

การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กร
ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน
ในบริษัทสายการบินในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2565



นางสาวชลลดา ติรชูลี
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ชนานุศักดิ์,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒนกุล,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความกรุณาของบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณ ผศ.ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ให้ความรู้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ และกราบขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่ง

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความร่วมมือทำแบบสอบถามและกระจายแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาการจัดการ มหบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนให้ความช่วยเหลือคำแนะนำ

ชลลดา ทิระชูลี

การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

THE STUDY OF FACTORS OF GOOD HEALTH, WELL-BEING, AND WORKPLACE HAPPINESS THAT AFFECT SUSTAINABILITY IN AIRLINE COMPANIES IN THAILAND

ชลดดา ติรชูลี 6350289

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ รัตนศักดิ์, Ph.D., สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและมีความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ตามแนวคิด Gross National Happiness และ Sustainability Performance Outcomes ของ ศศ.ดร. สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นต่อองค์กร ความสุขขององค์กร ผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร และนำข้อมูลจากการศึกษาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารบริษัทสายการบินในประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์องค์กร พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนให้แก่องค์กรต่อไป งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นของพนักงานในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม จากพนักงานทุกตำแหน่งงาน จำนวน 225 คน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS และ SMART PLS รุ่น 4 และแปลผลควบคู่การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการศึกษา (Education)

คำสำคัญ : สุขภาวะที่ดี/ ความสุขขององค์กร/ ความยั่งยืน/ สายการบิน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัยวัตถุประสงค์	3
1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร	3
1.4.2 ขอบเขตของเนื้อหา	4
1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 บทนำ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ข้อมูลบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย	5
2.2. แนวคิดองค์กรยั่งยืน	8
2.3 แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH)	12
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	51
2.6 สมมติฐานที่ใช้ในงานวิจัย	52
2.6.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	52
2.6.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6.3 สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	53
2.6.4 สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder Satisfaction)	54
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	56
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	56
3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	56
3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	57
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	57
3.3 ระยะเวลาในการทำการวิจัย	57
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	63
3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	63
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	63
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)	63
3.6.2 การประเมิน โมเดลเชิง โครงสร้าง (Structural Model Assessment)	64
3.6.3 การประเมิน โมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	64
3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)	64
3.6.3.2 โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective)	65
3.6.3.3 การทดสอบความเที่ยง (Indicator Reliability)	66
3.6.3.4 การทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loadings)	66
3.6.3.5 การทดสอบความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)	67
3.6.3.6 การทดสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)	67
3.6.3.7 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)	67
3.6.3.8 การประเมิน โมเดลภายใน (Inner Model Evaluation)	68

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	3.6.3.9 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant)	68
	3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	68
	3.6.4 การทดสอบสมมติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)	69
บทที่ 4	ผลการศึกษา	70
	4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติ ซึ่งพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	70
	4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	70
	4.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร	73
	4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)	75
	4.2.1 การวัดประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)	76
	4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)	77
	4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)	78
	4.2.4 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง (Composite Reliability)	87
	4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)	88
	4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)	97
	4.3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)	99
	4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลเชิงโครงสร้าง	99
	4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	107
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	124
	5.1 สรุปผลการวิจัย	124
	5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	125
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	125
	5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	128
	5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย	129
	5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย	129
บรรณานุกรม		130

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

หน้า

137

ภาคผนวก ก สำเนาใบรับรองการผ่านการอบรม CITI Program

ภาคผนวก ข การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง

ภาคผนวก ค การตรวจสอบโปรแกรม Turnitin



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่ (AOCR)	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่ดีและความสุขขององค์กร	16
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน	39
3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อองค์กร	59
3.2 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ด้านความคิดเห็นต่อองค์กร	59
3.3 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร	60
3.4 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ด้านความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร	61
3.5 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร	61
3.6 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ด้านความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร	61
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	71
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	73
4.3 ผลการประเมินโมเดลการวัด	78
4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)	89
4.5 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion	96
4.6 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงและตัวแบบภาพรวม	98
4.7 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ในโมเดลปัจจัยด้านสุขภาพที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย	100
4.8 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรในแบบจำลอง	105
4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้	108

สารบัญรูปร่าง

รูปร่าง	หน้า
2.1 The nine domains of GNH	14
2.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	51
3.1 ลักษณะโมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว	65
4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS	76
4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping	101
4.3 ปัจจัยสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย	124

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญอยู่ภายใต้สภาวะความกดดันต่างๆที่หลากหลาย อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว สภาพเศรษฐกิจ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากรายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทย (กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2563) การขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศและภายในประเทศได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้มีจำนวนเที่ยวบินและผู้โดยสารลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการเพื่อจำกัดการเดินทาง ส่งผลต่อความต้องการเดินทางของผู้โดยสาร ทำให้กิจกรรมต่างๆทางเศรษฐกิจชะลอตัวลง ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินของไทยในรอบ 10 ปี ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 จำนวนสายการบินที่ได้ไปรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศที่ยังคงใช้งานได้มีทั้งสิ้น 24 สายการบิน แบ่งเป็น สายการบินภายในและระหว่างประเทศ 22 สายการบิน สายการบินภายในประเทศ 2 สายการบิน และการคาดการณ์การฟื้นตัวของการเดินทางทางอากาศมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ในปี พ.ศ. 2566 จึงทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้และพัฒนาอย่างยั่งยืน การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจหรือตัวเงินเพียงอย่างเดียว องค์กรอาจไม่สามารถก้าวไปสู่เป้าหมายในอนาคตได้ หากแต่องค์กรต้องคำนึงถึงการไม่เอาเปรียบสังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม (พรหม อังสุสิงห์, 2553) การสร้างสุขภาวะที่ดีในองค์กรหรือการเป็นองค์กรแห่งความสุขนั้นไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจในการทำงาน ลดอัตราการขาดงานและการลาออกแล้ว ยังเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางการแข่งขัน ระหว่างองค์กรเพื่อช่วงชิงบุคลากรที่มีความเป็นเลิศ (War of Talent) ให้มาร่วมงานกับองค์กร (Martin, Jones and Callan, 2005) ซึ่งสาระสำคัญคืออะไรคือปัจจัยที่ทำให้แต่ละบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สามารถรักษาพนักงานที่มีความเป็นเลิศ สามารถทำให้พนักงานอยู่อย่างมีความสุขและบริษัทสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

สุขภาพดี สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดี (Good health and Well-being) ถูกกำหนดให้เป็น 1 ใน 17 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่สหประชาชาติ

ร่วมกันกำหนดขึ้นเป็นวาระการพัฒนาในระดับโลกที่ต้องบรรลุให้ได้ภายในปี 2030 ซึ่งประเด็นนี้จัดอยู่ในเป้าหมายที่ 3 คือ มุ่งสร้างหลักประกันการมีสุขภาพดีและเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกวัย ดังเช่น ดร.ภญ.อรทัย วลีวงศ์ จากสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (International Health Policy Program, 2564) กล่าวไว้ว่า การบรรลุเป้าหมายที่ 3 การมีสุขภาพดี สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันออกแบบและดำเนินการ ไม่ใช่เฉพาะหน้าที่ของกระทรวงสาธารณสุข หมอ พยาบาล บุคลากรทางการแพทย์เท่านั้น เพราะสุขภาพมนุษย์จะดีขึ้นหรือแย่ลงนั้นเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่เขาเกิดและเติบโตมา รวมถึงสภาพการทำงานและดำรงชีวิตอยู่ ซึ่งเป็นผลจากระบบต่าง ๆ ของสังคมที่เข้าไปมีส่วนกำหนดสภาพแวดล้อมเหล่านั้น หรือที่เราเรียกกันว่า ‘ปัจจัยสังคมกำหนดสุขภาพ (Social determinants of health)’

การสร้างความสุขในที่ทำงานเป็นสิ่งสำคัญ ดังเช่น นายแพทย์ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์ (2551) ผู้จัดการแผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ได้กล่าวไว้ว่า องค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) คือกระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน องค์กรแห่งความสุขต้องมีระบบการจัดการคนเพื่อให้เกิดทีมในฝัน (Dream Team) คือทีมที่มีคนทำงานด้วยความสุข มีความมุ่งมั่น สบายใจเป็นระเบียบ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความก้าวหน้าและการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่องค์กรแห่งความสุขอย่างแท้จริง ซึ่งประกอบด้วย เป็นองค์กรที่มีการทำงานเป็นระบบทีม (Teamwork) เป็นองค์กรที่มีความสุขในการทำงานร่วมกัน (Happy 8) เป็นองค์กรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการอยู่ร่วมกัน และมีการพัฒนาร่วมกัน (Creativity) องค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) จึงเป็นกระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมายและให้ยุทธศาสตร์สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยใช้ความสุขพื้นฐานแปดประการ (Happy 8) เป็นแนวทางในการบริหารจัดการชีวิตให้มีความสุขอย่างยั่งยืน สร้างทัศนคติบวกต่อมุมมองในการดำเนินชีวิต การอยู่ร่วมกับผู้อื่น การรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสมาชิกที่ดีต่อครอบครัว องค์กร และสังคม โดยมีความสุขที่แท้จริงบนพื้นฐาน ความสุขแปดประการที่สมดุลกับชีวิต สุขภาพแข็งแรงทั้งกายและจิตใจ (Happy body) มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันและกัน (Happy heart) มีความรักสามัคคีเอื้อเฟื้อต่อชุมชนที่ตนทำงานและพักอาศัย มีสังคมและสภาพแวดล้อมที่ดี (Happy society) รู้จักผ่อนคลายต่อสิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต (Happy relax) มีการศึกษาหาความรู้พัฒนาตนเองตลอดเวลาจากแหล่งต่างๆ นำไปสู่การเป็นมืออาชีพและความมั่นคงก้าวหน้าในการทำงาน (Happy brain) มีความศรัทธาในศาสนาและมีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต (Happy soul) มีเงิน รู้จักเก็บ รู้จักใช้ ไม่เป็นหนี้ ปลูกฝังนิสัยอดออม ประหยัด ไม่

ใช้สุรุษสุร่าย ใช้จ่ายแต่เท่าที่จำเป็น ยึดหลัก คำสอนการดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง (Happy money) มีครอบครัวที่อบอุ่นและมั่นคง ปลูกฝังนิสัยรักครอบครัว เพื่อนำไปเป็นหลักการใช้ชีวิต ให้รู้จักความรัก ความเชื่อมั่น และความศรัทธาในความดีงาม จึงจะเกิดเป็นคนดี ในสังคม (Happy family)

ด้วยบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความสำเร็จขององค์กร หากผู้ประกอบการสายการบินต้องการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ควรคิดเรื่องสุขภาวะที่ดีและความสุขของพนักงานครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรในหลายๆปัจจัย ตั้งแต่สังคม สิ่งแวดล้อม ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ของสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินในประเทศไทยนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลสนับสนุนในการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรด้านใดที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัยวัตถุประสงค์

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าในงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าในงานวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานทุกตำแหน่งงานในบริษัทของสายการบิน ในประเทศไทย ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่

30 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 จากการคำนวณตามสูตรต้องได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 225 คน (อ้างอิงจากการคำนวณในบทที่ 3) ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ทั้งหมด 225 คน จึงนำมาใช้ในการกำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.4.2 ขอบเขตของเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ผ่านความคิดเห็นของพนักงานในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบถึงปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่มีผลต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

1.5.2 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารบริษัทสายการบินในประเทศไทยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์องค์กร พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนให้แก่องค์กรต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาโดยเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย
- 2.2 แนวคิดองค์กรยั่งยืน
- 2.3 แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา
- 2.6 สมมติฐานที่ใช้ในงานวิจัย

2.1 ข้อมูลบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้ถือใบอนุญาตประกอบกิจการการบินพลเรือน (AOL) ทั้งหมด 42 ราย ถือใบอนุญาตประกอบกิจการการบินพลเรือนที่ยังให้บริการอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 32 ราย หยุดให้บริการจำนวน 10 ราย จำนวนผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่ (AOCR) ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 30 กรกฎาคม 2564 ที่ยังคงให้บริการอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 24 ราย ดังรายละเอียด ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่ (AOCR)

