่ยนจากแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลเป็นต้น ส่งผลให้กลุ่มนี้มีความสามารถในการปรับตัวให้เหมาะกับยุคสมัยที่มี 37 การขยายตัวทางการค้าและอุตสาหกรรม ทำให้ยุคนี้มีการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวก มากมายเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต โดยเป็นการตอบสนองความต้องการด้านวัตถุในระดับปัจเจกบุคคลมากขึ้น คุณลักษณะการทำงานของคนกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ ในการทำงานไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นส่วนตัวครอบครัวและสัมพันธภาพใน สังคมของตนเองเป็นการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้ดีและมีแนวคิดที่จงรักภักดี ต่อองค์กร มีความต้องการร่วมงานกับ

องค์กรเป็นระยะเวลานาน คนกลุ่มนี้จะใช้จ่ายเงินไปกับการสร้าง ความสุขให้ชีวิตตัวเอง มีการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มเบบี้บูมเม่อ

กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คือกลุ่มคนที่เกิดหลังปี พ.ศ. 2524 – 2543 เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน เช่น วิถีชีวิตการทำงาน เด็กที่ถูกเลี้ยงมาจากการที่ทั้งพ่อและแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน มีทัศคติความเชื่อของความเท่าเทียมกัน บางบ้านเด็กถูกเลี้ยงด้วยพ่อหรือแม่เพียงคนเดียวเนื่อองจากพ่อกับแม่แยกทางกัน แต่เด็กในเจเนอเรชั่นวายจะมีอิสระ น้อยกว่าเจเนอเรชั่นเอ็กเนื่องจากพ่อแม่มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยจากสังคมภายนอกสูง ส่งผล ให้เจเนอเรชั่นวายมีวุฒิภาวะหรือความเป็นผู้ใหญ่น้อยกว่าเบบี้บูมเม่อและเจเนอเรชั่นเอ็กในช่วงอายุเดียวกัน เจนเนอเรชั่นวายมีชื่อเรียกที่ต่างกันออกไปอีกหลายชื่อเช่น millennial, WHY, Dot Com, Net Generation หรือ KIPPERS (Kids in Parents' pockets Retirement Saving) เป็นต้น โดยแต่ละชื่อ ล้วนสะท้อนถึง คุณลักษณะ ทัศนคติหรือพฤติกรรมที่สำคัญของเจเนอเรชั่นวาย โดยคนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มคนที่เกิดในยุคที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงและมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อย่างมากและในขณะเดียวกันเจเนอเรชั่นวายยังได้รับประสบการณ์หรือการเผชิญกับวิกฤตความรุนแรง ทางสังคมอย่างมาก เช่น สภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ ในหลายประเทศ เหตุการณ์ก่อการร้าย ภัยธรรมชาติที่รุนแรงและคาดไม่ถึง ส่งผลให้เจเนอเรชั่นวายมีคุณลักษณะทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการการยอมรับและความเข้าใจจากกลุ่ม ต้องการ เป็นคนสำคัญ ชอบอะไรท้าทาย มีความอยากรู้อยากเห็น แต่มีความอ่อนไหวต่อสิ่งเร้า ซึ่งเป็นผลมาจาก การเลี้ยงดูของพ่อกับแม่อย่างใกลชิด เจเนอเรชั่นวายจึงมักมีเงื่อนไขในการทำงานเสมอ มีลักษณะ การใชชีวิตและการทำงานเพื่อวันนี้ไม่มีการวางแผนระยะยาว ไม่คำนึงถึงอนาคต จึงส่งผลให้เกิด พฤติกรรมการบริโภคอย่างเรงด่วน ซึ่งคนกลุ่มนี้ความสำคัญกับผลสำเร็จของงาน ชอบความท้าทาย ของเนื้องานมากกว่าวิธีการทำงาน จึงมีความคาดหวังต่อการประสบความสำเร็จของตนเองสูง นอกจากนี้ คนกลุ่มนี้ยังมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างและหลากหลายได้ดี

เจเนอเรชั่นซี (Generation Z) คือกลุ่มคนที่ เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2563 คนรุ่นนี้ มีหลายชื่อเรียกเช่น เจเนอเรชั่นวี (Generation V) ที่มาจากคำว่า Virtual หรือเจเนเรชั่นซี (Generation C) มาจากคำว่า Community หรือ Content หรืออินเทอร์เน็ตเจเนอเรชั่น (Internet Generation) หรือ กูเกิลเจเนอเรชั่น (Google Generation) คนกลุ่มนี้มีความผูกพันอยู่กับสื่อจำพวก DVD อินเทอร์เน็ต MSN โทรศัพท์มือถือเครื่องเล่น MP3 เป็นต้น และเป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่กลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็ก (Generation X) และเจเนอเรชั่น (Generation Y)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางสรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่อผู้วิจัย	ชื่องานวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
1.	Omugo & Onuoha (2016)	Quality of Work-Life and Organizational Commitmentin Public Sector Organizations in Rivers Stateใช้ทฤษฎีของ Walton (1975) และ steer (1977)	The population for this study thus comprises of 797 employees of the main branches or head offices of five use 266 sample size with quantitative research	ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเหมาะสม, ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน และวัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลอย่างยิ่งกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
2.	Wahlberg, Nelson & Brochado (2017)	Quality of working life and engagement in hostels ใช้ทฤษฎีของ Walton (1974) และ Allen N.J. and Meyer J.P 1990	A survey was conducted with 98 employees from 40 hostels in Lisbon with quantitative research	The results reveal that quality of working life has a strong negative impact on employees' exit behaviours and a positive effect on their loyalty. In addition, work engagement was found to mediate fully the relationship between quality of working life and both employee voice and neglect, as well as partially mediating exit intentions.
3.	Sahni (2017)	Role Of Quality Of work life in Determining employee engagement and organizational commitment in telecom industry ใช้ทฤษฎีของ walton(1974) และ Schaufeli et al., (2002)	Random sample of 312 employee working in Telecom industry of Saudi Arabia with quantitative research	The study has established that QWL, organizational commitment and employee engagement are positively related, however, all dimensions of QWL are not uniformly related with organizational commitment and employee engagement. Different dimensions of

				QWL have distinct influence on these two constructs
4.	Fatmasari, Mochammad & Wulida (2018)	The effect of quality of work-life and motivation on employee engagement with job satisfaction as an intervening variable ใช้ทฤษฎีของ Walton (1975) และ steer (1977)	Explanatory research with a quantitative approach was conducted on a private university in Malang with 74 respondents	คุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 4 ปัจจัย ส่งผลทางบวกกับความพึงพอใจในงานและความพึงพอใจในงานส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร นอกจากนี้ คุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 4 ปัจจัย ยังส่งผลโดยตรง ต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
5.	Bandyopadhyay และ Srivastava (2018)	Determinants of psychological well-being and its impact on mental health and employee engagement	พนักงาน 332 คน จากธุรกิจภาคการ ผลิตและบริการที่ เป็นขององค์กรเอกชนและ ภาครัฐ	ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สุขภาวะทางจิต(Psychological Well-being) มีส่วนสำคัญต่อสุขภาพจิต และความผูกพันองค์กรของพนักงาน
6.	Riyanto, Ariyanto, และ Lukertina (2019)	Work-Life Balance and its Influence on Employee Engagement “Y” Generation in Courier Service Industry	พนักงาน Gen Y จำนวน 118 คน ใน อุตสาหกรรมบริการ จัดส่ง	ความสมดุลระหว่างชีวิต กับงานส่งผลเชิงบวกต่อ ความผูกพันองค์กร โดย ปัจจัยด้านการทำงาน ส่งผลกระทบต่อชีวิต ส่วนตัวของแต่ละบุคคล (WIPL) มีอิทธิพลสูงสุดในมิติอื่น
7.	Han และ Kim (2020)	The Effect of Clinical Dental Hygienist’s Moral Sensitivity and Psychological Well-Being on Job Engagement	ทันตแพทย์ที่มีประสบการณ์ 1 ปี ขึ้นไป จำนวน 189 คน	สุขภาวะทางจิตส่งผลเชิงบวกกับความผูกพันธ์ในงาน และสุขภาวะทางจิตสามารถส่งเสริมให้ความผูกพันในงานเพิ่มขึ้น
8.	สุรีย์พร บุญโชคเจริญศรี (2559)	การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานลักษณะงานและผู้บังคับบัญชา ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในย่านธุรกิจ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร	พนักงานระดับปฏิบัติการในย่านธุรกิจ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน	ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านการเสริมสร้างแรงจูงใจ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ ส่วนด้านความมั่นคงในงาน และด้านความก้าวหน้าในงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับใน

				ย่านธุรกิจ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร
9.	จิรนันท์ ศรีภิรมย์ (2559)	ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของครูและบุคลากร วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพและบริหารธุรกิจ	ครูและบุคลากร วิทยาลัยเทคโนโลยี พายัพและบริหารธุรกิจ จำนวน 68 คน	ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของครูและบุคลากร วิทยาลัยพายัพและบริหารธุรกิจ อยู่ในระดับมาก คือด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่วนระดับต่ำ คือ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ
10.	พิกุล พุ่มช้าง (2559)	การวิเคราะห์องค์ประกอบการเป็นองค์กรแห่งความสุขของสถาบันการศึกษาไทย	บุคลากรทางการศึกษาของการศึกษาขั้นพื้นฐานและอุดมศึกษาจำนวน 900 คน	ความสุขด้านจิตใจมาจากการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมและมีการสื่อสารในการ ปฏิบัติงานระหว่างกันเป็นอย่างดี ส่งผล ให้เกิดความสมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร กับองค์กร รวมทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับพนักงานได้
11.	ณภัค อินทรานนท์ (2560)	ความต้องการสวัสดิการยืดหยุ่นของพนักงาน สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ แบ่ง ตามเจเนอเรชั่น	พนักงานและพนักงานตามสัญญาจ้างของสำนักงาน กสทช. ที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางจำนวน 375 คน	เจเนอเรชั่น มีผลต่อความพึงพอใจต่อสวัสดิการ ด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน และหากเปรียบเทียบสวัสดิการยืดหยุ่นจำแนกตามเจเนอเรชั่น พบว่าเจเนอเรชั่น ที่แบ่งกลุ่มประชากรตามปีเกิดที่ต่างกัน โดยเจเนอเรชั่น X และเจเนอเรชั่น Y มีผลต่อความต่องการ สวัสดิการยืดหยุนที่มากเหมือนกันและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจเนอเรชั่นซีที่เป็นการแบ่งกลุ่มตามพฤติกรรม การใช้เทคโนโลยีกับกลุ่มที่ไม่ใช้เจเนอเรชั่น ซี จะมีความต้องการสวัสดิการยืดหยุ่นที่แตกต่างกัน
12.	วัชระ ขำเลิศ, รศ.พิพัฒน์ ไทยอารี (2560)	ความสุขในการทำงานของบุคลากรของสำนักบริหารกลาง กรม ทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์	บุคลากรของสำนัก บริหารกลาง กรม ทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 113 คน	ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรของสำนักบริการกลางกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ประกอบไปด้วย เพศ, สถานภาพ, อายุ, การศึกษา, รายได้เฉลี่ย