Air Operator	ชื่อสายการบิน
Bangkok Airways Public Company Limited	บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
Thai Airasia Company Limited	บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด
Thai Airways International Public Company Limited	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
Thai Airasia X Company Limited	บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ จำกัด
Nok Airlines Public Company Limited	บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน)
Thai Smile Airways Company Limited	บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด
Thai Lion Mentari Company Limited	บริษัท ไทย โลอ็อน เมนทารี จำกัด
Mjets Limited	บริษัท เอ็มเจ็ท จำกัด
K-Mile Air Company Limited	บริษัท เค-ไมล์ แอร์ จำกัด
Thai Viet Jet Air Joint Stock Company Limited	บริษัท ไทย เวียดนามเจ็ท แอร์ จอยท์ สต็อก จำกัด
AC Aviation Company Limited	บริษัท เอซี เอวิเอชัน จำกัด
VIP Jets Company Limited	บริษัท วีไอพี เจ็ทส์ จำกัด
Siam Land Flying Company Limited	บริษัท สยามแลนด์ฟลายอิง จำกัด

ตารางที่ 2.1 ผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่ (AOCR) (ต่อ)

Air Operator	ชื่อสายการบิน
Siam Land Flying Company Limited	บริษัท สยามแลนด์ฟลายอิง จำกัด
Advance Aviation Jet Company Limited	บริษัท แอ็ดวานซ์ เอวิเอชั่น เจ็ท จำกัด
United Offshore Aviation Company Limited	บริษัท ยูไนเต็ค ออฟชอร์ เอวิเอชั่น จำกัด
H.S. Aviation Company Limited	บริษัท เอช เอส เอวิเอชั่น จำกัด
SFS Aviation Company Limited	บริษัท เอสเอฟเอส เอวิเอชั่น จำกัด
Thai Aviation Services Limited	บริษัท ไทย เอเวชั่น เซอร์วิส จำกัด
Bangkok Helicopter Services Company Limited	บริษัท กรุงเทพเฮลิคอปเตอร์เซอร์วิสเชส จำกัด
Advance Aviation Company Limited	บริษัท แอ็ดวานซ์ เอวิเอชั่น จำกัด
Thai Summer Airways Company Limited	บริษัท ไทยซัมเมอร์ แอร์เวย์ จำกัด
Air Inter Transport Company Limited	บริษัท แอร์ อินเตอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด
Thai Flying Service Company Limited	บริษัท ไทยฟลายอิง เซอร์วิส จำกัด

ที่มาตาราง 2.1 สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2564

ประกอบด้วยผู้ได้รับใบรับรองดำเนินการเดินอากาศด้วยอากาศยานระหว่างประเทศจำนวน 17 ราย ภายในประเทศจำนวน 2 ราย ผู้ได้รับผู้ได้รับใบรับรองดำเนินการเดินอากาศด้วยเฮลิคอปเตอร์ระหว่างประเทศจำนวน 5 ราย (ฝ่ายมาตรฐานปฏิบัติการบิน สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2564) ในภาพรวมส่วนแบ่งตลาดเส้นทางบินภายในประเทศและเส้นทางบินระหว่างประเทศ พบว่าในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบิน สัญชาติไทยทั้งสิ้นจำนวน 112.92 ล้านคน โดยสายการบินที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชียมีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ การบินไทย สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 19.3 และร้อยละ 15.6 ตามลำดับ โดยสายการบินที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเส้นทางบินภายในประเทศมากที่สุด คือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 18.6 และร้อยละ

ละ 18.1 ตามลำดับ ส่วนสายการบินที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเส้นทางบินระหว่างประเทศ มากที่สุด คือ การบินไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ สายการบิน ไทยแอร์เอเชียและสายการบิน ไทยไลอ้อนแอร์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.4 และร้อยละ 10.0 ตามลำดับ (รายงานสถานะ อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย ฝ่ายส่งเสริมเศรษฐกิจสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2561)

2.2 แนวคิดองค์กรยั่งยืน

องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่จะตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ทั้งหมดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้รวมถึงผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคม นอกจากการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบัน ยังต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคตอีกด้วย (Dyllick & Hockerts, 2002)

Worley, Christopher & Lawler, Edward. (2010) กล่าวว่าไว้ว่า การปรับกลยุทธ์และกำหนดทิศทางของกลยุทธ์ ถือเป็นป้อมปราการที่สำคัญขององค์กรในการพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง โดย คุณสมบัติขององค์กรที่ตอบรับการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

1. คำนึงถึงอนาคตและศึกษาสภาพแวดล้อมมาใช้ในการตัดสินใจเพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่
2. เข้าใจเอกลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน (Identity) และมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างไร
3. มีเอกลักษณ์ที่ตอบรับต่อสภาพแวดล้อมและสนับสนุนต่อการเปลี่ยนแปลง
4. เปลี่ยนกลยุทธ์และทิศทางกลยุทธ์เมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไป
5. ทบทวนกลยุทธ์เดิมและหาข้อผิดพลาดที่เกี่ยวข้อง เพื่อสื่อสารเรื่องที่จะทำการเปลี่ยนแปลง
6. มีการนำเสนอความคิดริเริ่มเพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ
7. พิจารณาจุดแข็งของเอกลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบัน และใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

การสร้างองค์กรอย่างยั่งยืนจะต้องมีองค์ประกอบหลักที่ต้องดำรงรักษาไว้ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการดำรงอยู่ (Purpose), ค่านิยมหรือคุณค่าหลัก (Values) , และวิสัยทัศน์ (Vision) และการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (ดร.พงศ์พันธ์ พลศรีเลิศ, 2011)

ปัจจุบันมีธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมากมาย ซึ่งความสำเร็จของแต่ละองค์กรมีมุมมองที่แตกต่างกัน บางองค์กรวัดความสำเร็จขององค์กรจากผลกำไร (Corporate Growth and Profitability) โดยไม่ได้คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ แต่ในปัจจุบันการบริหารธุรกิจสมัยใหม่มีแนวคิดในการบริหารจัดการองค์กรที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการสร้างผลกำไรแต่ยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น พนักงานในองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อม การสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมการกระจายรายได้ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบ ความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

กล่าวได้ว่า กิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ส่งผลเสียต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนรุ่นถัดไป กิจกรรมของธุรกิจนั้นต้องคำนึงถึงการกระจายผลประโยชน์แก่คนในสังคมอย่างเสมอภาคกัน (Fairness) กิจกรรมของธุรกิจนั้นต้องมีส่วนส่งเสริมสถานะความเป็นอยู่ที่ดี (Wellbeing) ของคนในสังคม และ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

หากจะกล่าวถึงกลุ่มคนในสังคมที่ธุรกิจควรมีส่วนรับผิดชอบโดยตรงนั้น ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholders) การดำเนินธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยการสร้างความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ การให้ความเคารพ ซึ่งกันและกัน และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ธุรกิจนั้นก็จะได้รับการยอมรับจากสังคม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้ คือ ผู้ที่สร้าง ผลกระทบหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากธุรกิจนั้น ซึ่งไม่ใช่แค่ผู้ถือหุ้น แต่รวมถึงพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รวมถึงชุมชนที่อยู่โดยรอบที่ตั้งของธุรกิจนั้น

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มอาจมีเป้าหมาย และความต้องการที่ต่างกัน เช่น ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนนั้นสนใจในผลตอบแทนจากการลงทุน พนักงานต้องการทำงานที่มีโอกาสก้าวหน้า ในสายงาน มีผลตอบแทนที่เป็นธรรมและงานที่มั่นคง ลูกค้าหรือผู้บริโภคต้องการได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ในขณะที่ชุมชนต้องการธุรกิจที่สร้างงานและรายได้ให้ชุมชน และยังคงต้องการธุรกิจที่รับผิดชอบต่อชุมชน โดยไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน หลายธุรกิจได้ สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน (Engagement) และส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธุรกิจนั้นจัดขึ้น

จะเห็นได้ว่าความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มนั้นมีความต้องการพื้นฐานที่แตกต่างกันและแง่ของความต้องการด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม การเติบโตของธุรกิจควบคู่ไปกับการเพิ่มโอกาสในการทำงานและการส่งเสริมการกระจายรายได้ รวมทั้งการสร้างเสมอ

ภาคและความเป็นธรรมทางสังคม หากธุรกิจใดที่ละเมิดเป้าหมายเหล่านี้มักจะประสบปัญหา การถูกต่อต้านจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นสาเหตุทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเฉพาะกลุ่มอย่างเจาะจงได้ จะช่วยรักษา และเพิ่มสัมพันธภาพที่ดีระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ทำให้ธุรกิจนั้นไม่เพียงแต่ บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ แต่ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้ การวัดความสำเร็จของธุรกิจแบบใหม่นี้ มากกว่าความสำเร็จทางธุรกิจในแง่ของรายได้ และผลกำไร แต่อาจรวมถึงตัวชี้วัดอื่น ๆ ที่สะท้อนถึงความยั่งยืนของธุรกิจเข้าไปด้วย อาทิ ความพึงพอใจของพนักงาน อัตราการลาออก ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของชุมชน สัดส่วนของการสนับสนุนชุมชน ต่อยอดขายสินค้าหรือบริการ สัดส่วนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ต่อหน่วยของสินค้าที่ผลิตออกมา อัตราการปล่อยของเสียหรือมลพิษเนื่องจากการผลิตต่อการผลิตหนึ่งหน่วย เป็นต้น หรือเป็นการวัดผลสำเร็จของธุรกิจที่ต้องพิจารณาถึงผลสัมฤทธิ์ ด้านอื่นนอกจาก 4 ด้าน ตามที่ได้เสนอแนวคิดของการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

ในเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ในขณะนี้กำลังได้รับความนิยมจากธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการสร้างธุรกิจให้ยั่งยืน การเพิ่มจำนวนของธุรกิจที่ดำเนินกิจการเพื่อสังคมในระยะเวลา 4-5 ปี ที่ผ่านมานี้ เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่าแนวโน้มของการทำธุรกิจในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางที่ธุรกิจจะหันมาให้ความสนใจ กับความยั่งยืนขององค์กรมากขึ้น โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคมและส่งเสริมการพัฒนา สังคม องค์กรธุรกิจใดที่เข้าใจแนวคิดนี้และปรับตัวได้ก่อน ย่อมเกิดการวางรากฐานเพื่อความยั่งยืน ขององค์กรในอนาคตได้เป็นอย่างดี (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน คือองค์กรที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรธุรกิจจำนวนมากตั้งแต่สังคม สิ่งแวดล้อม ลูกค้า พนักงานหรือแม้แต่ประชากรในอนาคต มีกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมและเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนที่อยู่โดยรอบให้มีความมั่นคง และมีความสุข (บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด, 2555)

การเติบโตของธุรกิจควบคู่ไปกับการเพิ่มโอกาสในการทำงานและการส่งเสริมการกระจายรายได้ รวมถึงการสร้างความเสมอภาคและความเป็นธรรมทางสังคม ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายกลุ่มอย่างเจาะจงได้ จะช่วยรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ทำให้ธุรกิจนั้นสามารถบรรลุเป้าหมาย แต่ยังส่งผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน (Inkong, 2558)

ในยุคปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในโลกธุรกิจทำให้ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ อาทิ เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนชั่วคราวของเศรษฐกิจของโลก ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน กฎระเบียบและนโยบายการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ทรัพยากร และพลังงาน การแข่งขันทางธุรกิจ ภาวะโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโลก ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งโอกาสหรือความเสี่ยงต่อธุรกิจ ทั้งนี้ธุรกิจต่างๆ จะต้องอาศัย “การปรับตัว” ในการรับมือกับเรื่องดังกล่าว เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้ (พิริยาภรณ์ อันทอง,ศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

แนวความคิดการพัฒนายั่งยืน หมายถึง วิธีการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ลดทอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นหลัง (คณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ, 1987) โดยแต่ละธุรกิจอาจนิยามการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนตามบริบทขององค์กร แต่แกนหลักจะเป็นการที่องค์กรให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจมีนโยบายและแผนธุรกิจภายใต้หลักบรรษัทภิบาลและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเงินทุนและผลกำไรที่ใช้ในการขยายกิจการ มีผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้นควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน (พิริยาภรณ์ อันทอง,ศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

การบริหารจัดการให้ธุรกิจมีความยั่งยืนดำรงอยู่ในตลาดได้อย่างยาวนานธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับผลประกอบการทั้ง 3 ด้านไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ ด้านการสร้างรายได้ให้ธุรกิจ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นการสร้างสมดุลของธุรกิจเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากทั้ง 3 ปัจจัยมีผลกระทบต่อธุรกิจ

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเริ่มจากการเปิดเผยนโยบายและความประสงค์ด้วยความโปร่งใส โดยให้ความสำคัญกับชุมชนและสังคมว่าเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายองค์กร การแสดงให้เห็นว่ามีการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน การพัฒนาศักยภาพให้พนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ นอกจากนี้ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมต้องมีการพัฒนาชุมชน และบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรอบอย่างต่อเนื่อง (เรวัตตันตยานนท์, 2559)

องค์กรยั่งยืน (Sustainable Business) มี 3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน ได้แก่

1. ความซื่อสัตย์ (Integrity) เป็นพื้นฐานของการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มแรก ที่เป็นรากฐานของความยั่งยืน ในการประกอบธุรกิจนั้น ต้องมีความซื่อสัตย์ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงมือ

ลูกค้า รวมไปถึงการจัดการจัดหาแหล่งวัตถุดิบหรือลูกค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดการทุจริต เพราะทุกกระบวนการต้องดำเนินการอย่างถูกต้องภายใต้กฎหมาย

2. ด้านคุณภาพ (Quality) การพัฒนาด้านคุณภาพอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่สุด และรักษาประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ และส่งเสริมความรู้ความสามารถให้กับพนักงานเพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น พัฒนาสุขภาพกายและสุขภาพใจและดูแลด้านคุณภาพของพนักงาน

3. ความสามัคคี (Harmony) ส่งเสริมกันและกัน ไม่ที่จะเป็นการส่งเสริมชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยการใช้วัตถุดิบหรือการจ้างงานกับคนท้องถิ่นเพื่อสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน ช่วยกันพัฒนาชุมชนและสังคม และการคำนึงถึงการให้ทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่าที่สุด เพื่อพัฒนาโอกาสในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต (Sahatorn Petvirojchai, 2018)

จากที่กล่าวมาข้างต้น องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนนั้น หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการรักษาสมดุลในการบริการองค์กรให้ได้ผลกำไรและมีผลเสียต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียน้อยที่สุด โดยมุ่งเน้นทั้งผลประโยชน์และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในองค์กรและภายนอก คำนึงถึงประชากรในปัจจุบันและในอนาคต รับผิดชอบต่อสังคมทั้งการช่วยเหลือและการพัฒนาชุมชน ซึ่งการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องเป็นส่วนหนึ่งของแผนและเป้าหมายขององค์กร เพื่อทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจและพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน

2.3 แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH)

แนวคิดการวัดจีเอ็นเอชนั้น ริเริ่มโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ซิงเย วังชุก รัชกาลที่ 4 แห่งราชอาณาจักรภูฏาน เมื่อ พ.ศ. 2515 โดยพระองค์มีคำริว่าแนวคิดจีดีพี อาจไม่ได้สะท้อนความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน จึงรับสั่งให้ออกแบบดัชนีชี้วัดใหม่ตามกฎหมายเก่าแก่ของภูฏานที่ว่า “หากรัฐบาลไม่สามารถสร้างความสุขให้กับประชาชนได้ รัฐบาลก็ไม่มีหน้าที่ที่จะต้องดำรงอยู่” (Suriyank-ietkaew[H1], & Kim, 2017).

ความสุขมวลรวมประชาชาติ ได้รับการออกแบบในความพยายามที่จะกำหนดตัวบ่งชี้ที่วัดคุณภาพชีวิตหรือความก้าวหน้าทางสังคมในแง่สังคมและจิตวิทยามากกว่าตัวบ่งชี้ทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ คำว่าคุณภาพชีวิต ใช้เพื่อประเมินความเป็นอยู่ทั่วไปของบุคคลและสังคม คำนี้ใช้ในบริบทที่หลากหลาย รวมถึงด้านการพัฒนาระหว่างประเทศ การดูแลสุขภาพ และการเมือง คุณภาพชีวิตไม่ควรจะสับสนกับแนวคิดเรื่องมาตรฐานการครองชีพที่ยึดตามรายได้เป็นหลัก ตัวชี้วัดมาตรฐานของคุณภาพชีวิตไม่เพียงแต่ความมั่งคั่งและการจ้างงาน

เท่านั้น แต่ยังรวมถึงสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น สุขภาพร่างกายและจิตใจ การศึกษา นันทนาการและเวลาว่าง และความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แนวคิดของความสุขมวลรวมประชาชาติอธิบายโดยเสาหลักสี่ประการ (GNH Center Phutan, พ.ศ. 2549) ได้แก่

1. ส่งเสริมธรรมาภิบาล ธรรมาภิบาลถือเป็นเสาหลักของความสุขเพราะกำหนดเงื่อนไขการเจริญเติบโต
2. การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนและเท่าเทียมกัน เศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคมและเศรษฐกิจของครัวเรือนและครอบครัว เวลาว่างและเวลาว่างตามบทบาทของปัจเจกเหล่านี้ในความสุข
3. การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม เชื่อกันว่าความสุขเกิดจากการรักษาวัฒนธรรม การพัฒนาความยืดหยุ่นทางวัฒนธรรมซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นความสามารถของวัฒนธรรมในการรักษาและพัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความรู้และการปฏิบัติ และสามารถเอาชนะความท้าทายและความยากลำบากจากบรรทัดฐานและอุดมคติอื่น ๆ
4. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถือเป็นส่วนสำคัญต่อ GNH เพราะนอกจากจะให้บริการที่สำคัญ เช่น น้ำและพลังงานแล้ว เชื่อว่าสิ่งแวดล้อมมีส่วนทำให้เกิดสุนทรียภาพและแรงกระตุ้นอื่นๆ ที่สามารถเยียวยาผู้ที่ชอบสีสันสดใสและแสง สายลมที่พัดผ่านได้โดยตรง และ ความเงียบในเสียงของธรรมชาติ

ด้วยการสนับสนุนจากนักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ และนักการเมืองชาวตะวันตกและตะวันออกหลายคน แนวคิดนี้จึงพัฒนาไปสู่รูปแบบการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม สหประชาชาติผ่านมติ 65/309 ซึ่งได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการเป็นเอกฉันท์จากสมัชชาใหญ่ในเดือนกรกฎาคม 2554 โดยวาง "ความสุข" ไว้ในวาระการพัฒนาระดับโลก การศึกษาแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของเราได้รับผลกระทบจากความสนใจของเรา มาตรการที่เราเลือก สิ่งที่เราใส่ใจของเรา 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

1. ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) คุณภาพชีวิต ความพึงพอใจในชีวิต จิตวิญญาณ ความสมดุลทางอารมณ์
2. มาตรฐานการครองชีพ (Living Standard) ความสะดวกสบายของวัสดุจากทรายได้ 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 (Cul-tural Diversity and Resilience) ความแข็งแกร่งของประเพณีวัฒนธรรม และ เทศกาลต่างๆ การใช้ภาษาถิ่น การมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม ทักษะทางศิลปะ
8. การใช้เวลา (Time Use) ใช้เวลากับงาน, ไม่ทำงาน, นอนนานเท่าไร สุขุมชีวิตการทำงาน

9.ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Eco-logical Diversity) การรับรู้ของผู้คนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความเสื่อมโทรม ของระบบนิเวศ ความรู้เชิงนิเวศน์ ปัญหาการกลายเป็นเมือง ความเสียหายต่อสัตว์ป่า (ชนบท)

องค์กรที่มีสุขภาวะที่ดีทั้ง 9 ด้าน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ด้านความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน โดยวัดระดับผลสำเร็จในการดำเนินการ (Sustainable Performance Outcomes) ได้ดังนี้

1. Corporate reputation: ชื่อเสียงองค์กร
2. Brand image: ภาพลักษณ์ของแบรนด์
3. Financial performance: ผลประกอบการ
4. Stakeholders Satisfaction: ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. Workplace Happiness: ความสุขในการทำงาน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สามารถสรุปการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
1	การศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา แผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลศิริราช	ปิ่นมณี ชำนาญกิจ (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Detail) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงาน แผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลศิริราช จำนวนทั้งสิ้น 20 คน	การวิจัยเชิงคุณภาพ	ผลการศึกษาพบว่า ความสุขในการทำงานของพนักงานแผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลศิริราช มาจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในงาน ความสำเร็จในงานที่ทำ ลักษณะงานที่เหมาะสมกับตนเอง และค่าตอบแทนกับสวัสดิการที่เหมาะสม
2	ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสุขในการทำงาน ของครูและบุคลากร วิทยาลัยเทคโนโลยี พาณิชย์และบริหารธุรกิจ	จิรนนท์ ศรีภิรมย์ (2559)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ครูและบุคลากร วิทยาลัยเทคโนโลยี พาณิชย์และ บริหารธุรกิจ จำนวนทั้งสิ้น 68 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของครูและบุคลากร วิทยาลัยพาณิชและบริหารธุรกิจ อยู่ในระดับมากคือด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
3	การศึกษาการสร้างความสุข ในองค์กรขนาดเล็ก ประเภท ธุรกิจขายรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์	ชนวิทย์ งามศักดิ์ (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานที่ ทำงานใน ธุรกิจขายรถจักรยานยนต์ บิ๊กไบค์ แห่งหนึ่งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 10 คน	การวิจัยเชิง คุณภาพ	ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 9 ด้าน เป็นสาเหตุที่แสดงถึงความสุขและความพึงพอใจของ พนักงานในการทำงานและทัศนคติที่พนักงานมีต่อ องค์กร ซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยหลักสองประการคือ การ สร้างให้องค์กรเป็นองค์กรแห่งความสุขตาม Happy 8 ประการ คือ 1. สุขภาพดี 2. มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกัน 3. ปลดหนี้ 4. รู้สึกผ่อนคลายกับสิ่งต่างๆ 5. การศึกษาหา ความรู้ตลอดเวลา 6. มีศรัทธาใน 4 ธรรมและศาสนาใน การดำรงชีพ 7. มีความ克己ที่ดี 8. มีสังคมารอบด้านที่ดี และประการที่สอง คือ การสร้างความผูกพันที่เกิดขึ้น ภายในองค์กร

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
4	การศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงานบริการภาคพื้นดิน ของสายการบินแห่งหนึ่ง	สิวลี มุ่งสูงเนิน (2562)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากพนักงานบริการภาคพื้นดิน ของสายการบินแห่งหนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 30 คน โดยเป็นพนักงานที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 15 คน และพนักงานที่มีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 15 คน	การวิจัยเชิงคุณภาพ	ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริการภาคพื้นดินของสายการบินแห่งหนึ่งมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมาก และพนักงานมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยแห่งความสุขในการทำงานนั้นเป็นผลมาจากผู้โดยสารมีคุณภาพ, ความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร, การปฏิบัติกรทางการบิน, รายได้และสวัสดิการ และเวลาเข้างาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
5	ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร	ชุตติมา จิรนนท์วัฒนา (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 227 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เงินเดือนและค่าตอบแทน และความรับผิดชอบ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
6	ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 7 กรมสรรพากร	ภณิดา บุญทวี (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 7 จำนวนทั้งสิ้น 143 คน โดยแยกเป็นส่วนบริหารงานทั่วไป 17 คน ส่วนกฎหมายและเร่งรัดภาษีอากรค้าง 16 คน ส่วนวางแผนและประเมินผล 16 คน ส่วนแนะนำและตรวจสอบภาษีเอกสาร 62 คน และส่วนกรรมวิธีและคืนภาษี 32 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าความสุขในการทำงานด้านความพึงพอใจในงานและความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความรับผิดชอบในงาน อยู่ในระดับน้อย และพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกัน มีความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานสท.กทม.7 ที่ไม่แตกต่างกันและปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน ได้แก่ การติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงาน การเป็นที่ยอมรับ นโยบายการบริหารงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสุขในการทำงาน

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
7	สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ของพนักงาน สาขาปฏิบัติการฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	อติยา ศรีคราม (2559)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานสาขปฏิบัติการวิชาชีพฯ ของมหาวิทยาลัยสุรนารี 8 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตรสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ ศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา ศูนย์บริการการศึกษา ศูนย์คอมพิวเตอร์ ศูนย์นวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 203 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยในด้านลักษณะงานที่ทำ รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงาน และด้านผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงาน ตามลำดับ ส่วนในเรื่องความสุขในการทำงาน พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน ในภาพรวม อยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุด ในเรื่องความพึงพอใจในการทำงาน รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นในการทำงาน และความริเริ่มในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
8	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท AAA	อโนทัย เฉยศิษฐ (2558)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท AAA จำนวนทั้งสิ้น 300 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อความสุขในการทำงานมากที่สุด ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ สัมพันธภาพในที่ทำงาน คุณลักษณะงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ นโยบายและการบริหารงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
9	การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล	ทิพย์สุดา วณะวานนท์ (2559)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานที่นครกรุงเทพมหานครและสาขา จำนวนทั้งสิ้น 244 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าระดับการรับรู้หลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านหลักความโปร่งใส และปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในระดับมากที่สุดคือ ด้านการพัฒนาาระบบมาตรฐานการบริการ การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับบุคลากรมี 3 ตัวแปรคือ หลักความคุ้มค่า หลักการมีส่วนร่วม และ หลักความรับผิดชอบ และยังพบว่าหน่วยงานควรมีการพัฒนาการรับรู้ในด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ด้านพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร และด้านประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
10	การบูรณาการบทบาทวิชาชีพ เกสัชกรรมในระบบสุขภาพ ชุมชน	พงษ์ศักดิ์ นาโต๊ะ (2560)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ โดย แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก แยกตามบทบาทนำของ เกสัชกรที่ใช้ในการพัฒนางานเกสัชกรรมใน ระบบสุขภาพชุมชน ได้แก่ ด้านการบริหารเกสัช กรรม จำนวนทั้งสิ้น 4 คน บุคลากรสหวิชาชีพที่ทำงานใกล้ชิดกับเกสัชกร อีก จำนวนทั้งสิ้น 4 คน บุคลากรสุขภาพที่ทำงานใกล้ชิดกับเกสัชกรผู้ให้ ข้อมูลหลัก อีกมากกว่า 10 คน	การวิจัยเชิง คุณภาพ	ผลการวิจัยพบว่าการบูรณาการบทบาท เกสัชกรทั้งสองด้าน คือ การบริหาร เกสัชกรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขภาพ ให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบ สุขภาพชุมชน สามารถตอบสนองต่อ แนวคิดของระบบสุขภาพชุมชนในด้าน การเพิ่มการเข้าถึงการดูแล ความ ต่อเนื่องของการดูแล การดูแลอย่างเป็น องค์รวมผสมผสาน การมีส่วนร่วมของ ชุมชน การเชื่อมั่นในคนและส่งเสริม ศักยภาพของคนและการพัฒนาโดยมี บริบทชุมชนเป็นฐาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
11	การทำงานเป็นทีม ความไว้วางใจในองค์กร อีสาระในการทำงาน การให้อำนาจในการตัดสินใจและการฝึกอบรมพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร	ชัยรินทร์ ไชยวัฒน์ รวินิตนา ฐานิตชนกร (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 230 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า การทำงานเป็นทีม ความไว้วางใจในองค์กร การให้อำนาจในการตัดสินใจ และการฝึกอบรมพนักงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเอกชนใน กรุงเทพมหานคร แต่การให้อีสาระในการทำงานไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเอกชนใน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากการทำงานบางอย่างที่ยากของพนักงานระดับล่างต้องใช้ความเป็นผู้นำของหัวหน้าเป็นหลัก

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
12	ปัจจัยความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา เกษตรกรอัตราจ้าง แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลรัฐแห่งหนึ่ง	ณัฐปภัสร์ ตั้งพานทอง (2560)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ เกษตรกรอัตราจ้างตำแหน่งงาน Full-Time และ Part-Time ของแผนกผู้ป่วยนอก กองเกษตกรรม โรงพยาบาลของรัฐแห่งหนึ่ง จำนวนทั้งสิ้น 10 คน	การวิจัยเชิงคุณภาพ	ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่สร้างความสุขในการทำงานของ เกษตรกรกลุ่มงานอัตราจ้าง แผนกผู้ป่วยนอก แบ่งออกได้เป็น ตำแหน่งงานและความรับผิดชอบ ความสัมพันธ์กับตัวเพื่อนร่วมงาน และ ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวงาน ที่ส่งผลให้สมาชิกมีความรู้สึกรักในองค์กร และมีการแสดงพฤติกรรมที่จะทุ่มเท และเต็มใจในการทำงาน เพื่อต้องการสร้างประโยชน์ให้องค์กร

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
13	ปัจจัยสถานที่ทำงานที่มี ความสุขและกิจกรรมของ พนักงานอุตสาหกรรม อาหาร	กมล นมนามศักดิ์ (2564)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยการใช้ แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูล จาก พนักงานบริษัทอาหาร 3 แห่ง โดย การใช้แบบสัมภาษณ์ จำนวนทั้งสิ้น 9 คน และแบบสอบถาม โดยแอปพลิเคชัน ออนไลน์ของ Google จำนวนทั้งสิ้น 221 คน	การวิจัยเป็นการ วิจัยแบบผสม	ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความสุขจากการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ สุขภาพดี ออกกำลังกาย ผ่อนคลาย การทำงานเป็น ทีม ระเบียบ ความเป็นผู้นำ รายได้ และสิ่งแวดล้อม Generation X ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม ความ เป็นผู้นำ เงินเดือนและสวัสดิการที่ดี และลักษณะการ ทำงาน ในขณะที่ Generation Y ให้ความสำคัญกับการ ทำงานเป็นทีม เสรีภาพ เงินเดือนและสวัสดิการที่ดี สิ่งแวดล้อม และลักษณะการทำงาน สำหรับ Generation Z พวกเขาให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม เสรีภาพ กฎระเบียบ สุขภาพ เงินเดือนที่ดีและลักษณะการทำงาน เป็นทีม เสรีภาพ เงินเดือนและสวัสดิการที่ดี สิ่งแวดล้อม และ ลักษณะการทำงาน สำหรับ Generation Z พวกเขาให้ ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม เสรีภาพ กฎระเบียบ สุขภาพ เงินเดือนที่ดีและลักษณะการทำงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
14	Organization Factor Contribute Lecturers' Happiness	Nurul Nazihah Awang Kecheq, Khairunesa Isa, Syamimi Syafiqah Shahlal (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก อาจารย์ที่เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยของรัฐในมาเลเซีย จำนวนทั้งสิ้น 30 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าอาจารย์ในมหาวิทยาลัยของรัฐมาเลเซียมีความสุขตลอดเวลาในทำงาน ปัจจัยทั้งห้า ที่ระบุว่าเกี่ยวข้องกับความสุขของอาจารย์ ได้แก่ ปริมาณงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน รายได้ ภาวะผู้นำ และ ข้อมูลจำเพาะของงาน
15	Host country culture and language identification, and their workplace manifestation: A study on corporate expatriates in China and Japan	Vesa Peltokorpi, Ling Eleanor Zhang (2022)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับชาวต่างชาติที่ได้รับมอบหมายจากสี่ประเทศนอร์ดิก (ฟินแลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์และสวีเดน) ในสองประเทศเจ้าภาพ - จีนและญี่ปุ่น จำนวนทั้งสิ้น 73 คน (ชาวต่างชาติ 27 คนในประเทศจีน ชาวต่างชาติ 46 คนในญี่ปุ่น)	การวิจัยเชิงคุณภาพ	ผลการศึกษาพบว่าการระบุกลุ่มชาวต่างชาติที่กลุ่มที่แตกต่างกันตั้งแต่การระบุวัฒนธรรมเชิงเดี่ยวไปจนถึงการระบุสองวัฒนธรรมแบบบูรณาการ ผลการวิจัยพบว่า ไม่ควรปฏิบัติกับชาวต่างชาติเหมือนกลุ่มพนักงานที่เป็นเนื้อเดียวกัน โดยการให้มีการแบ่งละเอียดมากยิ่งขึ้นว่าการระบุวัฒนธรรมและภาษาของชาวต่างชาตินั้นสะท้อนถึงวิธีปฏิบัติงานของคนต่างด้าวในประเทศเจ้าบ้าน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
16	Workplace Spirituality and Subjective Happiness Among High School Teachers	Manju Mahipalan, Sheena S (2018)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ครูมัธยมที่ทำงานร่วมกับโรงเรียนรัฐบาลในภาคใต้ของอินเดีย จำนวนทั้งสิ้น 353 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างจิตวิญญาณในสถานที่ทำงาน ความสุขอันน้อยและความกตัญญู ความกตัญญูยังพบว่าเป็นผู้ดำเนินรายการที่สำคัญ ซึ่งใช้อิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ทางจิตวิญญาณและความสุขในสถานที่ทำงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
17	Does workplace friendship promote or hinder hotel employees' work engagement? The role of role ambiguity	Chu-Hwa Yan Jia-Jen Ni Yuan-Yu Chien Chi-Feng Lo (2020)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงาน โรงแรม 26 แห่ง ในประเทศไต้หวัน จำนวนทั้งสิ้น 266 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่ามิตรภาพในที่ทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการทำงาน ความคลุมเครือของบทบาทมีผลต่อการไถ่เกลี้ยบางส่วนต่อความสัมพันธ์นี้ ความคลุมเครือของบทบาทมีอิทธิพลอย่างมากในการไถ่เกลี้ยต่อความสัมพันธ์การอุทิศตนของมิตรภาพในสถานที่ทำงานตามด้วยความสัมพันธ์มิตรภาพและความแข็งแกร่งในสถานที่ทำงานและความสัมพันธ์การดูซ้ำมิตรภาพในที่ทำงาน ดังนั้นมิตรภาพในสถานที่ทำงานจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการทำงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
18	Does Positive Behavior Matter? A Path Analysis of Psychological Well-being, Employee Satisfaction and Employee Commitment	Sarfaraz Ahmed Bhutto, Zulfiqar Ali Rajper, Qamar Abbas Mangi Jai Kishan (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานของรัฐบาล ที่ อัง ถิ่น Sukkur, city, Sindh province, south-eastern Pakistan	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่าความผาสุกทางจิตใจมีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงานในหมู่พนักงานในหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นของ Sukkur ควบคู่กันไปด้วย โดยพบว่า พนักงานที่มีความพึงพอใจในระดับสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะมีความมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น ผลการวิจัยยืนยันว่าความผาสุกทางจิตใจเป็นปัจจัยสำคัญในสถานที่ทำงานที่ช่วยเพิ่มระดับความมุ่งมั่น หลังจากให้ความพึงพอใจสูงสุดแก่พนักงาน ผลลัพธ์ที่ได้มีความสำคัญต่อผู้กำหนดนโยบาย โดยเฉพาะกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของ Sukkur, city, Sindh province, south-eastern Pakistan

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
19	Workplace spirituality as a panacea for waning well-being during the pandemic crisis	Shalini Srivastava, Pragya Gupta (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานโรงแรม 322 คนในภาคเหนือของอินเดีย	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างจิตวิญญาณในที่ทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี และกำหนดบทบาทของความคล่องตัวในการทำงานและการระบอบองค์กรเป็นตัวกลางคู่ขนานในความสัมพันธ์นี้ โควิด 19 ส่งผลกระทบต่อพนักงานในภาคการบริการ อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนและความยากลำบากทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ สุขภาพจิต และ สวัสดิภาพของพนักงาน แนวทางปฏิบัติและระบบที่สนับสนุนขององค์กรมีความสำคัญต่อการรับรองความยืดหยุ่น การปรับตัว และความรวดเร็วในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ก่อความวุ่นวายให้ การสนับสนุนด้านจิตใจและอารมณ์แก่พนักงานในช่วงวิกฤต