				ต่อเดือน,ประสบการณ์ทำงาน และประเภทบุคลากรโดยทุกคนมีสถานภาพที่แตกต่างกัน จึงมีความสุขในการทำงานแตกต่างกันในด้านการพึงพอใจในงานและในด้านการเป็นที่ยอมรับ
13.	กรวิภา วรรณแสวง (2560)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันธ์ต่อองค์กรต่อพนักงาน : บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งประเทศไทยแห่งหนึ่ง	พนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง	การจากศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อลักษณะงาน และภาพรวมในการ บริหารอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านลักษณะของงาน, ด้านความสำคัญของงาน, ด้านความ สำพันธ์ กับผู้บังคับบัญชา, ความก้าวหน้าในงาน
14.	ณภัทร วุฒิธะพันธ์ และ จิระประภา อัครบวร (2560)	การพัฒนาปัจจัยด้านการจัดการคณะที่ส่งผลต่อความผูกพันของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย	อาจารย์จาก 5 มหาวิทยาลัย จำนวน 17 คน	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้าน อุดมการณ์ส่วนตัว ได้แก่ ความ สมบูรณ์ของชีวิต คุณค่าและทัศนคติ ส่วนบุคคล ความเชี่ยวชาญของตนเอง การให้ความช่วยเหลือและความ สำนึกในหน้าที่ 2) ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ความมีอิสระในการทำงาน การมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน คุณค่า ของงาน การเรียนรู้และโอกาสในการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความท้าทายในการทำงาน ความเจริญก้าวหน้า และค่าตอบแทน
15.	ทรงสมร โสตะ (2560)	สุขภาวะทางจิต ความคิดเชิงบวก คุณค่าของงาน และ ความผูกพันต่อ องค์การของครูในโรงเรียน มัธยมศึกษาในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	ครูโรงเรียน มัธยมศึกษาในเขตอำเภอปาก เกร็ด จ. นนทบุรี 4 โรงเรียน จำนวน 306 คน	สุขภาวะทางจิตความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การ
16.	ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560)	การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยุ่งยืนในธุรกิจการ	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม และเก็บ	ผลการศึกษาพบว่า มี 13 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนิน

		ให้บริการขยายตลาดตาม แนวคิด Honeybee leadership	รวบรวมข้อมูลจาก จาก พนักงานในธุรกิจให้บริการ ด้านการขยายตลาดตลาด (Market Expansion Services) จำนวนทั้งสิ้น 247 คน	ธุรกิจ คือ การให้คุณค่าของ พนักงาน การมีหลักจริยธรรม และธรรมาภิบาล การ วางแผนการการดำเนินการ ขององค์กรไปในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่าง นุ่มนวล การมีความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อ สังคม การสร้างเครือข่ายใน องค์กร การแบ่งปันความรู้ และม่สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนิน ธุรกิจ คือให้ไว้วางใจแก่ พนักงาน นวัตกรรมในองค์กร พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กร ธุรกิจ คุณภาพของสินค้าและ บริการขององค์กร และมี 5 ปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การ วางแผนการระยะยาว การ แบ่งปันความรู้และรักษาของ องค์กร การให้คุณค่าของ พนักงาน พนักงานมีส่วน ร่วมกับองค์กรธุรกิจ และการ สร้างเครือข่ายในองค์กร
17.	**อนันต์** มณีรัตน์ (2560)	ความผูกพันธ์ในองค์การ: ศึกษา กรณี สำนักบุคลากรใน สำนัก เลขาธิการคณะรัฐมนตรี	บุคลากรใน สำนัก เลขาธิการ คณะรัฐมนตรี จำนวน 190 คน	ความผูกพันในองค์การของ บุคลากร ในสำนักเลขาธิการ คณะรัฐมนตรีอยู่ ในระดับ มากที่สุด ปัจจัยด้านการ บริหารองค์กร ได้แก่ ด้าน คุณภาพชีวิต และด้าน บรรยากาศในองค์กร มี อิทธิพลต่อความผูกพันใน องค์กร ปัจจัยด้านลักษณะ งาน ได้แก่ ด้าน ความท้าทาย และด้านโอกาส ปฏิสัมพันธ์ กับผู้อื่น มีอิทธิพลต่อ ความ ผูกพันในองค์กร ปัจจัยด้าน การ พัฒนาอาชีพ ได้แก่ ด้าน

				การจัดทำ เส้นทางอาชีพ ด้านการมอบหมายงาน ที่ท้าทายความสามารถ และด้านการ ประชุมเชิงปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อ ความผูกพันในองค์กร
18.	พวงแก้ว รัตนสุมาวงศ์ (2561)	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ของงานและความผูกพันกับองค์กร ของลูกจ้างบริษัท กสิกรลิสซิ่งจ ากัด สาขาส านักงานใหญ่	พนักงานบริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 201 คน	การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า เพศ ระดับการศึกษา เงินเดือน และแผนกที่ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันกับองค์กรแต่อายุและอายุงาน อิทธิพลของลักษณะงาน อาทิ ความสามารถที่หลากหลายอัตลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความสามารถในการตัดสินใจด้วยเอง และผลการประเมินแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของงานและความสามารถในการตัดสินใจเองนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันกับองค์กรในขณะที่ความหลากหลายของทักษะ ความสำคัญของงาน และผลการประเมิน ส่งผลกระทบต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน
19.	มัญชุพัฒน์ ภิรมณ์น้อย (2561)	ปัจจัยด้านองค์กรและผู้บริการต่อความสัมพันธ์ต่อการคงอยู่ของพนักงานใอุตสาหกรรมยานยนต์ ของประเทศไทย	พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ จำนวน 100 คน	จากการศึกษาสรุปได้ว่าทัศนคติการคงอยู่ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยคือปัจจัยจูงใจด้าน ค่าตอบแทน
20.	สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูล ไทย และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561)	ปัจจัยที่มีผล ต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง	ครูในโรงเรียน เอกชนแห่งหนึ่ง 250 คน	ระดับความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งโดยรวมอยู่ ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูคือ ความท้าทายในงาน ความก้าวหน้าในงาน ความยากง่ายของงาน การได้รับ

				การตอบสนองจากองค์กร และความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร
21.	กมลพร ดีประทีป และ ธีระดา ภิญโญ (2561)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการครู ในโรงเรียน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 1	ข้าราชการครู ในโรงเรียน สังกัด สำนักงานเขต พื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 จำนวน 380 คน	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ของข้าราชการครู ได้แก่ 1.ด้าน ความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร 2. ด้านการได้รับการยอมรับ นับถือ 3.ด้านความท้าทายของงาน 4.ด้านความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้ ด้านการได้รับโอกาส และ ความก้าวหน้าด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น
22.	พงศกร แมฮะ (2561)	สวัสดิการแบบเลือกได้กับการดึงดูดคน Gen Y เข้าทำงานในองค์กรที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523-2540 หรือช่วงอายุ 20-37 ปี ในปี 2560 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	พนักงานคน Gen Y ที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 110 คน	สวัสดิการแบบเลือก ได้สามารถดึงดูดคน Gen Y ได้ในบางกรณีเท่านั้น โดยการที่องค์กรให้การันตีโบนัส มีชื่อเสียงไม่มาก และมีการกำหนดเวลาการทำงานที่ชัดเจน มีแนวโน้มที่จะสามารถให้สวัสดิการแบบเลือกได้ในการดึงดูด คนเข้ามาทำงานกับองค์กรได้ดีที่สุด ส่วน เพศ ช่วงอายุและการศึกษาของคน Gen Y ไม่ได้มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรเมื่อองค์กรได้ใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน
23.	เทพศิรินทร์ คำไทยกลาง, บุษยา วงษ์ชวลิตกุล(2561)	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร พนักงานธนาคารออมสินภาค 13	พนักงานธนาคารออมสินภาค 13 จำนวน 255 คน	พนักงานธนาคารออมสินภาค 13 มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จากแรงจูงใจจากปัจจัยค้ำจุน และปัจจัยจูงใจตามลำดับ นอกจากนี้ พนักงานธนาคารออมมสินภาค 13 มีความผูกพันต่อองค์กรใน 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายองค์กร, ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร และความ

				ปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพ
24.	นิเวศน์ ธรรมะ และ คณะ (2562)	การวิเคราะห์ องค์ประกอบ เชิงสำรวจที่มี อิทธิพลต่อ ความผูกพัน ของพนักงาน ในองค์การ	กลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีงานทำทั่วประเทศไทย จำนวน 460 คน สุ่มตาม สะดวก	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของ พนักงานในองค์การประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้าน การสอนงาน (Coaching) องค์ประกอบด้านการฝึกอบรม (Training) องค์ประกอบ ด้านการสื่อสาร (Communication) องค์ประกอบด้าน ความเสมอภาคในการทำงาน (Equality of fair) องค์ประกอบด้านความท้าทายในการทำงาน (Work challenge
25.	ธิดารัตน์สวนเศรษฐ์, ระพิน ชูชื่น,ธนวิน ทองแพง (2562)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร, พนักงานสายสนับสนุนวิชาการ	พนักงานสายสนับสนุนวิชาการในมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 306 คน	1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา ประกอบด้วย คุณภาพชีวิตในการทำงานและประสบการณ์ทำงาน โดยในภาพรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมาก และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานและประสบการณ์ทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายสนับสนุนวิชาการในมหาวิทยาลัยบูรพา
26.	มนชนก ชูพรรคเจริญ (2562)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทางานของพนักงานเอกชนในพนที่อำเภอเมือง จังหวดสมุทรปราการ	พนังานเอกชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน	คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เหมาะสม ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการทำงาน ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านการพัฒนาความสามารถ และด้านความสมดุลระหวางชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่นในระดับมาก และปัจจั ยด้านเพศ สถานภาพ

				อายุงานในที่ทำงานปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อ ความสุขในการทำงาน โดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างกลุ่ม

จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ในต่างประเทศ คือ ค่าตอบแทนที่ยุติธรรม และเหมาะสม, ความก้าวหน้า และมั่นคงในงาน และวัฒนธรรมองค์กร (Omugo & Onuoha, 2016), คุณภาพชีวิตในการทำงานและความพึงพอใจในงาน (Fatmasari , Mochammad & Wulida, 2018), ความผูกพันของพนักงานและความมุ่งมั่นขององค์กร (Sahni, 2017), ความสมดุลระหว่างชีวิตกับงาน (Riyanto, Ariyanto และ Lukertina, 2019), สุขภาวะทางจิต สามารถส่งเสริมให้ความผูกพันในงานเพิ่มขึ้นได้ (Han และ Kim, 2020) (Bandyopadhyay และ Srivastava, 2018) ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ไม่ดีทำให้พนักงานออกจากงานและส่งผลดีต่อความจงรักภักดีของพนักงานลดน้อยลง (Wahlberg, Nelson & Brochado, 2017)

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขและความผูกพันในการทำงาน สูงสุดคือคือด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่วนระดับต่ำ คือ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (จิรนันท์ ศรีภิรมย์, 2559), ความท้าทายในงาน ความก้าวหน้าในงาน (กรวิภา วรรณแสวง, 2560) ความยากง่ายของงาน การได้รับการตอบสนองจากองค์กร และความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร (สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูล ไทย และ ประสพชัย พสุนนท์, 2561), ด้านความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้ ด้านการได้รับโอกาสและ ความก้าวหน้าด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (กมลพร ดีประทีป และ ธีระดา ภิญโญ, 2561), ปัจจัยด้านอุดมการณ์ส่วนตัวและปัจจัยด้านงาน ได้แก่ความมีอิสระในการทำงาน (ณภัทร วุฒิธะพันธ์ และ จิระประภา อัครบวร, 2560) การสอนงาน, องค์ประกอบด้านการฝึกอบรม, องค์ประกอบด้านการสื่อสาร, องค์ประกอบด้านความเสมอภาคในการทำงาน (นิเวศน์ ธรรมะ และ คณะ, 2562) ความสุขด้านจิตใจมาจากการทำงานร่วมกันเป็นทีมและมีการสื่อสารในการปฏิบัติงานระหว่างกันเป็นอย่างดีส่งผล ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร กับองค์กร รวมทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานให้กับพนักงานได้ (พิกุล พุ่มช้าง, 2559) ทรงสมร โสตะ (2560) และ (สุรีย์พร บุญโชคเจริญศรี, 2559) ศึกษามาว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานประกอบด้วย ด้านการเสริมสร้างแรงจูงใจ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (มัญชุพัฒน์ ภิรมณ์น้อย,2561) (อนันต์ มณีรัตน์, 2560) (มนชนก ชูพรรคเจริญ, 2562) (ธิดารัตน์สวนเศรษฐ์, ระพิน ชูชื่น,ธนวิน ทองแพง, 2562) ส่วนด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมาย