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
20	The workplace quality of life of university hospital digestive surgeons	G. Portier, M. Mathonnet (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ส่งถึงสมาชิกทุกคนในหมวดย่อย 52-02 (การผ่าตัดทางเดินอาหารและอวัยวะภายใน) ของสภามหาวิทยาลัยแห่งชาติ ประกอบด้วย (CBI) ซึ่งประเมินสามด้าน: ความเหนื่อยหน่ายส่วนบุคคล (PBO) ความเหนื่อยหน่ายที่เกี่ยวข้องกับงาน (WBO) และความเหนื่อยหน่ายที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (CBO) จากศัลยแพทย์ทางเดินอาหารในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย (UH) 156 คนที่ได้รับการติดต่อ 132 คน (85%) ตอบกลับ และ 110 คน (70%) กรอกแบบสอบถาม CBI	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า ศัลยแพทย์ทางเดินอาหาร UH ของฝรั่งเศสยังคงมีแรงจูงใจสูงในเรื่องการรักษา การสอน และการวิจัยผู้ป่วย อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม 2/3 คุณภาพชีวิตในที่ทำงานถือว่าปานกลางหรือไม่ดี และมักถูกมองอย่างกว้างขวางว่าเสื่อมโทรมลง สาเหตุที่พบบ่อยที่สุดที่ทำให้คุณภาพชีวิตในที่ทำงานตกต่ำลง ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่ย่ำแย่กับการบริหาร เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนจากการไม่รู้ วิธีการของมนุษย์และการเงินไม่เพียงพอ การสูญเสียความเป็นอิสระในการตัดสินใจ และความยากลำบากในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
21	How to create genuine happiness for flight attendants: Effects of internal marketing and work-family interface	Au Due Tang, Man-Ling Chang, Tsu-Hui Wang, Cheng-Hao Lai (2020)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน 142 คนที่ทำงานในบริษัทสายการบินในประเทศแถบเอเชีย	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสาร ระบบสวัสดิการ การฝึกอบรม และการสนับสนุนด้านการจัดการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสุขและโดยอ้อมกับความสุข ผ่านการอำนวยความสะดวกในการทำงานกับครอบครัว การสื่อสาร ระบบสวัสดิการ และการสนับสนุนด้านการจัดการสามารถกำหนดรูปร่างของลูกเรือได้ ความสุขจากความขัดแย้งระหว่างงาน-ครอบครัวที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ไม่พบค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อความสุขของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
22	Impact of perceived organizational support on organizational commitment of banking employees: role of work-life balance	Aarif Mohd Sheikh (2022)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานธนาคารของอินเดีย ที่ดำรงตำแหน่งต่างกัน จำนวนทั้งสิ้น 617 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุนองค์กร และความมุ่งมั่นขององค์กร มีความเกี่ยวข้องกันในทางบวก โดยที่ความมุ่งมั่นของพนักงานที่มีต่อองค์กรของพวกเขาจะลดลงเมื่อได้รับการสนับสนุนน้อยลงจากหัวหน้างานหรือองค์กรของพวกเขา นอกจากนี้ พบว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุนองค์กร มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญและเป็นบวกต่อ สมดุลชีวิตการทำงาน ซึ่งในทางกลับกัน มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อ ความมุ่งมั่นขององค์กร การศึกษานี้เปิดเผยว่าพนักงานที่ทำงานในธนาคารอินเดียรับรู้ถึงการสนับสนุนขององค์กรที่เพียงพอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ของพวกเขาเกี่ยวกับ สมดุลชีวิตการทำงาน การศึกษานี้ยังพบว่าการรับรู้ถึงความสมดุลระหว่างงานและชีวิตมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นของพนักงานที่มีต่อองค์กร

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
23	Impact of Work- Life Balance, Happiness at Work, on Employee Performance	Khaled adnan Bataineh (2019)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานในอุตสาหกรรมยา ประเทศจอร์แดน จำนวนทั้งสิ้น 289 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า สมดุลชีวิตการทำงานและความสุข ส่งผลในเชิงบวกและอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจในงานไม่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
24	Millennials in the workplace: perceived supervisor support, work- life balance and employee well-being	Emre Burak Ekmekcioglu, Hamidah Nabawanuka (2022)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาในภาคการเงินประเทศ ตุรกี จำนวนทั้งสิ้น 235 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนผู้บังคับบัญชาที่รับรู้ มีผลในเชิงบวกต่อ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ของพนักงานรุ่นมิลเลนเนียล เนื่องจากพนักงานกำลังประสบปัญหา กับบรรยากาศการทำงานในปัจจุบันที่เกิดจากการระบาด ส่งผลต่อความผาสุกทางจิตใจของพวกเขา เพื่อรับมือกับผลกระทบของโรคระบาดในปัจจุบันที่มีต่อสวัสดิภาพของพนักงาน การสนับสนุนจากหัวหน้างานเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อหัวหน้างานสนับสนุนให้พนักงานยกระดับความรับผิดชอบระหว่างงานกับชีวิต/ครอบครัวในที่ทำงาน ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ก็ดีขึ้น ซึ่งหมายความว่าเมื่อหัวหน้างานช่วยเหลือพนักงานในการบรรลุความสามารถในการจัดการกับความรับผิดชอบในการทำงานและชีวิต/ครอบครัว ความเป็นอยู่ที่ดีของพวกเขาจะดีขึ้นอย่างมาก ดังนั้นการสนับสนุนจากหัวหน้างานที่มีต่อ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน จึงมีความสำคัญในการปรับปรุงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
25	Workplace Flexibility for Sustainable Career Satisfaction: Case of Handling in the Aviation Sector in North Cyprus	Huseyin Karsili Mehmet Yesiltas, Aysen Berberoglu (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานทั้งหมดที่ทำงานอยู่ในภาคการบิน ภาคการจัดการ ในประเทศไซปรัสเหนือ จำนวนทั้งสิ้น 216 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า ความยืดหยุ่นในที่ทำงานส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพ และผลกระทบนี้ได้รับอิทธิพลจากความเครียดในงานและการวางแผนเป้าหมาย ความพึงพอใจในอาชีพการงานมีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของการว่าจ้างองค์กร เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความรู้สึกละแวกและพฤติกรรมของพนักงาน ดังนั้นในลักษณะนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องเข้าใจว่าปัจจัยประเภทใดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในอาชีพการงานอย่างยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
26	การศึกษาปัจจัยที่ทำให้บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) อยู่อย่างยั่งยืน ตามแนวคิด Honeybee leadership	ทิชารัตน์ ประดิษฐ์พงศ์ (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในทุกๆ หน่วยธุรกิจ จำนวนทั้งสิ้น 393 คน จากพนักงาน 22,370 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับผลสำเร็จ (Sustainable Performance Outcome) ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับกลางมีการกระจายตัวสูงและปัจจัยทุกตัวมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับผลสำเร็จในการดำเนินการ ที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ วัฒนธรรมความเชื่อใจและทีมนวัตกรรม (Trusting Culture & Innovative Team) รองลงมาคือ ความผูกพันอย่างมีคุณภาพ (Quality Engagement) และการบริหารจัดการบุคลากรระยะยาว (Long Term People Management)

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
27	การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืน ตามแนวคิด Sustainable leadership ในสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ในประเทศไทย	ฉัตรสุดา วงศ์เจริญ (2562)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากพนักงานสอบบัญชี 4 แห่งในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 337 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	จากผลการศึกษาพบว่า มีภาวะผู้นำองค์กรอย่างยั่งยืน 5 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล, ความไว้วางใจ, ผลประโยชน์ในระยะยาว, พฤติกรรมทางจริยธรรม และการแบ่งปันความรู้ในองค์กร และมี 5 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงาน ได้แก่ ความผูกพันของพนักงาน, การแบ่งปันความรู้ในองค์กร, นวัตกรรม, การให้คุณค่ากับพนักงาน และความไว้วางใจ

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
28	การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee leadership กรณีศึกษาประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร	กัญญาณัฐ แสนทวิสุข (2561)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากพนักงานขององค์กรในธุรกิจที่ปรึกษาทางการตรวจสอบบัญชี ที่ปรึกษาธุรกิจ กฎหมาย แลพภาษีการเงิน จำนวน 4 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 323 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า มี 11 ปัจจัย ที่สามารถนำมาพิจารณาได้ คือ ด้านผลประโยชน์ในระยะยาว ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ ด้านพฤติกรรมทางจริยธรรม ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านนวัตกรรมด้านการพัฒนาบุคลากร ความผูกพันของพนักงาน ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของCEO และทีมผู้บริหาร ด้านการตัดสินใจ และมี 3 ปัจจัย ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของพนักงาน ได้แก่ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการร่วมมือกันบริหารองค์กรของ CEO และทีมผู้บริหาร ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านความผูกพันของพนักงาน และด้านการพัฒนาบุคลากรมีอิทธิพลต่อผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
29	การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจการให้บริการขยายตลาดตามแนวคิด Honeybee leadership	กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากพนักงานในธุรกิจให้บริการด้านการขยายตลาดตลาด (Market Expansion Services) จำนวนทั้งสิ้น 247 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า มี 13 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ คือ การให้คุณค่าของพนักงาน การมีหลักจริยธรรมและจรรยาภิบาล การวางแผนการดำเนินการขององค์กรไปในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างเครือข่ายในองค์กร การแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ คือให้ไว้วางใจแก่พนักงาน นวัตกรรมในองค์กร พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ คุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร และมี 5 ปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การวางแผนการระยะยาว การแบ่งปันความรู้และรักษาขององค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายในองค์กร

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
30	การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามแนวคิด Sustainable Leadership	พิมสุดา วิสัยกล้า (2564)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากพนักงานธนาคารพาณิชย์จำนวนทั้งสิ้น 323 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่ามี 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนได้ส่วน การจัดการด้วยตนเอง ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ ด้านความผูกพันของพนักงาน และมี 8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จที่รับรู้ได้ คือด้านผลประโยชน์ในระยะยาวด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนได้ส่วนเสียด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน ด้านความไว้วางใจ และด้านความผูกพันของพนักงาน

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
31	How does corporate social responsibility transform brand reputation into brand equity? Economic and non-economic perspectives of CSR	Asif Mahmood, Jamshed Bashir (2020)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคและพนักงานของเครือข่ายฟาสต์ฟู้ดระดับนานาชาติที่ตั้งอยู่ในปากีสถาน จำนวนทั้งสิ้น 420 ราย	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า ชื่อเสียงของแบรนด์เป็นตัวทำนายที่สำคัญของมูลค่าแบรนด์ และพลังการทำนายของแบรนด์จะเพิ่มขึ้นเมื่อมีกิจกรรม CSR นอกจากนี้ยังได้รับการยืนยันด้วยว่าโครงการริเริ่ม CSR ที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม เศรษฐกิจ และการกุศลช่วยเร่งกระบวนการเปลี่ยนจากชื่อเสียงของแบรนด์ไปสู่ความเท่าเทียมของตราสินค้า

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
32	Building Customer Trust through Corporate Social Responsibility: The Effects of Corporate Reputation and Word of Mouth	Fatmawati, Indah, Fauzan, Nizar (2020)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริโภควัยหนุ่มสาวของบริษัทอาหารระดับโลกในอินโดนีเซีย PT Indofood Sukses Makmur ที่รู้เรื่องกิจกรรม CSR ของบริษัท จำนวนทั้งสิ้น 160 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) ส่งผลดีต่อชื่อเสียงขององค์กร หมายความว่า โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่ออย่างมากต่อการบอกต่อแบบปากต่อปาก ยืนยันว่าชื่อเสียงขององค์กรส่งผลดีต่อความไว้วางใจของลูกค้า