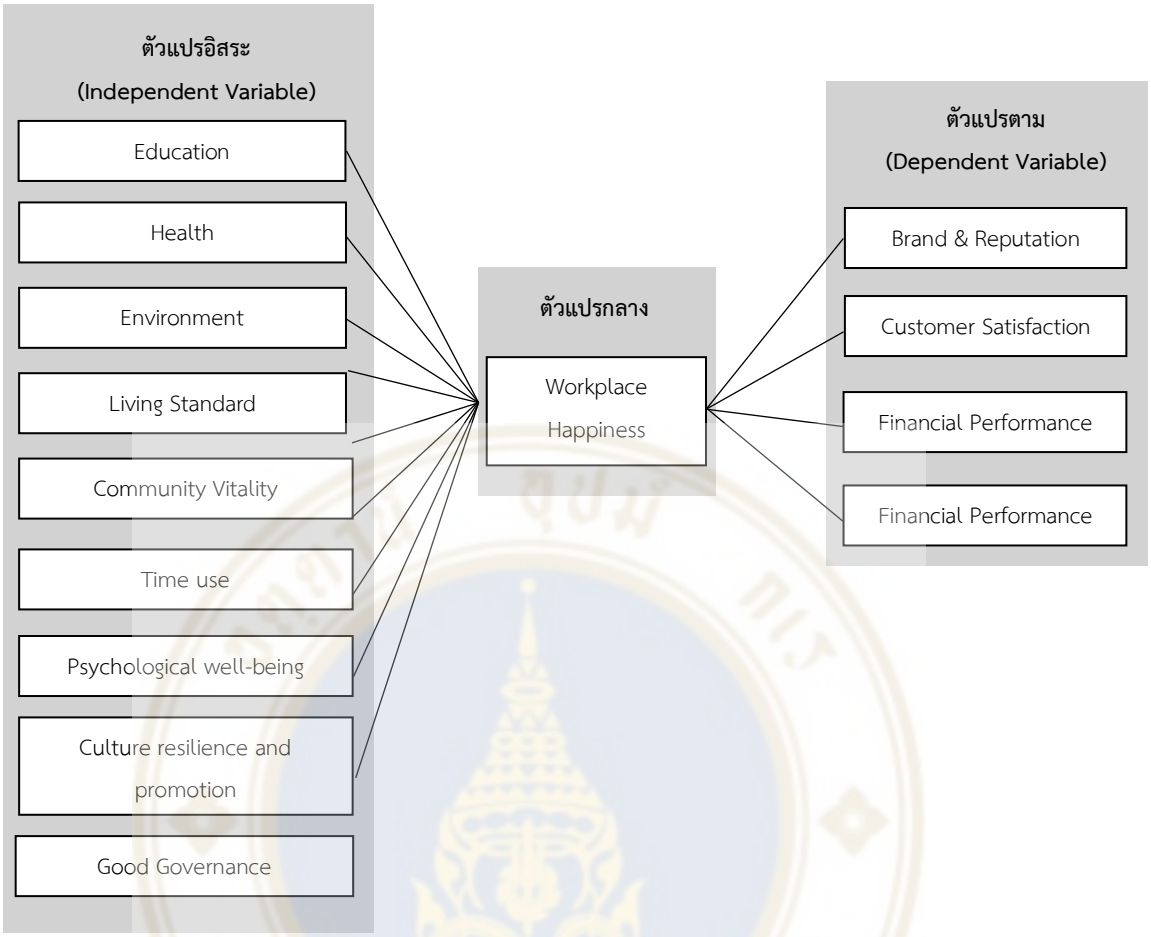
องค์กร, ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพ (เทพศิรินทร์ คำไทยกลาง, บุษยา วงษ์ชวลิตกุล(2561)

ในส่วนของ เพศ, สถานภาพ, อายุ, การศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, ประสบการณ์ทำงานและประเภทบุคลากร โดยทุกคนมีสถานภาพที่แตกต่างกันจึงมีความสุขในการทำงานแตกต่างกันในด้านการพึงพอใจในงานและในด้านการเป็นที่ยอมรับ (วัชระ ขำเลิศ, รศ.พิพัฒน์ ไทยอารี, 2560) และอายุงาน อิทธิพลของลักษณะงาน อาทิความสามารถที่หลากหลายอัตลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ความสามารถในการตัดสินใจด้วยเอง และผลการประเมิน แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของงานและความสามารถในการตัดสินใจ เองนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อความผูกพัน (พวงแก้ว รัตนสุมาวงศ์, 2561)

เจเนอเรชั่น มีผลต่อความพึงพอใจต่อสวัสดิการ ด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน และหากเปรียบเทียบสวัสดิการยืดหยุ่นจำแนกตามเจเนอเรชั่น พบว่าเจเนอเรชั่นที่แบ่งกลุ่มประชากรตามปีเกิดที่ต่างกัน โดยเจเนอเรชั่น X และเจเนอเรชั่น Y มีผลต่อความต้องการ สวัสดิการยืดหยุนที่มากเหมือนกันและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจเนอเรชั่นซีที่เป็นการแบ่งกลุ่มตามพฤติกรรม การใช้เทคโนโลยีกับกลุ่มที่ไม่ใช้เจเนอเรชั่นซีจะมีความต้องการสวัสดิการยืดหยุ่นที่แตกต่างกัน (ณภัค อินทรานนท์, 2560) ส่วน เพศ ช่วงอายุและการศึกษาของคน Gen Y ไม่ได้มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรเมื่อองค์กรได้ใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน (พงศกร แมฮะ, 2561)

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย ตามแนวคิด Gross National Happiness และ Sustainability Performance Outcomes ของ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) มาใช้ในการศึกษาดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ที่มา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,มหาวิทยาลัยมหิดล (Ph.D Suparak Suriyankietkaew, Mahidol University)

2.6 สมมติฐานที่ใช้ในงานวิจัย Corporate reputation

จากภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สามารถอธิบายสมมติฐานออกมาได้ดังนี้

1. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

สมมติฐานที่ 7: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

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

สมมติฐานที่ 9: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

2. สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 10: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 13: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 14: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 15: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

สมมติฐานที่ 16: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

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

สมมติฐานที่ 18: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

3. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 19: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 22: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 23: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 24: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

สมมติฐานที่ 25: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

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

สมมติฐานที่ 27: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

4. สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction)

สมมติฐานที่ 28: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 31: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 32: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction

สมมติฐานที่ 33: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 34: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

สมมติฐานที่ 36: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

บทที่ 3
วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่าน การแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย เพื่อให้การวิจัยตรงตามวัตถุประสงค์ โดยมีขอบเขตและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3.3 ระยะเวลาในการทำการวิจัย
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (Cross-sectional study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง จะเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดยการศึกษาวิจัยมีแหล่งข้อมูล แยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอยางจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย จำนวน 385 คน และได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตามภาคผนวก ก. และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Statistic Package for the Social Science (SPSS)

3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสารวิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 385 คน ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, W.G., 1953) และ เก็บข้อมูลโดยการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดย ใช้เกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่มเท่ากับ 0.4 ดังนั้น P = 0.5 ร้อยละ 30 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ที่สามารถยอมรับได้ ซึ่งคำนวณสัดส่วนของประชากรจาก สูตร ดังนี้

จากสูตร $$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

แทนค่า $$n = \frac{0.5(1-0.4)1.96^2}{0.05^2}$$

n = 385

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดสุ่ม

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนด

d = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

3.3 ระยะเวลาในการทำการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บตัวอย่างผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ซึ่งใช้ระยะเวลาประมาณ 60 วัน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2565

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็น ปัญหาและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของ ผศ. ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) เป็นเครื่องมือในการรวบรวม ข้อมูล มาประยุกต์ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) “แบบสอบถามนี้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยลิขสิทธิ์ของ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) ห้ามดัดแปลงและนำข้อคำถาม/แบบสอบถามนี้ไปใช้/เผยแพร่ ก่อนได้รับอนุญาตอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร” โดยรายละเอียดแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 1 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามรวม 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklits) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อได้แก่ เพศ และสถานภาพ ข้อมูลประเภทจัดลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นต่อองค์กร : ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) โดยแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ตามแนวคิดของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ โดยตอบใน ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อองค์กร

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

= 0.8

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารองค์กร มีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ด้านความคิดเห็นต่อองค์กร

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
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 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร(Workplace Happiness) : ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator) ตามแนวคิดของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ โดยตอบใน ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร

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

= 0.8

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารองค์กร มีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ด้านความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
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 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร: ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ตามแนวคิดของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วยข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ โดยตอบใน ลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.5 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร

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

= 0.8

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารองค์กร มีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.6 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ด้านความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
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

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในในบริษัทเอกชนในประเทศไทย ตามกรอบแนวคิดของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อนำมาวิเคราะห์และเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมการเก็บข้อมูล ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตามภาคผนวก ก. ซึ่งจะเป็นการสอบถามในรูปแบบออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SMART PLS

3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หลังจากรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS และ SMART PLS รุ่น 4 และแปลผลควบคู่การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage), การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และ การวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)

ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติสำหรับสมการโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model) แต่สำหรับ PLS จะเรียกว่า Inner Model PLS ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิดโดยมีขั้นตอบแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

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

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Inner Model Evaluation) ประกอบไปด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของสมการทำนายและการทดสอบสมมุติฐาน

3.6.3 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

การประเมินโมเดลการวัดเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรบ่งชี้ ใน PLS-SEM จะเรียกความสัมพันธ์ลักษณะนี้ว่า โมเดลความสัมพันธ์ภายนอก (Outer Model) เนื่องจากตัวแปรแฝง (Latent Variable) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรงหรือเป็นนามธรรมแต่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกต (Observe Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variables) โดยโมเดลการวัดมีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือโมเดลการวัดมีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝง ดังนั้นผู้วิจัยจึงของอธิบายทฤษีการวัดแบบรวมตัว (Formative) และการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เพื่อประโยชน์ในการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การตีความและสรุปผลการศึกษาที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

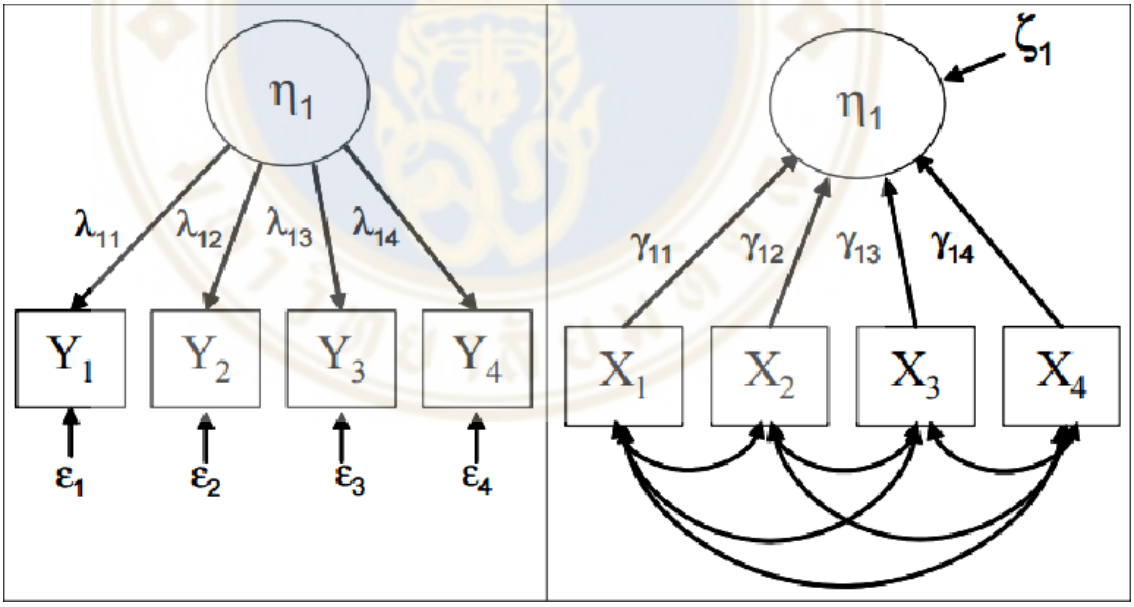
3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)

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 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจ

ของคน 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) ความสัมพันธ์จะแทนที่ด้วยลูกศรชี้ออกจากตัวแปรแฝงบ่งชี้ สำหรับวิธี PLS-SEM จะเรียกสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)



ภาพที่ 3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว

ที่มา : Henseler et al. (2009)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและใช้โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เนื่องจากตัวแปรแฝงทั้งหมดไม่สามารถเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่กล่าวไปในข้างต้น ดังนั้น สำหรับโมเดลการวัดสำหรับงานวิจัยนี้จะมีการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด โดยเกณฑ์การทดสอบความเที่ยงตรวของตัวแปรแฝงในโมเดลการวัดแบบสะท้อน คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าตามแนวคิดของครอนบัค (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 ซึ่งในการวัดสิ่งที่ต้องการวัด ทั้งนี้ในการวัดแต่ละครั้งไม่ว่าจะวัดด้วยจำนวนครั้งเท่าไหร่ก็ตามหรือวัดในสภาพสถานการณ์ที่แตกต่างกันผลจากการวัดกฌยังคงเหมือนเดิม โดยทั่วไปแล้วการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือจะใช้การทดสอบด้านค่าสถิติ Cronbach's Alpha แต่สำหรับวิธี PLS-SEM นั้นจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ หรือ Composite Reliability ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้วัด (Hair Jr, et al., 2014) โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ มีข้อสมมุติว่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ที่จะนำมาคำนวณมีค่าความเที่ยงไม่เท่ากัน ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบจึงมีแนวโน้มสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟ่า (Cronbach's Alpha) ค่านี้จึงเหมาะในการประเมินโมเดลในการวัดแบบ PLS-SEM โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ จะมีค่าระหว่า 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)

ใช้สำหรับวัดความเชื่อมั่นระดับตัวแปรที่สังเกตได้ซึ่งเป็นค่าที่ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ 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 ทั้งนี้สถิติที่ใช้วัดความตรงเชิงเหมือนคือค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ (Average Variance Extract) หรือ AVE โดยค่าสถิติ AVE จะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งจะหมายความว่า ตัวแปรแฝงอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Joseph F Hair et al., 2013)

3.6.3.6 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ความตรงเชิงจำแนก คือ ความความสามารถของเครื่องมือที่มีความสัมพันธ์กันต่ำกับเครื่องมือวัดที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ขอบเขตที่ตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝงหนึ่งจะต้องแยกขาดกันกับตัววัดของตัวแปรแฝงอื่น โดยสามารถพิจารณาได้ใน 2 ระดับ คือระดับของตัวแปรบ่งชี้หรือข้อคำถามจะต้องเป็นข้อคำถามเพื่อวัดตัวแปรแฝงนั้น ๆ และเมื่อต่างตัวแปรแฝงก็จะต้องถามคนละเรื่อง และในระดับของตัวแปรแฝง ค่าคะแนนจะต้องไม่สัมพันธ์กันมาก สามารถพิจารราความเที่ยงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ 2 ชนิด ได้แก้ เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) และค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) เป็นการเทียบระหว่างรากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆ ในโมเดล โดยค่าของตัวแปรแฝงแต่ละตัวควรมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆในโมเดลยกกำลังสอง (> AVE (ξ_i, ξ_j)) แสดงว่าตัวแปรแฝงนั้นมีความแปรปรวนร่วมกันกับตัวบ่งชี้ในบล็อกเดียวกันมากกว่าตัวแปรอื่นในโมเดลที่มาจากตัวบ่งชี้ต่างบล็อกกัน

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 ความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือแล้วจะต้องดำเนินการประเมินความสัมพันธ์ตามสุมมิตฐานงานวิจัย อนึ่ง PLS-SEM ต้องการการประเมินผลลัพธ์สุดท้ายเช่นเดียวกับเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุนามอื่น ๆ แต่จะไม่มีการประเมินความสอดคล้องของโมเดลโดยรวม (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 R2 เป็นตัวบ่งชี้ความแม่นยำของการทำนาย โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยในการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรต้นสามารถอธิบายได้จากสัดส่วนค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรแฝงภายในที่อธิบายด้วยค่าตัวแปรต้น ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรแฝงภายใน R2 หรือ R-Square โดยที่ R2 ควรมีค่าสูงหรือไม่นั้นอยู่กับสาขาวิชาที่ศึกษา โดย Hair Jr et al. (2014) ระบุว่า R2 สำหรับการศึกษาสาขาวิชาด้านการตลาด (Marketing) ด้านการจัดการ (Management) และด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) เท่ากับ 0.75 0.50 และ 0.25 ถือว่ามีค่าสูง ปานกลาง และต่ำตามลำดับ สรุปคือค่า R2 จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.25 ถึงจะถือว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนในตัวแปรตามได้

3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient) 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 จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ 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)

การทดสอบสมมุติฐานด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้นจะใช้การทดสอบสมมุติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (Two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model มีระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p<0.05$ และ t-value มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติ นั่นคือ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางนั้นสนับสนุนสมมุติฐานของงานวิจัย

บทที่ 4
ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการศึกษา “ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistics) การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ผู้วิจัยนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเ ชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามคุณสมบัติแจกแจง ออกมาในรูป ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สาหรับอธิบายผลการศึกษาในเรื่อง ต่อไปนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพนักงงานสายการบิน ในประเทศไทย จำนวน 385 รายได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. **เพศ**		
ชาย	189	49%
หญิง	196	51%
2. **อายุ**		
ต่ำกว่า 26 ปี	55	14%
26 - 30 ปี	142	37%
31 - 35 ปี	72	19%
36-40 ปี	65	17%
41 ปีขึ้นไป	51	13%
3. **สถานภาพ**		
โสด	261	68%
สมรส	105	27%
หย่าร้าง	76	20%
แยกกันอยู่	6	2%
4. **ระดับการศึกษา**		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	95	25%
ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	217	56%
ระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า	66	17%
สูงกว่าระดับปริญญาโท	7	2%
5. **อายุการทำงาน**		
น้อยกว่า 1 ปี	32	8%
1-3 ปี	100	26%
4-6 ปี	89	23%
7 ปีขึ้นไป	164	43%

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
6. **รายได้ต่อเดือน**		
น้อยกว่า 20.000 บาท	21	17%
20,001 - 50,000 บาท	114	52%
50,001 - 80,000 บาท	48	20%
80,001 - 100,000 บาท	23	8%
100,001 บาทขึ้นไป	19	3%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากตาราง 4.1 พบว่า

ด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมามีอายุ 31-35 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รองลงมามีอายุ 36-40 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 26 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และน้อยที่สุดมี 41 ปีขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สวนใหญ่มีสถานะภาพโสด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมามีสถานะภาพสมรสจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมามีสถานะหย่าร้างจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และน้อยที่สุดมีสถานะแยกกันอยู่จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมามีระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมามีระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 น้อยที่สุดคือระดับสูงกว่าระดับปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ด้านอายุการทำงานของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 7 ปีขึ้นไป จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมามีอายุการทำงาน 1-3 ปี คิดเป็น คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมามีอายุการทำงาน 4-6 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และน้อยที่สุดมีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี

ด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 50,001 – 80,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

4.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing)	3.649	0.5866	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.649 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.5866

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพ (Health)	3.5112	0.70069	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านสุขภาพ (Health) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.5112 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70069

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการใช้เวลา (Time Use)	3.4723	0.53376	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านการใช้เวลา (Time Use) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.4723 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53376

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการศึกษา (Education)	3.4785	0.81346	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความคิดเห็นด้านการศึกษา (Education) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.4785 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81346

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard)	3.4893	0. 89868	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความคิดเห็นด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.4893 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0. 89868

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านธรรมาภิบาล (Good Governance)	3.5142	0.78111	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความคิดเห็นด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.5142 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78111

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience)	3.9117	0. 76584	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.9117 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0. 76584

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality)	3.4595	0 .91063	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความคิดเห็นด้านสุขภาพชุมชน(Community Vitality) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.4595 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91063

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเห็นต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity)	3.4785	0 .81346	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.4785 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0 .81346

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสุขขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness)	3.8197	0. 84511	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.8197 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0. 84511

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image)	3.9227	0.7537	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.9227 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7537

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านชื่อเสียงองค์กร (Corporate reputation)	3.9117	0.76584	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านชื่อเสียงองค์กร (Corporate reputation) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.9117 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76584

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385)

ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	3.8263	0 .76415	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.8263 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0 .76415

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรของกลุ่มตัวอย่าง (n = 385)

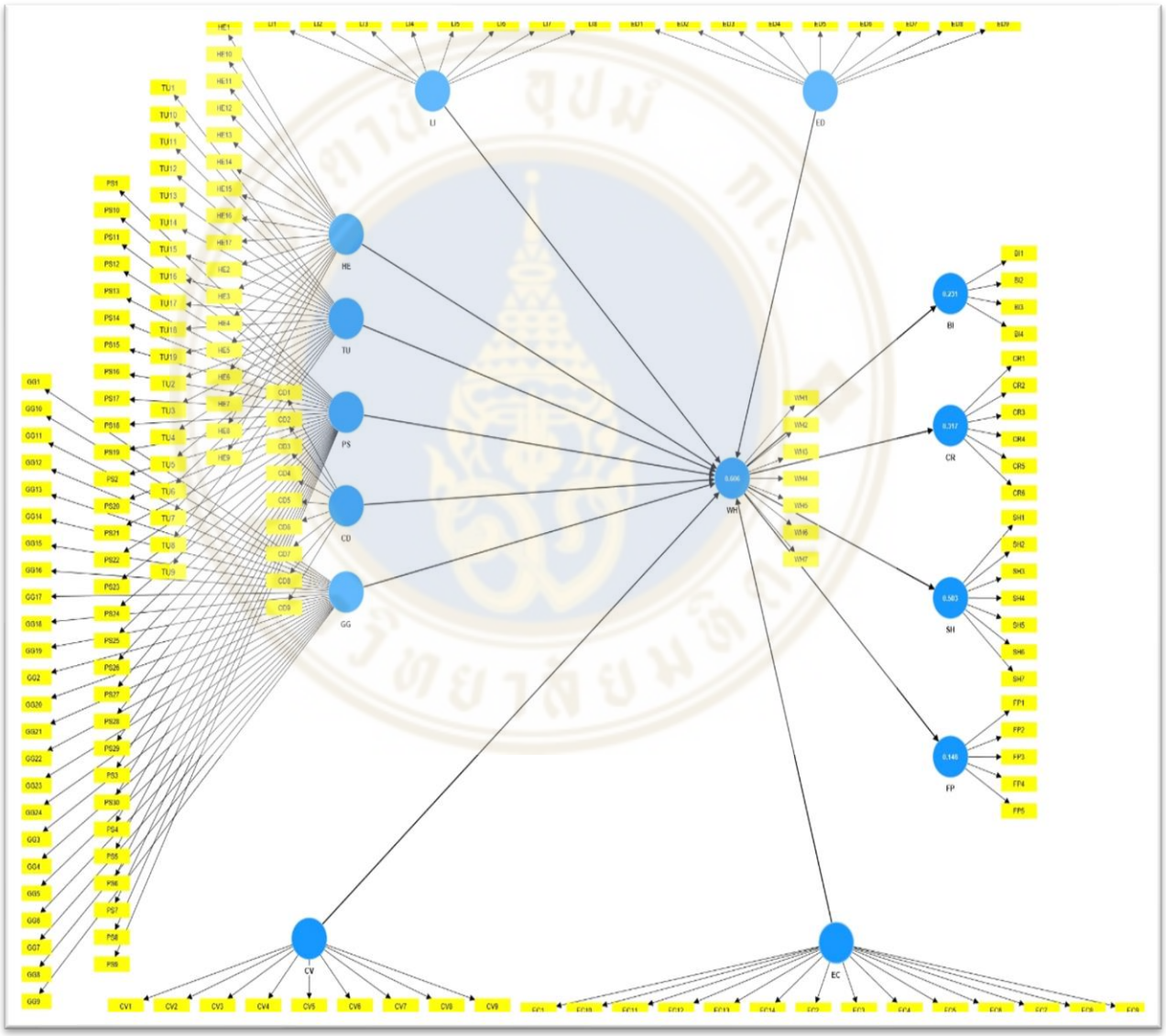
ความคิดเห็นต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลประกอบการ (Financial performance)	3.2577	1.16766	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อองค์กรด้านผลประกอบการ (Financial performance) อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.2577 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16766

4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

กกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ พัฒนามาจากตัวแปรแปร (Latent Variables) ทั้งหมด 14 ตัว และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ทั้งหมด 168 ตัวแปร โดยที่ตัวแปรแฝงประกอบด้วย ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural

Diversity and Resilience-CD) ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ซึ่งกรอบแนวคิดของงานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้โดยตัวแปรแฝงจะแทนด้วยรูปวงกลม ส่วนตัวแปรสังเกตได้จะแทนด้วยรูปสี่เหลี่ยม ดังแสดงในภาพ 4.1



4.2.1 การวัดประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)

ในการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม สามารถทำการประเมินได้จากการสังเกตค่าความเที่ยงของตัวแปร เป็นการทดสอบข้อคำถามแต่ละของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2017) หากต่ำกว่า 0.70 ควรตัดตัวแปรนั้นออก หากพิจารณาตาราง 4.11 พบว่า ผลการประเมินโมเดลการวัดในรอบแรก (First iteration) มีคำถามที่ถูกตัดออก เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกต่ำากว่า 0.70 จำนวน 60 ข้อ ได้แก่ PS1, PS2, PS5, PS6, PS7, PS8, PS10, PS14, PS16, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE9, HE14, HE17, TU1, TU2, TU3, TU8, TU9, TU12, TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU18, TU19, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG23, GG24, CD1, CD2, CD4, CV1, CV2, CR1 และ SH7 ซึ่งหมายความว่า ทั้ง 60 ข้อคำถามไม่ได้ชี้วัดในเรื่องของการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance Usage) ภายหลังจากตัดข้อคำถาม PS1, PS2, PS5, PS6, PS7, PS8, PS10, PS14, PS16, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE9, HE14, HE17, TU1, TU2, TU3, TU8, TU9, TU12, TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU18, TU19, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG23, GG24, CD1, CD2, CD4, CV1, CV2, CR1 และ SH7 ออกไปแล้ว ได้ผลการประเมินโมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ผ่านเกณฑ์ทุกข้อคำถาม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกมากกว่า 0.70 ซึ่งหมายความว่า คำถามของตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถใช้วัดในเรื่องที่เกี่ยวกับตัวแปรแฝงนั้นๆได้ (Hair et al., 2017)

4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหรือการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าครอนบาร์คแอลฟ่า (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ(Composite Reliability) เพื่อเป็นการทดสอบว่าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งหรือวัดในสภาพที่แตกต่างกัน ผลที่ได้รับจะยังมีผลคงเดิม โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ถือว่าเป็นระดับยอมรับได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ เมื่อพิจารณาจากตาราง 4.11 พบว่า ค่าครอนบาร์คแอลฟ่า (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) ของการประเมินโมเดลการวัดทั้งรอบแรกก่อนการตัดข้อคำถาม (First iteration) และรอบสุดท้ายหลังจากตัดข้อคำถามแล้ว (Final iteration) ทั้งสองค่าของทุกตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่า 0.7

ทุกตัว แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ โดยสามารถเรียงลำดับความน่าเชื่อถือจากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC), ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG), ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV), ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP), ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE), ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD), ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED), ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI), ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH), ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR), ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH), ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS), ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU), ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI)

4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)

การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถามเป็นการวัดข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามว่ามีความสามารถเป็นตัวชี้วัดของตัวแปรโครงสร้างเดียวกันได้เหมือนกันหรือไม่ ค่าสถิติที่นำมาใช้ในการทดสอบความตรงเชิงสอดคล้อง คือ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extract : AVE) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่า ตัวแปรแฝงในข้อคำถามมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair et al., 2014)

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด

1. Psychological Wellbeing

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Psychological Wellbeing	PS1	0.640	**0.407**	**0.952**	**0.948**	ตัดออก	**0.924**	**0.924**	**0.908**
	PS2	0.558				ตัดออก			
	PS3	0.694				0.721			
	PS4	0.726				0.768			
	PS5	0.441				ตัดออก			
	PS6	0.440				ตัดออก			
	PS7	0.619				ตัดออก			
	PS8	0.669				ตัดออก			
	PS9	0.688				0.723			
	PS10	0.586				ตัดออก			
	PS11	0.696				0.707			
	PS12	0.749				0.796			
	PS13	0.717				0.702			
	PS14	0.673				ตัดออก			
	PS15	0.678				0.741			
	PS16	0.579				ตัดออก			
	PS17	0.683				0.728			
	PS18	0.739				0.771			
	PS19	0.703				0.741			
	PS20	0.685				ตัดออก			
	PS21	0.659				ตัดออก			
	PS22	0.642				ตัดออก			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Psychological Wellbeing	PS23	0.669				ตัดออก			
	PS24	0.692				ตัดออก			
	PS25	0.575				ตัดออก			
	PS26	0.533				ตัดออก			
	PS27	0.651				ตัดออก			
	PS28	0.668				ตัดออก			
	PS29	0.616				ตัดออก			
	PS30	0.194				ตัดออก			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

2. Health

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Health	HE1	0.183	**0.511**	**0.944**	**0.935**	ตัดออก	**0.623**	**0.948**	**0.939**
	HE2	0.484				ตัดออก			
	HE3	0.632				ตัดออก			
	HE4	0.692				0.708			
	HE5	0.717				0.748			
	HE6	0.802				0.811			
	HE7	0.782				0.788			
	HE8	0.676				0.821			
	HE9	0.807				ตัดออก			
	HE10	0.807				0.831			
	HE11	0.796				0.817			
	HE12	0.764				0.790			
	HE13	0.767				0.783			
	HE14	0.822				ตัดออก			
	HE15	0.811				0.828			
	HE16	0.762				0.746			
	HE17	0.550				ตัดออก			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

3. Time Use

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Time Use	TU1	0.156	**0.266**	**0.829**	**0.852**	ตัดออก	**0.635**	**0.912**	**0.885**
	TU2	0.203				ตัดออก			
	TU3	0.271				ตัดออก			
	TU4	0.774				0.810			
	TU5	0.814				0.833			
	TU6	0.776				0.822			
	TU7	0.788				0.814			
	TU8	0.768				ตัดออก			
	TU9	0.644				ตัดออก			
	TU10	0.709				0.725			
	TU11	0.767				0.774			
	TU12	0.158				ตัดออก			
	TU13	0.203				ตัดออก			
	TU14	0.164				ตัดออก			
	TU15	0.167				ตัดออก			
	TU16	0.248				ตัดออก			
	TU17	0.337				ตัดออก			
	TU18	0.164				ตัดออก			
	TU19	0.110				ตัดออก			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

4. Education

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Education	ED1	0.799	**0.652**	**0.944**	**0.933**	0.806	**0.685**	**0.946**	**0.934**
	ED2	0.802				0.804			
	ED3	0.842				0.850			
	ED4	0.817				0.822			
	ED5	0.853				0.855			
	ED6	0.815				0.813			
	ED7	0.842				0.839			
	ED8	0.651				ตัดออก			
	ED9	0.829				0.830			

5. Living Standard

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Living Standard	LI1	0.797	**0.667**	**0.941**	**0.928**	0.804	**0.739**	**0.944**	**0.929**
	LI2	0.837				0.873			
	LI3	0.857				0.886			
	LI4	0.898				0.904			
	LI5	0.897				0.911			
	LI6	0.774				0.770			
	LI7	0.740				ตัดออก			
	LI8	0.715				ตัดออก			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

6. Good Governance

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Good Governance	GG1	0.760	**0.575**	**0.969**	**0.965**	ตัดออก	**0.663**	**0.962**	**0.958**
	GG2	0.705				ตัดออก			
	GG3	0.685				ตัดออก			
	GG4	0.826				0.825			
	GG5	0.844				0.857			
	GG6	0.796				0.796			
	GG7	0.796				0.812			
	GG8	0.802				0.813			
	GG9	0.717				ตัดออก			
	GG10	0.792				0.789			
	GG11	0.779				0.784			
	GG12	0.759				ตัดออก			
	GG13	0.757				ตัดออก			
	GG14	0.759				ตัดออก			
	GG15	0.737				ตัดออก			
	GG16	0.745				ตัดออก			
	GG17	0.792				0.796			
	GG18	0.826				0.845			
	GG19	0.849				0.861			
	GG20	0.761				0.783			
	GG21	0.789				0.808			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
	GG22	0.791				0.812			
	GG23	0.727				ตัดออก			
	GG24	0.034				ตัดออก			

7. Cultural Diversity and Resilience

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Cultural Diversity and Resilience	CD1	0.768	**0.711**	**0.957**	**0.949**	ตัดออก	**0.755**	**0.949**	**0.935**
	CD2	0.846				ตัดออก			
	CD3	0.863				0.858			
	CD4	0.838				ตัดออก			
	CD5	0.85				0.857			
	CD6	0.876				0.891			
	CD7	0.844				0.869			
	CD8	0.841				0.868			
	CD9	0.843				0.870			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

8. Community Vitality

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Community Vitality	CV1	0.831	**0.753**	**0.965**	**0.959**	ตัดออก	**0.789**	**0.963**	**0.955**
	CV2	0.806				ตัดออก			
	CV3	0.875				0.872			
	CV4	0.880				0.885			
	CV5	0.889				0.899			
	CV6	0.878				0.883			
	CV7	0.894				0.907			
	CV8	0.872				0.884			
	CV9	0.882				0.888			

9. Ecological Diversity Use

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Ecological Diversity Use	EC1	0.845	**0.727**	**0.974**	**0.971**	0.845	**0.727**	**0.974**	**0.971**
	EC2	0.833				0.833			
	EC3	0.865				0.865			
	EC4	0.865				0.865			
	EC5	0.857				0.857			
	EC6	0.844				0.844			
	EC7	0.898				0.898			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Ecological Diversity Use	EC8	0.852				0.852			
	EC9	0.857				0.858			
	EC10	0.804				0.803			
	EC11	0.832				0.832			
	EC12	0.868				0.868			
	EC13	0.846				0.846			
	EC14	0.869				0.869			

10. Workplace Happiness

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Workplace Happiness	WH1	0.805	**0.690**	**0.940**	**0.925**	0.800	**0.690**	**0.940**	**0.925**
	WH2	0.774				0.779			
	WH3	0.856				0.859			
	WH4	0.793				0.788			
	WH5	0.874				0.872			
	WH6	0.885				0.887			
	WH7	0.824				0.823			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

11. Brand image

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Brand image	BI1	0.847	**0.716**	**0.909**	**0.870**	0.847	**0.716**	**0.909**	**0.870**
	BI2	0.739				0739			
	BI3	0.907				0.907			
	BI4	0.881				0.882			

12. Corporate reputation

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Corporate reputation	CR1	0.627	**0.686**	**0.928**	**0.907**	ตัดออก	**0.751**	**0.938**	**0.917**
	CR2	0.885				0.888			
	CR3	0.855				0.847			
	CR4	0.875				0.879			
	CR5	0.867				0.877			
	CR6	0.835				0.842			

ตาราง 4.16 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

13. Stakeholders Satisfaction

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Stakeholders Satisfaction	SH1	0.802	**0.659**	**0.931**	**0.913**	0.810	**0.706**	**0.935**	**0.916**
	SH2	0.849				0.860			
	SH3	0.846				0.862			
	SH4	0.870				0.885			
	SH5	0.865				0.864			
	SH6	0.763				0.753			
	SH7	0.669				ตัดออก			

14. Stakeholders Satisfaction

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Financial	FP1	0.860	0.809	0.955	0.941	0.860	0.890	0.955	0.941
	FP2	0.891				0.891			
	FP3	0.923				0.923			
	FP4	0.920				0.920			
	FP5	0.903				0.903			