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
33	Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty in Food Chains— Mediating Role of Customer Satisfaction and Corporate Reputation	Waris Ali, Yu Danni, Badar Latif, Rehana Kouser, Saleh Baqader (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าของแมคโดนัลด์ จากสี่เมืองต่างๆ ของปากีสถาน รวมทั้งลาฮอร์ อิสลามาบัด เปชวาร์ และซาฮิวาล จำนวนทั้งสิ้น 351 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของ การรับรู้ โครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ต่อความภักดีของลูกค้า ชื่อเสียงขององค์กร และความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ ความพึงพอใจของ ลูกค้าและชื่อเสียงขององค์กร จะเป็นสื่อกลางใน ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ โครงการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมขององค์กร(CSR) และความภักดีของลูกค้า

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
34	The Moderating Effect of Firm Visibility on the Corporate Social Responsibility-Firm Financial Performance Relationship: Evidence from France	Zyed Achour and Sonia Boukattaya (2020)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SBF120 ของฝรั่งเศสตั้งแต่ปี 2551 ถึงปี 2560 ประกอบด้วยบริษัทที่ใหญ่ที่สุด 120 แห่ง ในแง่ของมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดและปริมาณการซื้อขายในตลาด Euronext Paris และกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายประกอบด้วยบริษัทฝรั่งเศส 88 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 880 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีอำนาจตัดสินใจควรตระหนักถึงความสำคัญของการมองเห็นเพื่อให้ได้มาซึ่งความชอบธรรม การมองเห็นได้ช่วยกลั่นกรองความสัมพันธ์ระหว่างโครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) กับผลการดำเนินงานทางการเงินในเชิงบวก ผลกระทบจากการกลั่นกรองนี้จะเกิดขึ้นจากชื่อเสียงของบริษัท บริษัทต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับการมองเห็นมากขึ้นเมื่อดำเนินการและเปิดเผยโปรแกรม โครงการ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) ของตน

ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรยั่งยืน (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	นักวิจัย	รายละเอียด	รูปแบบงานวิจัย	ผลการศึกษา
35	Stakeholders' Satisfaction Towards Sustainable Tourism Development In Pushkar Region of Rajasthan	Shiv Kumar Gupta, Sunil Tiwari, Mihai Voda (2021)	ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 40 Travel Agent เจ้าของโรงแรม 50 ราย ร้านอาหาร 50 แห่ง หัตถกรรม และของที่ระลึก 50 แห่ง ตัวแทนแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 30 แห่ง และผู้ขนส่ง 30 ราย จำนวนทั้งสิ้น 250 คน	การวิจัยเชิงปริมาณ	ผลการศึกษา วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอ้างอิงจากตัวชี้วัดหลักด้านความยั่งยืน 11 ประการ เช่น การปกป้องไซท์, ความเครียด, ความรุนแรงในการใช้, ผลกระทบทางสังคม, การควบคุมการพัฒนา, การจัดการของเสีย, กระบวนการวางแผน ระบบนิเวศที่สำคัญ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ความพึงพอใจในท้องถิ่น การท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในเศรษฐกิจท้องถิ่น พบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับ ความพึงพอใจกับตัวบ่งชี้หลักที่แตกต่างกัน แต่ในตัวบ่งชี้หลัก เช่น ความเครียดจากพัฒนาการ การใช้ ความรุนแรง การควบคุมการพัฒนา การจัดการของเสีย และระบบนิเวศที่สำคัญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับ ความพึงพอใจที่ต่ำ เพื่อพัฒนาจุดหมายปลายทางอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีระดับความพึงพอใจสูงมากในแต่ละตัวบ่งชี้หลักของความยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย อย่างไรก็ดี พบงานวิจัยที่ศึกษาความสุขในที่ทำงาน โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน มาจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในงาน ความสำเร็จในงานที่ทำ ลักษณะงานที่เหมาะสมกับตนเอง ค่าตอบแทนกับสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อนร่วมงาน ความผูกพันองค์กร เวลาเข้างาน การเป็นที่ยอมรับ นโยบายการบริหารงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความพึงพอใจในงาน ปริมาณงานที่เหมาะสม การฝึกอบรม ทำงานเป็นทีม ให้อำนาจในการตัดสินใจ (ปิ่นมณี ชำนาญกิจ, 2561; จิรนนท์ ศรีภิรมย์, 2559; ธนวิทย์ งามศักดิ์, 2561; สิวลี มุ่งสูงเนิน, 2561; ภณิดา บุญทวี, 2562 ; ชุติมา จิรนนท์ วัฒนา, 2561; อธิษา ศรีคราม, 2559; อโณทัย เฉยศิษฏ, 2558; ณัฐปภัทร์ ตั้งพานทอง, 2560 และกมล นมงามศักดิ์, 2564) แต่ไม่สอดคล้องกับ (ชัยนรินทร์ ไชยวัฒน์วิม และนิตนา ฐานิตชนกรม, 2561) ที่พบว่า อีสาระในการทำงานไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการทำงานบางอย่างที่ยากของพนักงานระดับล่างต้องใช้ความเป็นผู้นำของหัวหน้าเป็นหลัก.

Ekmekcioglu & Nabawanuka (2022) พบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้างานเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อหัวหน้างานสนับสนุนให้พนักงานยกระดับความรับผิดชอบระหว่างงานกับชีวิตครอบครัวในที่ทำงาน ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ก็ดีขึ้น และยังพบว่า สมดุลชีวิตการทำงานและความสุข ส่งผลในเชิงบวกและอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Bataineh (2019), Yesiltas & Berberoglu (2021) พบว่า ความยืดหยุ่นในที่ทำงานส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในอาชีพ

Yan & Ni & Chien & Lo (2020); Kecek & Isa & Shahlal (2021); Srivastava & Gupta (2021); Mahipalan & Sheena (2018) พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างจิตวิญญาณในที่ทำงาน และความเป็นอยู่ที่ดีและกำหนดบทบาทของความคล่องตัวในการทำงาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Bhutto & Rajper & Kishan (2021) ที่พบว่า ความผาสุกทางจิตใจ มีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงานในหมู่พนักงานในหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นของ Sukkur

ทิพย์สุดา วนะวานานนท์ (2559) พบว่า ระดับการรับรู้หลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านหลักความโปร่งใสและปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในระดับมากที่สุดคือ ด้านการพัฒนาระบบมาตรฐานการบริการ

Peltokorpi & Zhang (2022) พบว่า ไม่ควรปฏิบัติกับชาวต่างชาติเหมือนกลุ่มพนักงานในประเทศเจ้าภาพที่เป็นเนื้อเดียวกัน โดยให้มีการแบ่งรายละเอียดมากยิ่งขึ้น เพราะวัฒนธรรมและภาษาของชาวต่างชาตินั้นสะท้อนถึงวิถีปฏิบัติงาน

ส่วนปัจจัยที่นำไปสู่ผลลัพธ์ด้านความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน พบงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับองค์กรที่ยั่งยืน โดย ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) พบว่า มี 13 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ คือ การให้คุณค่าของพนักงาน การมีหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล การวางแผนการดำเนินการขององค์กรไปในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างนุ่มนวล การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างเครือข่ายในองค์กร การแบ่งปันความรู้และรักษาขององค์กร มีวัฒนธรรมองค์กร ให้ไว้ว่างใจแก่พนักงาน นวัตกรรมในองค์กร พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ คุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร และมี 5 ปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การวางแผนการระยะยาว การแบ่งปันความรู้และรักษาขององค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายในองค์กร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทิชารัตน์ ประดิษฐ์พงษ์ (2561) กัญญาณัฐ แสนทวิสุ (2561) และ ฉัตรสุดา วงศ์เจริญ (2562)

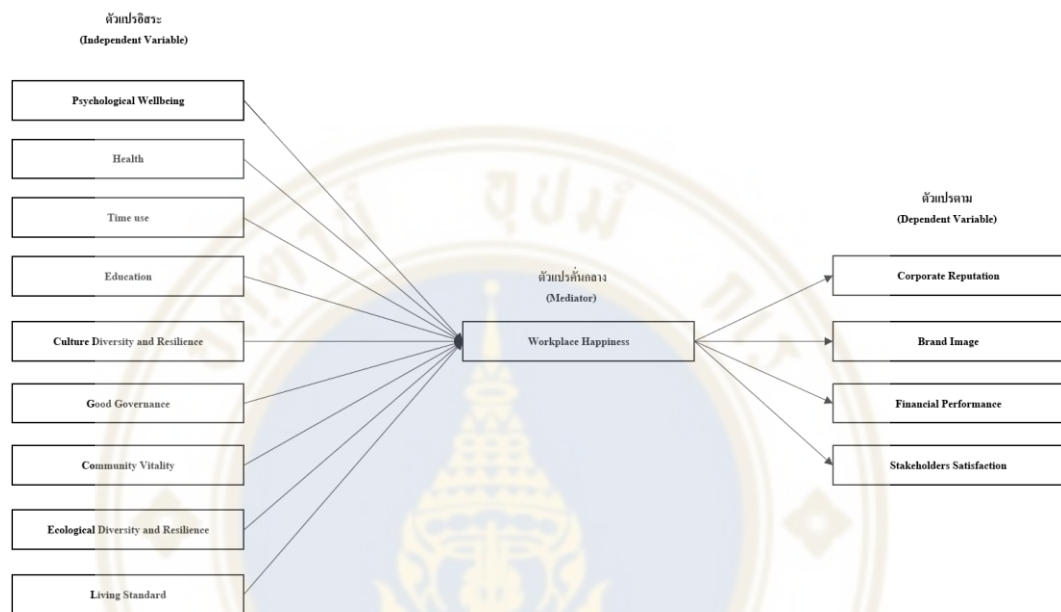
พิมสุดา วิสัยกล้า (2564) พบว่ามี 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน ธนาคารพาณิชย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนได้ด้านการจัดการด้วยตนเอง ด้านการแบ่งปันและรักษาความรู้ ด้านความผูกพันของพนักงาน และมี 8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จที่รับรู้ได้ คือด้านผลประโยชน์ในระยะยาวด้านการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการสื่อสารวิสัยทัศน์ ด้านการสร้างเครือข่ายในองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการแบ่งปัน และรักษาความรู้ ด้านความไว้ว่างใจ และด้านความผูกพันของพนักงาน

โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร(CSR) ส่งผลดีต่อชื่อเสียงขององค์กร และความภักดีของลูกค้า (Fatmawati & Indah & Fauzan & Nizar. 2020; Mahmood & Jamshed Bashir. 2020; Ali & Danni & Latif & Kouser & Baqader. 2021) และยังส่งผลกับผลการดำเนินงานทางการเงินในเชิงบวก (Achour & Boukattaya. 2020)

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอ้างอิงจากตัวชี้วัดหลักด้านความยั่งยืน 11 ประการ เช่นการปกป้องไซเบอร์ ความเครียด ความรุนแรงในการใช้ ผลกระทบทางสังคม การควบคุม การพัฒนา การจัดการของเสีย กระบวนการวางแผน ระบบนิเวศที่สำคัญ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ความพึงพอใจในท้องถิ่น การท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อพัฒนาจุดหมายปลายทางอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมึระดับความพึงพอใจสูงมากในแต่ละตัวบ่งชี้หลักของความยั่งยืน (Gupta & Ari & Vada. 2021)

2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย 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

2.6.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.6.2 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)

2.6.3 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (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)

2.6.4 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) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (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

ในการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ในครั้งนี้ได้รับการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของ MU-CIRB COE เลขที่ MU-CIRB 2022/066.1005 รหัสโครงการเลขที่ MU-CIRB 2022/108.2104

โดยงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย 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) โดยมีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย (ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย จำนวนผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่ (AOCR) ณ วันที่ 30 กรกฎาคม 2564) จำนวน 225 คน ตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2565 โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์

(Questionnaire) ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้นำประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SMART PLS

3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานทุกตำแหน่งงานในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คำนวณได้จาก การกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรตามสูตรของ Joseph F Hair, et al. (2010) ที่ได้กล่าวว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีจำนวนอย่างน้อย 10-20 เท่าของดัชนีชี้วัด โดยในงานวิจัยนี้มีตัวแปรชี้วัด 14 ข้อ จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมี 140 ตัวอย่างและงานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 225 ตัวอย่าง เพื่อให้มีอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ

3.3 ระยะเวลาในการทำการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บตัวอย่างผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ซึ่งใช้ระยะเวลาประมาณ 60 วัน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน – กรกฎาคม 2565