ผลจากตาราง 4.16 พบว่า การประเมินโมเดลการวัดในรอบแรกก่อนตัดข้อคำถาม (First literation) และการประเมินโมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) มากกว่า 0.5 ทุกตัว โดย ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.809, ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) มีค่าเท่ากับ 0.789, ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความ

เปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) มีค่าเท่ากับ 0.755, ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.751, ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีค่าเท่ากับ 0.739, ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) มีค่าเท่ากับ 0.729, ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.716, ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) มีค่าเท่ากับ 0.706, ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) มีค่าเท่ากับ 0.690, ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) มีค่าเท่ากับ 0.685, ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) มีค่าเท่ากับ 0.663, ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) มีค่าเท่ากับ 0.635, ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) มีค่าเท่ากับ 0.623 และ ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีค่าเท่ากับ 0.548 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรบ่งชี้ที่เป็นองค์ประกอบได้ดี

4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)

การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) จะมีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 0 - 1 เมื่อค่าที่วัดได้มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือได้สูง แต่ถ้าตัวแปรนั้นค่าที่วัดได้มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือค่อนข้างน้อย โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.70ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2014)

ผลจากตาราง 4.16 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบแรกก่อนตัดข้อคำถาม (First iteration) และการวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบสุดท้าย (Final literation) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความเที่ยง (CR) มากกว่า 0.70 ทุกตัว โดย ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) มีค่าเท่ากับ 0.974, ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) มีค่าเท่ากับ 0.963, ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) มีค่าเท่ากับ 0.962, ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.957, ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) มีค่าเท่ากับ 0.948, ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) มีค่าเท่ากับ 0.947, ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) มีค่าเท่ากับ 0.945, ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีค่าเท่ากับ 0.944, ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) มีค่าเท่ากับ 0.940, ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.937, ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) มีค่าเท่ากับ

0.935, ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีค่าเท่ากับ 0.924, ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) มีค่าเท่ากับ 0.912 และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.909 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความน่าเชื่อถือได้

4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)

การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามเป็นค่าดัชนีที่ชี้ว่าตัวแปรสังเกตได้จะต้องแยกขาดออกจากตัววัดของตัวแปรโครงสร้าง อื่นๆ โดยมีการทดสอบ 2 ระดับ คือ การทดสอบระดับของตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) และการทดสอบระดับของตัวแปรแฝงโดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion โดยทำการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามจากการประเมินโมเดลการวัดครั้งสุดท้าย ดังนี้

4.2.5.1 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

การทดสอบความตรงเชิงจำแนกในระดับตัวแปรสังเกตได้ ทดสอบโดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำาหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นที่อยู่ในโมเดล โดยตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงที่วัดควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่น ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Lee et al., 2011) ผลการทดสอบดังแสดงในตาราง 4.18

ตาราง 4.17 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
BI1	0.847													
BI2	0.739													
BI3	0.907													
BI4	0.882													
CD3		0.858												
CD5		0.857												
CD6		0.891												
CD7		0.869												
CD8		0.868												
CD9		0.870												
CR2			0.888											
CR3			0.847											
CR4			0.879											
CR5			0.877											
CR6			0.842											
CV3				0.872										
CV4				0.885										
CV5				0.899										
CV6				0.883										
CV7				0.907										
CV8				0.884										
CV9				0.888										
EC1					0.845									
EC10					0.803									
EC11					0.832									
EC12					0.868									
EC13					0.846									
EC14					0.869									
EC2					0.833									
EC3					0.865									
EC4					0.865									
EC5					0.857									
EC6					0.844									
EC7					0.898									
EC8					0.852									
EC9					0.858									

ตาราง 4.17 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
ED1						0.806								
ED2						0.804								
ED3						0.850								
ED4						0.822								
ED5						0.855								
ED6						0.813								
ED7						0.839								
ED9						0.830								
FP1							0.860							
FP2							0.891							
FP3							0.923							
FP4							0.920							
FP5							0.903							
GG10								0.789						
GG11								0.784						
GG17								0.796						
GG18								0.845						
GG19								0.861						
GG20								0.784						
GG21								0.808						
GG22								0.812						
GG4								0.825						
GG5								0.857						
GG6								0.796						
GG7								0.812						
GG8								0.813						
HE10									0.831					
HE11									0.817					
HE12									0.790					
HE13									0.783					
HE15									0.828					
HE16									0.746					
HE4									0.708					
HE5									0.748					
HE6									0.811					
HE7									0.789					

ตาราง 4.17 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
HE9									0.821					
LI1										0.804				
LI2										0.873				
LI3										0.886				
LI4										0.904				
LI5										0.911				
LI6										0.770				
PS11											0.707			
PS12											0.795			
PS13											0.702			
PS15											0.741			
PS17											0.728			
PS18											0.771			
PS19											0.741			
PS3											0.722			
PS4											0.769			
PS9											0.723			
SH1												0.810		
SH2												0.860		
SH3												0.862		
SH4												0.885		
SH5												0.864		
SH6												0.753		
TU10													0.725	
TU11													0.774	
TU4													0.810	
TU5													0.833	
TU6													0.822	
TU7														
WH1														0.800
WH2														0.779
WH3														0.859
WH4														0.788
WH5														0.872
WH6														0.886
WH7														0.823

จากตาราง 4.17 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ทุกตัว และมีค่ามากกว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรชี้วัดหรือข้อคำถามในงานวิจัยแต่ละข้อที่แสดงในตารางเป็นข้อคำถามที่สามารถชี้วัดในตัวแปรแฝงแต่ละด้านของตัวแปรได้

4.2.5.2 เกณฑ์ของ Fornell–Larcker Criterion

เกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion ทดสอบโดยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย ($\sqrt{\text{AVE}}$) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆในโมเดล หากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยมากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นมีความตรงเชิงจำแนกเพียงพอ (Hair et al., 2014; Lowry and Gaskin, 2014) ดังแสดงในตาราง 4.13

ตาราง 4.18 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
BI	0.846													
CD	0.412	0.869												
CR	0.765	0.531	0.867											
CV	0.446	0.849	0.566	0.888										
EC	0.464	0.821	0.574	0.850	0.853									
ED	0.449	0.717	0.568	0.671	0.682	0.828								
FP	0.444	0.451	0.456	0.445	0.437	0.503	0.900							
GG	0.529	0.799	0.629	0.748	0.757	0.806	0.578	0.814						
HE	0.536	0.673	0.598	0.624	0.655	0.749	0.516	0.750	0.789					
LI	0.458	0.704	0.548	0.651	0.674	0.817	0.539	0.811	0.707	0.860				
PS	0.443	0.632	0.529	0.621	0.608	0.709	0.478	0.725	0.739	0.705	0.740			
SH	0.674	0.604	0.815	0.614	0.607	0.648	0.593	0.706	0.640	0.662	0.643	0.840		
TU	0.383	0.596	0.483	0.562	0.599	0.659	0.446	0.664	0.675	0.670	0.618	0.597	0.797	
WH	0.478	0.566	0.535	0.559	0.568	0.602	0.336	0.615	0.561	0.623	0.662	0.655	0.564	0.831

จากตาราง 4.18 พบว่าค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย ($\sqrt{AEV}$) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดลซึ่งแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงหนึ่งแยกขาดจากกันกับตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นๆ

4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)

การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม เป็นการวัดในภาพรวมทั้งหมดคือทั้งสมการโครงสร้างและสมการมาตรวัดว่ามีความสอดคล้องของตัวแบบ (Overall Fit) เพียงใด ค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และเป็นค่าที่ไม่เกี่ยวข้องกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษายิ่งมีความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเพียงใด หมายความว่าแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แสดงว่าโมเดลนั้นเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) สามารถคำนวณได้จาก

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) พิจารณาจาก

GOF $\leq$ 0.10 ถือว่า สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงน้อย

0.10 < GOF < 0.25 ถือว่า สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงปานกลาง

GOF $\geq$ 0.36 ถือว่า สมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง

(Tenenhaus, Amato and Vinzi, 2004)

ตารางที่ 4.19 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงและตัวแบบภาพรวม

ตัวแปรแฝง	AVE	R^2
PS	0.548	-
HE	0.623	-
TU	0.635	-
CD	0.755	-
ED	0.685	-
GG	0.663	-
LI	0.739	-
CV	0.789	-
EC	0.727	-
WH	0.690	0.513
BI	0.716	0.229
CR	0.751	0.286
SH	0.706	0.429

ตารางที่ 4.19 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงและตัวแบบภาพรวม (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	AVE	R2
FP	0.809	0.113
Average	**0.755**	**0.314**
SQRT	0.8689	0.5604
Goodness of Fit, GOF	0.4869	

จากผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมในตาราง 4.19 พบว่า มีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) มีค่าเท่ากับ 0.4869 เมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วถือว่าสมการโครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรง (Overall Fit) ในระดับสูง (Tenenhaus et al., 2004)

4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

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

4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย มีแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) สุขภาพ (Health-HE) การใช้เวลา (Time Use-TU) การศึกษา (Education - ED) มาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) ธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) สุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ความสุข

ในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อคำถาม PS1, PS2, PS5, PS6, PS7, PS8, PS10, PS14, PS16, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE9, HE14, HE17, TU1, TU2, TU3, TU8, TU9, TU12, TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU18, TU19, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG23, GG24, CD1, CD2, CD4, CV1, CV2, CR1 และ SH7 และทำการวิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.21

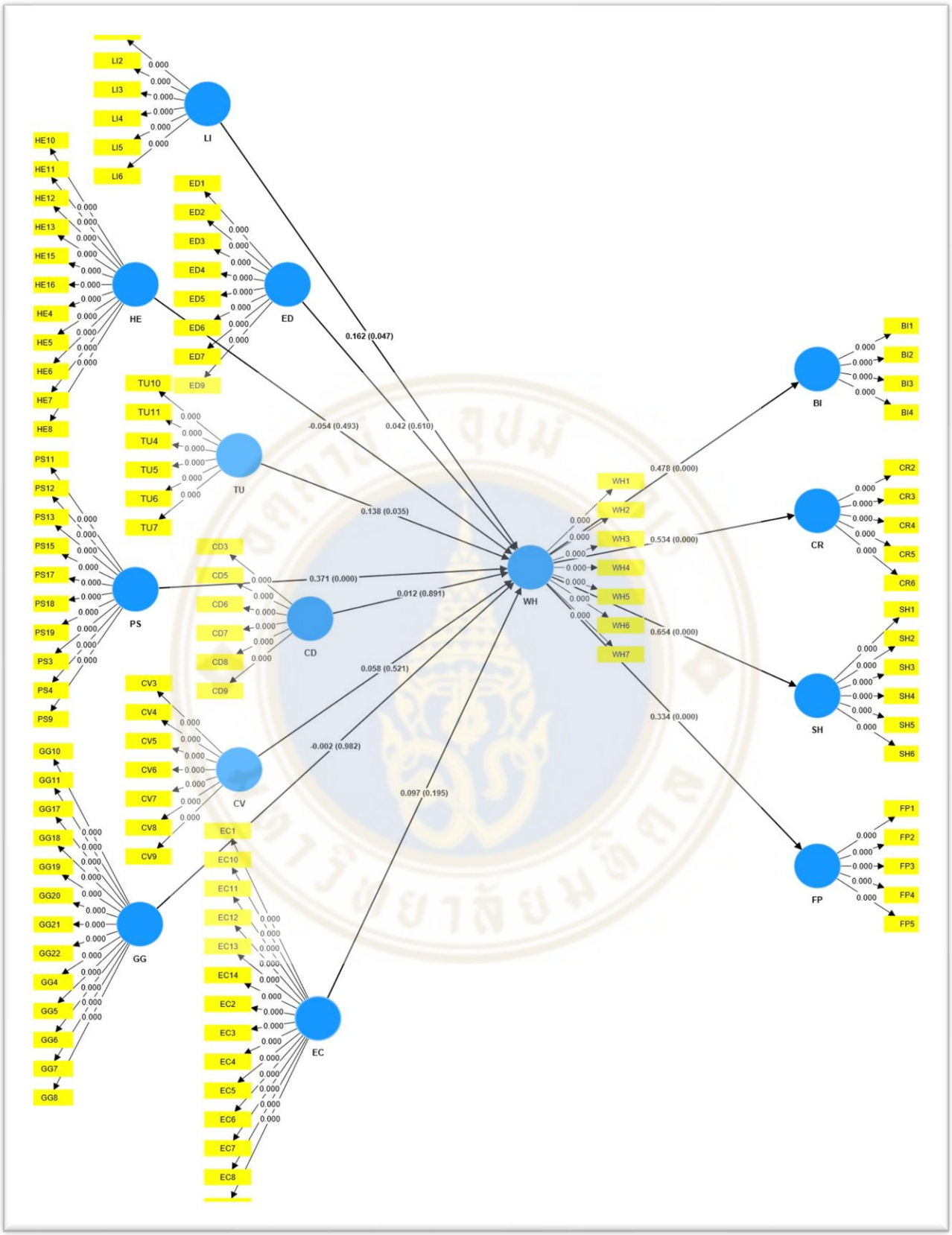
ตาราง 4.20 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวายบริษัทเอกชนในประเทศไทย