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็น ปัญหาและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของ ผศ. ดร. สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มาประยุกต์ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) “แบบสอบถามนี้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยลักษณะของ ผศ.ดร.สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) ห้ามดัดแปลงและนำข้อความ/แบบสอบถามนี้ไปใช้/เผยแพร่ ก่อนได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการ” โดยรายละเอียดแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้นเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เป็พนักงานสายการบิน ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 1 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบ เลือกดตอบ (Checklist)

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

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นต่อองค์กร : ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) โดยแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ตามแนวคิดของ ผศ.ดร.สุภรัญญ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อความประกอบไปด้วย ข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ 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 มีสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละช่วงและค่าอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (พินพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

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

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อองค์กร มีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 3 ด้านความคิดเห็นต่อองค์กร

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

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) : ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator) ตามแนวคิดของ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล

ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) โดยลักษณะข้อคำถามประกอบไปด้วย ข้อคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ 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

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

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กรมีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 4 ด้านความคิดเห็นต่อความสุขขององค์กร

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

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร: ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ตามแนวคิดของ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว, 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 (พินพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

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

การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร มีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3.6 เกณฑ์การแปลผลข้อมูลส่วนที่ 5 ด้านความคิดเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร

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

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ตามกรอบแนวคิดของ ผศ.ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อนำมาวิเคราะห์และเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมการเก็บข้อมูล ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะเป็นการสอบถามในรูปแบบออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SMART PLS

3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

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

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติสำหรับสมการ โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model) แต่สำหรับ PLS จะเรียกว่า Inner Model PLS ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตามกรอบแนวคิดโดยมีขั้นตอนแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

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

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Inner Model Evaluation) ประกอบไปด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของสมการทำนายและการทดสอบสมมติฐาน

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 คือ โมเดลการวัดมีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝง ดังนั้นผู้วิจัยจึงของอธิบายทฤษฎีการวัดแบบรวมตัว (Formative) และการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เพื่อประโยชน์ในการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบ่งชี้และตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การตีความและสรุปผลการศึกษาที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

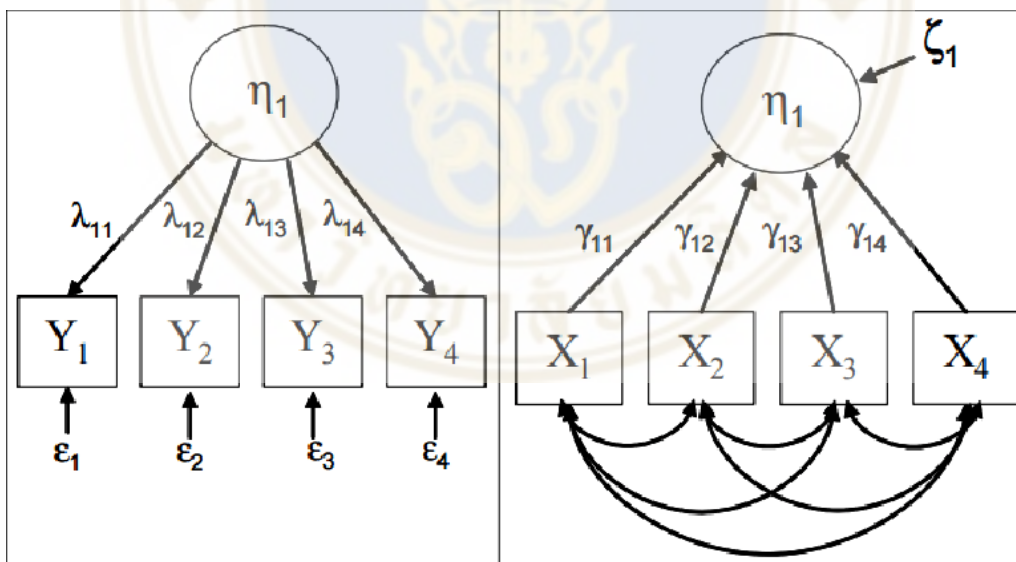
3.6.3.1 โมเดลการวัดแบบรวมตัว (Formative)

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)



รูปที่ 3.1 ลักษณะ โมเดลการวัดแบบสะท้อนและโมเดลการวัดแบบรวมตัว

ที่มา : Henseler et al. (2009)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและใช้โมเดลการวัดแบบสะท้อน (Reflective) เนื่องจากตัวแปรแฝงทั้งหมดไม่สามารถเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามที่กล่าวไปในข้างต้น ดังนั้น

สำหรับโมเดลการวัดสำหรับงานวิจัยนี้จะมีการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด โดยเกณฑ์การทดสอบความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝงในโมเดลการวัดแบบสะท้อน คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามแนวคิดของครอนบัท (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 ทั้งนี้ในการวัดแต่ละครั้งไม่ว่าจะวัดด้วยจำนวนครั้งเท่าไรก็ตามหรือวัดในสภาพสถานการณ์ที่แตกต่างกันผลจากการวัดยังคงเหมือนเดิม โดยทั่วไปแล้วการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือจะใช้การทดสอบด้านค่าสถิติ Cronbach's Alpha แต่สำหรับวิธี PLS-SEM นั้นจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ หรือ Composite Reliability ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้วัด (Hair Jr, et al., 2014) โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ มีข้อสมมติว่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรบ่งชี้ที่จะนำมาคำนวณมีค่าความเที่ยงไม่เท่ากัน ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบจึงมีแนวโน้มสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Cronbach's Alpha) ค่านี้จึงเหมาะในการประเมินโมเดลในการวัดแบบ PLS-SEM โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ จะมีค่าระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 โดยค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบมีค่าเข้าใกล้ 0.00 หมายความว่าเครื่องมือวัดมีความเที่ยงน้อยหรือไม่มีค่าความเที่ยง 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 ในขณะที่ตัวแปรบ่งชี้ต่างองค์ประกอบกันจะมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้สถิติที่ใช้วัดความตรงเชิงเหมือนคือค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (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 สามารถพิจารณาความเที่ยงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) และค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

เกณฑ์ของ Fornell-Lacker (Fornell-Lacker Criterion) เป็นการเทียบระหว่างรากที่สองของความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆ ในโมเดล โดยค่า \sqrt{AVE} ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวควรมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอื่น ๆ ในโมเดลยกกำลังสอง ($\sqrt{AVE} > AVE (\xi_i, \xi_j)$) แสดงว่าตัวแปรแฝงนั้นมี ความแปรปรวนร่วมกันกับตัวบ่งชี้ในบล็อกเดียวกันมากกว่าตัวแปรอื่นใน โมเดลที่มาจากตัวบ่งชี้ต่าง บล็อกกัน

3.6.3.7 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

เป็นการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งแต่ละตัวแปรของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นใน โมเดล 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 ความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือแล้วจะต้องดำเนินการประเมินความสัมพันธ์ตามสมมติฐานงานวิจัย

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

3.6.3.9 การคำนวณสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient determinant)

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

3.6.3.10 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

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

3.6.4 การทดสอบสมมติฐาน (Path Coefficient and Significant Levels)

การทดสอบสมมติฐาน คือ การคำนวณสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model ไม่เป็น 0 (ตัวแปรที่อยู่ต้นลูกศรมีอิทธิพลต่อตัวแปรที่อยู่ปลายลูกศร) และสัมประสิทธิ์ของเส้นทาง Outer Loading ไม่เป็น 0 และเนื่องจาก PLS-SEM จะใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการ Bootstrapping ซึ่งกระบวนการ Bootstrapping จะใช้หาช่วงความเชื่อมั่นของการประมาณค่าพารามิเตอร์ หากค่าเฉลี่ยและความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของแต่ละพารามิเตอร์เพื่อใช้วิเคราะห์ผลทางสถิติ (Hair Jr et al., 2014; Helm, et al., 2010; Henseler and Sarstedt, 2013) และใช้เทคนิคการสุ่มซ้ำข้อมูลที่เก็บเพิ่มได้เพิ่มเติมเพื่อสร้างข้อมูลชุดใหม่ โดยจำนวนชุดที่ได้จากการสุ่มซ้ำโดยทั่วไปจะกำหนดจำนวน 5,000 ชุด (Hair Jr et al., 2014; Wong, 2013)

การทดสอบสมมติฐานด้วยกระบวนการ Bootstrapping นั้นจะใช้การทดสอบสมมติฐานที่มีเขตการปฏิเสธสองทาง (Two-tailed) โดยสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model มี

ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-value มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติ นั่นคือ 1.96 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางนั้นสนับสนุนสมมติฐานของงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 225 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) และการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ผู้วิจัยนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การประเมิน โมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)
- 4.3 การประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment)

4.1 การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามคุณสมบัติแจกแจง ออกมาในรูปแบบ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับอธิบายผลการศึกษาในเรื่อง ต่อไปนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพนักงานสายการบิน ในประเทศไทย จำนวน 225 รายได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	110	48.9
หญิง	115	51.1
รวม	225	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 26 ปี	20	8.9
26 - 30 ปี	59	26.2
31 - 35 ปี	48	21.3
36-40 ปี	46	20.4
41 - 45 ปี	25	11.1
46 ปีขึ้นไป	27	12.0
รวม	225	100
3. สถานภาพ		
โสด	125	55.6
สมรส	85	37.8
หย่าร้าง	12	5.3
แยกกันอยู่	3	1.3
รวม	225	100
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	51	22.7
ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	139	61.8
ระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า	32	14.2
สูงกว่าระดับปริญญาโท	3	1.3
รวม	225	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. อายุการทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	10	4.4
1-3 ปี	48	21.3
4-6 ปี	49	21.8
7 ปีขึ้นไป	118	52.4
รวม	225	100
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 20,000 บาท	21	9.3
20,001 - 50,000 บาท	114	50.7
50,001 - 80,000 บาท	48	21.3
80,001 - 100,000 บาท	23	10.2
100,001 บาทขึ้นไป	19	8.4
รวม	225	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9

ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมามีอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ช่วงอายุ 46 ปี ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ช่วงอายุ 41 - 45 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 น้อยที่สุดมีอายุ ต่ำกว่า 26 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 น้อยที่สุด สถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับระดับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 การศึกษาระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 น้อยที่สุด คือระดับสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ด้านอายุการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 7 ปีขึ้นไป จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมามีอายุการทำงาน 4-6 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อายุการทำงาน 1-3 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 น้อยที่สุดมีอายุการทำงาน 23 น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4

ด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 50,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รายได้ต่อเดือน 80,001 - 100,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 น้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

4.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (n = 225)

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความเป็นอยู่ที่ดี (Psychological Wellbeing)	3.4126	0.57321	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพ (Health)	3.1937	0.69007	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการใช้เวลา (Time Use)	3.2002	0.48607	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านการศึกษา (Education)	3.1477	0.82260	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard)	3.0322	0.89131	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านธรรมาภิบาล (Good Governance)	3.1009	0.73908	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience)	3.1314	0.85480	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality)	3.0958	0.87686	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity)	3.0349	0.88926	ปานกลาง
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness)	3.5676	0.91999	มาก
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image)	3.5800	0.82324	มาก
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านชื่อเสียงองค์กร (Corporate reputation)	3.6185	0.80996	มาก
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	3.5206	0.79285	มาก
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านผลประกอบการ (Financial performance)	2.7440	1.16905	ปานกลาง