ความสัมพันธ์	Path Coefficients	SE	t-value
CD -> WH	0.014	0.089	0.159
CV -> WH	0.055	0.09	0.616
EC -> WH	0.103	0.075	1.377
ED -> WH	0.047	0.083	0.569
GG -> WH	0.004	0.092	0.044
HE -> WH	-0.071	0.076	0.937
LI -> WH	0.159*	0.081	1.974
PS -> WH	0.374***	0.084	4.441
TU -> WH	0.139*	0.065	2.154
WH -> BI	0.478***	0.044	10.784
WH -> CR	0.535***	0.045	11.825
WH -> FP	0.336***	0.048	7.074
WH -> SH	0.655***	0.04	16.423

หมายเหตุ : * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq$ t-value < 2.576)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq$ t-value < 3.290)

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



ภาพ 4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping

จากภาพที่ 4.2 ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชี้วัดและตัวแปรแฝง คือ ค่า Path Coefficients และ t-value ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงคือ Path Coefficients และค่า t-value ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองโมเดลสมการโครงสร้าง จากตารางที่ 4.21 และภาพที่ 4.2 แสดงปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย พบว่า

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.014 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.159 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.055 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.616 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.103 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 1.377 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.047 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.569 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.004 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.044 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.071 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.937 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.159* สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 1.974 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.374*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 4.441 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.139* สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 2.154 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านการใช้เวลา (Time Use) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.478*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 10.784 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.535*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 11.825 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.336*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 7.074 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.655*** สถิติที่ที่ (t-value) เท่ากับ 16.423 ซึ่งค่าสถิติทีสูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 4.21 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรในแบบจำลอง

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม				
		WH	**BI**	**CR**	**FP**	**SH**
PS	DE	0.374***	-	-	-	-
	IE	-	0.179***	0.200***	0.126***	0.245***
	TE	0.374***	0.179***	0.200***	0.126***	0.245***
HE	DE	-0.071	-	-	-	-
	IE	-	-0.034	-0.038	-0.024	-0.047
	TE	-0.071	-0.034	-0.038	-0.024	-0.047
TU	DE	0.139*	-	-	-	-
	IE	-	0.067*	0.075*	0.047*	0.091*
	TE	0.139*	0.067*	0.075*	0.047*	0.091*
ED	DE	0.047	-	-	-	-
	IE		0.023	0.025	0.016	0.031
	TE	0.047	0.023	0.025	0.016	0.031
LI	DE	0.159*	-	-	-	-
	IE	-	0.076*	0.085*	0.054*	0.104*
	TE	0.159*	0.076*	0.085*	0.054*	0.104*
GG	DE	0.004	-	-	-	-
	IE	-	0.002	0.002	0.001	0.003
	TE	0.004	0.002	0.002	0.001	0.003
CD	DE	0.014	-	-	-	-
	IE	-	0.007	0.008	0.005	0.009
	TE	0.014	0.007	0.008	0.005	0.009
CV	DE	0.055	-	-	-	-
	IE	-	0.026	0.030	0.019	0.036
	TE	0.055	0.026	0.030	0.019	0.036

ตาราง 4.22 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรในแบบจำลอง (ต่อ)

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม				
		WH	**BI**	**CR**	**FP**	**SH**
EC	DE	0.103	-	-	-	-
	IE	-	0.049	0.055	0.035	0.067
	TE	0.103	0.049	0.055	0.035	0.067
WH	DE	-	0.478***	0.535***	0.336***	0.655***
	IE	-	-	-	-	-
	TE	-	0.478***	0.535***	0.336***	0.655***
R^2		**0..513**	**0.229**	**0.286**	**0.113**	**0.429**

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

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq$ t-value < 2.576)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq$ t-value < 3.290)

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

จากตารางที่ 4-10 เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามต่าง ๆ ทั้งตัวแปรภายนอก (External Endogenous Variable) และตัวแปรแฝง (Internal Endogenous Variable) พบว่าความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มากที่สุด (DE = 0.374) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (DE = 0.159)

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE =0.478) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อม ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) (IE = 0.179) และปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.076)

ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE =0.535) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อม ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) (IE = 0.200) และปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.085)

ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE =0.655) รองลงมา

คืออิทธิพลทางอ้อม ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) (IE = 0.245) และปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.104)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE =0.336) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อม ปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) (IE = 0.245) และปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.054)

เมื่อพิจารณาค่า R2 พบว่าความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) สามารถอธิบายด้วยสุขภาพจิตที่ดี (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 51

ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) สามารถอธิบายด้วยความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 42, ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) สามารถอธิบายด้วยความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 28, ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) สามารถอธิบายด้วยความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 22, ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) สามารถอธิบายด้วย) ได้ร้อยละ 11

4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

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

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H1: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.081*	1.800	สอดคล้อง
H2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.013	0.312	ไม่สอดคล้อง
H3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.014	0.314	ไม่สอดคล้อง
H4: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.063	1.533	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H5: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.033	0.642	ไม่สอดคล้อง
H6: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.034*	0.892	สอดคล้อง
H7: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.211***	4.334	สอดคล้อง
H8: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.013	0.245	ไม่สอดคล้อง
H9: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.009	0.160	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H10: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.074*	1.783	สอดคล้อง
H11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.012	0.312	ไม่สอดคล้อง
H12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.013	0.314	ไม่สอดคล้อง
H13: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.057	1.502	ไม่สอดคล้อง
H14: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.030	0.641	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H15: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.031*	0.891	สอดคล้อง
H16: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.192***	4.201	สอดคล้อง
H17: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.012	0.245	ไม่สอดคล้อง
H18: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.008	0.160	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H19: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.052*	1.673	สอดคล้อง
H20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.008	0.311	ไม่สอดคล้อง
H21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.009	0.309	ไม่สอดคล้อง
H22: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.040	1.533	ไม่สอดคล้อง
H23: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.021	0.636	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H24: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.021*	0.871	สอดคล้อง
H25: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.134***	3.890	สอดคล้อง
H26: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.009	0.241	ไม่สอดคล้อง
H27: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.005	0.159	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H28: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.101*	1.795	สอดคล้อง
H29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.017	0.314	ไม่สอดคล้อง
H30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	-0.018	0.315	ไม่สอดคล้อง
H31: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.079	1.565	ไม่สอดคล้อง
H32: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.042	0.645	ไม่สอดคล้อง

ตาราง 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H33: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.042*	0.891	สอดคล้อง
H34: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.264***	4.457	สอดคล้อง
H35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.017	0.247	ไม่สอดคล้อง
H36: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	-0.011	0.161	ไม่สอดคล้อง

หมายเหตุ : * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq$ t-value < 2.576)

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq$ t-value < 3.290)

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

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.081* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.034* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.211*** ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 9: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.074* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 13: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 14: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 15: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.031* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 16: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.192*** ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 18: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happines) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 19: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.052 เท่ากับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 22: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 23: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 24: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.021* เท่ากับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 25: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

(Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.134*** เท่ากับ ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 27: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 28: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.101* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 31: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 32: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 33: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.042* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 34: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.264* ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 36: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

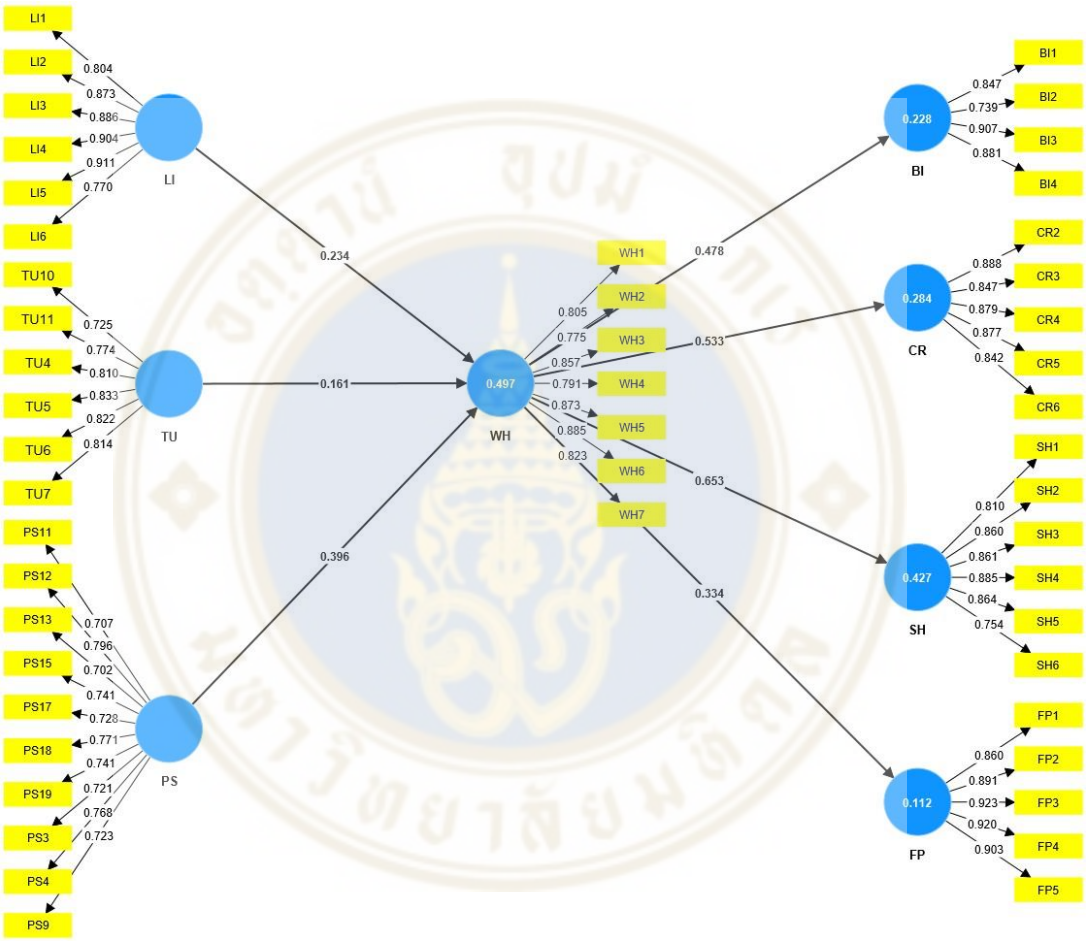
จากตาราง 4.22 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ตามกรอบแนวคิด สุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 1, 6, 7, 10, 15, 16, 19, 24, 25, 28, 33 และ 34

ส่วนปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE), ธรรมาภิบาล (Good Governance-GG), ปัจจัยด้านการศึกษา (Education), ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD), สุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV), ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC), มีค่าทางสถิติที่ระดับ มากกว่า 0.05 สรุปได้ว่าความเป็นอยู่ด้านด้านสุขภาพ (Health-HE), ธรรมาภิบาล (Good Governance-GG), ปัจจัยด้านการศึกษา (Education), ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD), สุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV), ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถ

ในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นปฏิเสธสมมติฐานข้อ 2, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 35 และ 36 ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ความยั่งยืนที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3 ปัจจัยสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน กลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย จำนวน 385 คน สำหรับ วิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีวิจัยเชิงพรรณนา และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำผลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีแบบ PLS-SEM การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) โดยมีการ ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล คือ การประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ภายนอก (Outer Loading) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อ คำถาม (Convergent Validity) การวัดค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบใน ภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) รวมทั้งการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปร ตาม และตามด้วยกระบวนการ Bootstrapping เพื่อดูระดับความสาคัญทางสถิติว่าสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยหรือไม่ อีกทั้งในการวิจัยยังมีการวิเคราะห์ อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ที่มีต่อตัวแปรตาม อีกด้วย โดยเนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย

5.1 สรุปผลการวิจัย
5.2 อภิปรายผลการวิจัย
5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย
5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย จำนวน 385 ตัวอย่าง สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด จบศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอายุการทำงาน 7 ปีขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 50,000 บาท

ระดับความคิดเห็นต่อองค์กร (GNH) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS), ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE), ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU), ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED), ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI), ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG), ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD), ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV), ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Sustainable Performance Outcomes) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านชื่อเสียงองค์กร (Corporate reputation) ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image) ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อยู่ในระดับมาก และด้านผลประกอบการ (Financial performance) อยู่ในระดับปานกลาง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย PLS-SEM ที่ได้มีการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) และการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยการทำ Bootstrapping ผู้วิจัยสามารถสรุปตามแนวทาง ของสมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี (GNH) และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) ของกลุ่มพนักงานเจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) มากที่สุดคือ ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological

Wellbeing-PS) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bandyopadhyay และ Srivastava (2018) ที่ผลศึกษาพบว่า สุขภาวะทางจิต(Psychological Well-being) มีส่วนสำคัญต่อ สุขภาพจิต และความผูกพันองค์กรของพนักงาน, Han และ Kim (2020), ทรงสมร โสตะ (2560), สุขภาวะทางจิตส่งผลเชิงบวกกับความผูกพันธ์ในงาน และ สุขภาวะทางจิตสามารถ ส่งเสริมให้ความผูกพันในงานเพิ่มขึ้น และ พิกุล พุ่มช้าง (2559), กมลพร ดีประทีป และ ธีระดา ภิญโญ (2561) ความสุขด้านจิตใจมาจากการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมและมีการสื่อสารในการ ปฏิบัติติงานระหว่างกันเป็นอย่างดีส่งผล ให้เกิดความสมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร กับองค์กรรวมทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานให้กับพนักงานได้ จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Riyanto, Ariyanto, และ Lukertina (2019) ที่พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิต กับงานส่งผลเชิงบวกต่อ ความผูกพันองค์กร โดย ปัจจัยด้านการทำงาน ส่งผลกระทบต่อชีวิตส่วนตัวของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลสูงสุด จากการวิเคาระห์ผู้วิจัยเห็นว่า……..

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Omugo & Onuoha (2016) ที่พบว่า ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเหมาะสม, ความก้าวหน้าและมั่นคงในงานมีอิทธิพลอย่างยิ่งกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร, Wahlberg, Nelson & Brochado (2017), Fatmasari, Mochammad & Wulida (2018), สุรีย์พร บุญโชคเจริญศรี (2559), ณภัทร วุฒิธะพันธ์ และ จิระประภา อัครบวร (2560), อนันต์ มณีรัตน์ (2560), ธิดารัตน์สวนเศรษฐ์, ระพิน ชูชื่น,ธนวิน ทองแพง (2562), มัญชุพัฒน์ ภิรมณ์น้อย (2561), สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูลไทย และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561), การมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน คุณค่า ของงาน การเรียนรู้และโอกาสในการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความท้าทายใน การทำงาน ความเจริญก้าวหน้า และค่าตอบแทน, พงศกร แมฮะ (2561), เพศ ช่วงอายุและการศึกษาของคน Gen Y ไม่ได้มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรเมื่อองค์กรได้ใช้สวัสดิการแบบเลือกได้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดคน และ ณภัค อินทรานนท์ (2560), โดยเจเนอเรชั่น X และเจเนอเรชั่น Y มีผลต่อความต่องการสวัสดิการยืดหยุนที่มากเหมือนกัน จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกบริษัทควรพิจารณาจ่ายให้พนักงานในระดับที่เหมาะสมเพียงพอกับค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับค่าครองชีพ เพื่อส่งผลให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี เกิดความสุขในการทำงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีตามไป และสามารถรักษาคนเก่งไว้ในองค์กรได้อีกด้วย

และผลการวิเคราะห์พบปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) ได้แก่ ด้านการศึกษา (Education) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นิเวศน์ ธรรมะ และ คณะ (2562), ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของ พนักงานในองค์กร คือ การสอนงาน (Coaching) องค์ประกอบด้านการ ฝึกอบรม (Training), พวงแก้ว รัตนสุมาวงศ์ (2561), ณภัทร วุฒิธะพันธ์ และ จิระประภา อัครบวร (2560), มนชนก ชูพรรคเจริญ (2562), ที่ผลการศึกษาพบกว่าที่ผลการศึกษาพบว่า การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร การแบ่งปันความรู้และการรักษาความรู้ในองค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความสุขในที่ทำงานและความสำเร็จขององค์กร

ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เทพศิรินทร์ คำไทยกลาง, บุษยา วงษ์ชวลิตกุล(2561), ที่พบว่า สุขภาพที่ดี ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน

ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Emre Burak Ekmekcioglu, Hamidah Nabawanuka (2022) ที่ผลการศึกษาพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและความสุขในที่ทำงาน Shalini Srivastava, Pragya Gupta (2021) ความยืดหยุ่นในการทำงาน การปรับตัว ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน

ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่พบว่า การมีหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาลส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จขององค์กร

ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Omugo & Onuoha (2016) ที่ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลอย่างยิ่งกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กมล นมงามศักดิ์ (2564) ที่ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมที่ดีในที่ทำงาน บรรยากาศที่ดีขององค์กร ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน ส่งผลให้คนรักงานรักองค์กร และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรีย์พร บุญโชคเจริญศรี (2559) ที่ศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ และ จิรนันท์ ศรีภิรมย์ (2559), กรวิภา วรรณแสวง (2560), อนันต์ มณีรัตน์ (2560), ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานคือความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยตามแนวคิด Gross National Happiness และ Sustainability Performance Outcomes ของ ผศ. ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) สุขภาวะที่ดี (Gross National Happiness) และความสุขขององค์กร(Workplace Happiness) ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) แสดงให้เห็นว่าหากผู้บริหารต้องการความสุขในองค์กรซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสุขในองค์กรซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) และปัจจัยด้านการศึกษา (Education)

หากผู้บริหารต้องการเพิ่มความสุขในองค์กรซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืนผู้บริหารควรเริ่มจากการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงานเป็นอันดับแรก บริษัทควรมีนโยบาย กฎหรือระเบียบ การประเมินผลที่ชัดเจนในการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงาน ตามผลประกอบการ ปริมาณงาน ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีการจัดสรรอย่างเป็นธรรม ตามมาตรฐานในธุรกิจสายการบิน ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี สามารถดำรงชีพได้ตามมาตรฐานค่าครองชีพและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน มีแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน ส่งผลให้พนักงานมีความสุขที่ได้มาทำงาน และส่งผลให้งานออกมามีประสิทธิภาพ นำความสำเร็จมาสู่องค์กร

และอันดับรองลงมา หากผู้บริหารต้องการเพิ่มความสุขในองค์กรซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืนผู้บริหารควรเริ่มจากการให้ความสำคัญกับการศึกษา (Education) ผู้บริหารควรพิจารณากำหนดนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากข้อบังคับจากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย อาทิ เช่น มีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนในการจัดทำแผนการพัฒนาตนเอง ด้วยการหาวิชาที่ตนเองสนใจและเกี่ยวข้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง และสามารถนำความรู้มาช่วยในการพัฒนางานของบริษัท แทนที่จะเป็นแผนการฝึกอบรมที่กำหนดโดยบริษัทเพียงฝ่ายเดียว

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ สนใจที่ต้องการนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้เพื่อทำ การศึกษาวิจัยปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนเกี่ยวกับธุรกิจอื่นๆ

2. การศึกษาเพิ่มเติมควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมในหลายมิติ เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกมามาประกอบวิเคราะห์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัยในครั้ง ต่อไป

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่อง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูล จากพนักงาน เจเนอเรชั่นวาย บริษัทเอกชนในประเทศไทย ที่มีกลุ่มตัวอย่าง 385 คน หากมีการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรจะเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดของระยะเวลาและช่วงเวลาซึ่งมีผลต่อการตอบแบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลจำกัดและอาจจะไม่ครอบคลุมกับหัวข้อในการศึกษาวิจัยทั้งหมด หากมีการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรจะเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้นานขึ้น เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์และวิจัย

บรรณานุกรม

Burton, J. (2010*). WHO Healthy Workplace Framework and Model: Background and Supporting Literature and Practices. Submitted to Evelyn Korton. (WHO. Headquarters, Geneva, Switzerland, February 2010).*

Joe F Hair Jr, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G Kuppelwieser. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*.

Joe F Hair, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice,* 19(2), 139-152.

Joe F. Hair Jr, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G. Kuppelwieser. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review,* 26(2), 106-121. doi:10.1108/EBR-10-2013-0128.

Joe Hair, Marko Sarstedt, and Christian Ringle. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In.

Joseph F Hair, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning,* 46(1-2), 1-12.

Joseph F Hair, David J Ortinau, and Dana E Harrison. (2010). *Essentials of marketing research* (Vol. 2): McGraw-Hill/Irwin New York, NY.

Mahmood, A., & Bashir, J. (2020). How does corporate social responsibility transform brand reputation into brand equity? Economic and noneconomic perspectives of CSR. *International Journal of Engineering Business Management, 12*, 1847979020927547.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Lowe, G. S. (2004). Healthy workplace strategies: Creating change and achieving results. USA: The Graham Lowe Group Inc.

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.

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.

กัญญาณัฐ แสนทวีสุข. (2561). *การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee leadership กรณีศึกษาประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชุติมา จิรนันท์วัฒนา. (2561). *ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรในโรงพยาบาล. มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

พรรณภรณ์ จอมเมือง.(2561). *การศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานตามแนวคิด Honeybee Leadership ในธุรกิจไพรเวทแบงก์กิ้งในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ณัฐณิชา ลีติรัตน์นัยน์.(2561*). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ตามแนวคิด Honeybee Leadership กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.

ทิพย์สุดา วนะวนานนท์. (2559). การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล . มหาวิทยาลัยมหิดล/นครปฐม.

ทิชารัตน์ ประดิษฐ์พงศ์. (2561). *การศึกษาปัจจัยที่ทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อยู่อย่างยั่งยืน ตามแนวคิด Honeybee leadership* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธนวิทย์ งามศักดิ์. (2561). *การศึกษาการสร้างความสุขในองค์กรขนาดเล็ก ประเภทธุรกิจขายรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปิ่นมณี ชำนาญกิจ. (2561). *การศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา แผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลศิริราช* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

นภัสสร ปั๋นทา.(2561*).Sustainable Leadership: กรณีศึกษาภาวะผู้นำยั่งยืนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์.(2560).*การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจการให้บริการขยายตลาดตามแนวคิด Honeybee Leadership*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภณิดา บุญทวี. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 7 กรมสรรพากร* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ยุวรรณดา สังขะวาทิน.(2557). *ทัศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศการทำงานที่สนุกสนานความพึงพอใจการเป็นสมาชิกที่ดีความผูกพันต่อองค์กร และความผูกพันในงาน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

วรินทร์ จงมีสุข.(2561). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อยุทธยา แคปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน) (กรุงศรีออโต้) ภายหลังการรวมกิจการเข้ากับธนาคารกรุงศรีอยุทธยาจำกัด(มหาชน).*วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

อัครเดช ไม้จันทร์.(2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรม ในจังหวัดสงขลา.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์