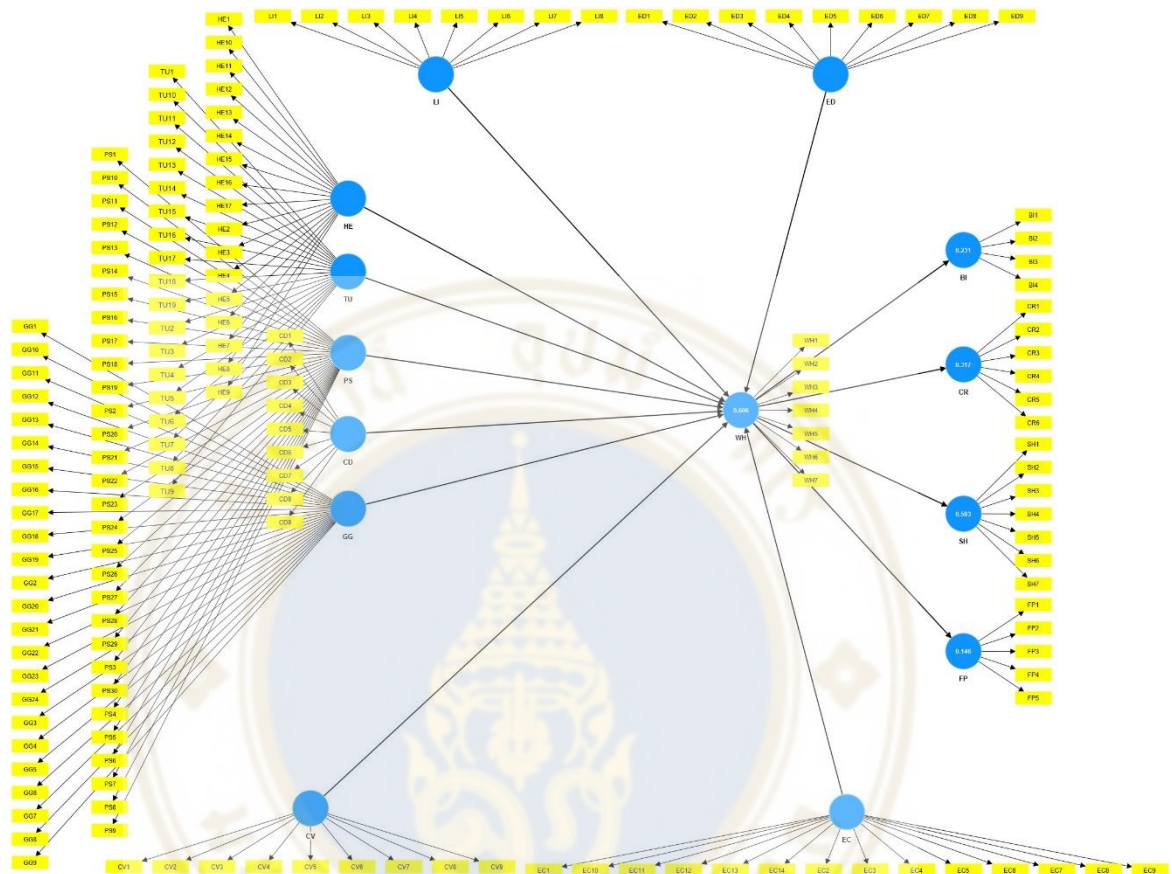
จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรด้านชื่อเสียงองค์กร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.6185 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80996 ความเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.5800 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82324 ความเห็นต่อความสุขขององค์กรด้านความสุขในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.5676 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91999 ความเห็นต่อ

ผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.5206 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79285 ความเห็นต่อองค์กรด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางด้านจิตใจ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.4126 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57321 ความเห็นต่อองค์กรด้านการใช้เวลา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.2002 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48607 ความเห็นต่อองค์กรด้านสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.1937 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69007 ความเห็นต่อองค์กรด้านการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.1477 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82260 ความเห็นต่อองค์กรด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.1314 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85480 ความเห็นต่อองค์กรด้านธรรมาภิบาล อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.1009 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73908 ความเห็นต่อองค์กรด้านสุขภาพชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.0958 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87686 ความเห็นต่อองค์กรด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.0349 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88926 ความเห็นต่อองค์กรด้านมาตรฐานการครองชีพ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.0322 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89131 ความเห็นต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรด้านผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.7440 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16905

4.2 การประเมินโมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation)

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ พัฒนามาจากตัวแปรแฝง (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) ซึ่งกรอบแนวคิดของ

งานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้โดยตัวแปรแฝงจะแทนด้วยรูปวงกลม ส่วนตัวแปรสังเกตได้จะแทนด้วยรูปสี่เหลี่ยม ดังแสดงในภาพ 4.1



รูปที่ 4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างแบบ PLS

4.2.1 การวัดประเมิณค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading)

ในการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม สามารถทำการประเมินได้จากการสังเกตค่าความเที่ยงของตัวแปร เป็นการทดสอบข้อคำถามแต่ละของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Outer Loading) ของตัวแปรสังเกตได้ ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2017) หากต่ำกว่า 0.70 ควรตัดตัวแปรนั้นออก หากพิจารณาตาราง 4.3 พบว่า ผลการประเมินโมเดลการวัดในรอบแรก (First iteration) มีคำถามที่ถูกตัดออก เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกต่ำกว่า 0.70 จำนวน 69 ข้อ ได้แก่ PS1, PS2, PS5, PS6, PS7, PS8, PS10, PS11, PS13, PS14, PS16, PS17, PS18, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE8, HE16, HE17, TU1, TU2, TU3, TU9, TU10, TU12,

TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU18, TU19, ED2, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG4, GG6, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG20, GG23, GG24, CD1, CV1, CV2, CV3, EC11, BI2, CR1 และ SH7 ซึ่งหมายความว่า ทั้ง 69 ข้อคำถามไม่ได้ใช้วัดในเรื่องของการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance Usage) ภายหลังจากตัดข้อคำถาม PS1, PS2, PS5, PS6, PS7, PS8, PS10, PS11, PS13, PS14, PS16, PS17, PS18, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE8, HE16, HE17, TU1, TU2, TU3, TU8, TU9, TU10, TU12, TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU19, ED2, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG4, GG6, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG20, GG23, GG24, CD1, CV1, CV2, CV3, EC11, BI2, CR1 และ SH7 ออกไปแล้ว ได้ผลการประเมินโมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ผ่านเกณฑ์ทุกข้อคำถาม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกมากกว่า 0.70 ซึ่งหมายความว่า คำถามของตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถใช้วัดในเรื่องที่เกี่ยวกับตัวแปรแฝงนั้นๆ ได้ (Hair et al., 2017)

4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหรือการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรโครงสร้าง โดยใช้ค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) เพื่อเป็นการทดสอบว่าเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามไม่ว่าจะวัดกี่ครั้งหรือวัดในสภาพที่แตกต่างกัน ผลที่ได้รับจะยังมีผลคงเดิม โดยระดับที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปจะใช้เกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ถือว่าเป็นระดับยอมรับได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ เมื่อพิจารณาจากตาราง 4.3 พบว่าค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) ของการประเมินโมเดลการวัดทั้งรอบแรกก่อนการตัดข้อคำถาม (First iteration) และรอบสุดท้ายหลังจากตัดข้อคำถามแล้ว (Final iteration) ทั้งสองค่าของทุกตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่า 0.7 ทุกตัว แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ โดยสามารถเรียงลำดับความน่าเชื่อถือจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา

(Psychological Wellbeing-PS) ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI)

4.2.3 การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity)

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

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Psychological Wellbeing	PS1	0.565	0.387	0.946	0.941	ตัดออก	0.660	0.921	0.897
	PS2	0.456				ตัดออก			
	PS3	0.736				ตัดออก			
	PS4	0.740				0.850			
	PS5	0.321				ตัดออก			
	PS6	0.265				ตัดออก			
	PS7	0.492				ตัดออก			
	PS8	0.598				ตัดออก			
	PS9	0.710				0.810			
	PS10	0.524				ตัดออก			
	PS11	0.737				ตัดออก			
	PS12	0.788				0.792			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Psychological Wellbeing	PS13	0.607				0.832			
	PS14	0.618				ตัดออก			
	PS15	0.747				0.794			
	PS16	0.560				ตัดออก			
	PS17	0.688				ตัดออก			
	PS18	0.705				ตัดออก			
	PS19	0.776				0.792			
	PS20	0.672				ตัดออก			
	PS21	0.690				ตัดออก			
	PS22	0.645				ตัดออก			
	PS23	0.691				ตัดออก			
	PS24	0.684				ตัดออก			
	PS25	0.559				ตัดออก			
	PS26	0.505				ตัดออก			
	PS27	0.630				ตัดออก			
	PS28	0.684				ตัดออก			
	PS29	0.612				ตัดออก			
PS30	-0.032				ตัดออก				

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Health	HE1	0.004	0.496	0.939	0.926	ตัดออก	0.642	0.952	0.944
	HE2	0.447				ตัดออก			
	HE3	0.523				ตัดออก			
	HE4	0.760				0.779			
	HE5	0.746				0.783			
	HE6	0.814				0.830			
	HE7	0.788				0.794			
	HE8	0.691				ตัดออก			
	HE9	0.831				0.833			
	HE10	0.829				0.853			
	HE11	0.796				0.815			
	HE12	0.700				0.726			
	HE13	0.766				0.782			
	HE14	0.848				0.849			
	HE15	0.748				0.761			
	HE16	0.670				ตัดออก			
	HE17	0.503				ตัดออก			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Time Use	TU1	0.062	0.237	0.720	0.823	ตัดออก	0.644	0.915	0.890
	TU2	0.029				ตัดออก			
	TU3	-0.112				ตัดออก			
	TU4	0.740				0.792			
	TU5	0.818				0.858			
	TU6	0.745				0.810			
	TU7	0.718				0.772			
	TU8	0.783				0.790			
	TU9	0.675				ตัดออก			
	TU10	0.694				ตัดออก			
	TU11	0.794				0.788			
	TU12	0.106				ตัดออก			
	TU13	-0.044				ตัดออก			
	TU14	0.028				ตัดออก			
	TU15	0.044				ตัดออก			
	TU16	-0.009				ตัดออก			
	TU17	-0.078				ตัดออก			
	TU18	0.066				ตัดออก			
	TU19	0.042				ตัดออก			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Education	ED1	0.803	0.616	0.934	0.918	0.812	0.700	0.942	0.928
	ED2	0.703				ตัดออก			
	ED3	0.836				0.854			
	ED4	0.875				0.881			
	ED5	0.850				0.859			
	ED6	0.803				0.806			
	ED7	0.857				0.857			
	ED8	0.490				ตัดออก			
	ED9	0.776				0.783			
Living Standard	LI1	0.747	0.650	0.936	0.921	0.771	0.736	0.943	0.926
	LI2	0.871				0.910			
	LI3	0.875				0.908			
	LI4	0.899				0.912			
	LI5	0.895				0.914			
	LI6	0.717				0.712			
	LI7	0.716				ตัดออก			
	LI8	0.694				ตัดออก			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Good Governance	GG1	0.745	0.536	0.964	0.961	ตัดออก	0.665	0.952	0.944
	GG2	0.649				ตัดออก			
	GG3	0.592				ตัดออก			
	GG4	0.745				ตัดออก			
	GG5	0.803				0.813			
	GG6	0.735				ตัดออก			
	GG7	0.773				0.787			
	GG8	0.811				0.828			
	GG9	0.640				ตัดออก			
	GG10	0.802				0.800			
	GG11	0.788				0.804			
	GG12	0.672				ตัดออก			
	GG13	0.748				ตัดออก			
	GG14	0.758				ตัดออก			
	GG15	0.690				ตัดออก			
	GG16	0.676				ตัดออก			
	GG17	0.784				0.815			
	GG18	0.844				0.874			
	GG19	0.837				0.849			
	GG20	0.735				ตัดออก			
	GG21	0.768				0.797			
	GG22	0.740				0.781			
	GG23	0.738				ตัดออก			
	GG24	0.317				ตัดออก			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมินโมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Cultural Diversity and Resilience	CD1	0.758	0.669	0.948	0.938	ตัดออก	0.685	0.946	0.934
	CD2	0.795				0.779			
	CD3	0.825				0.827			
	CD4	0.836				0.836			
	CD5	0.850				0.858			
	CD6	0.860				0.862			
	CD7	0.823				0.829			
	CD8	0.790				0.798			
	CD9	0.820				0.831			
Community Vitality	CV1	0.843	0.749	0.964	0.958	ตัดออก	0.808	0.962	0.952
	CV2	0.772				ตัดออก			
	CV3	0.869				ตัดออก			
	CV4	0.887				0.891			
	CV5	0.891				0.906			
	CV6	0.884				0.903			
	CV7	0.882				0.902			
	CV8	0.874				0.894			
	CV9	0.882				0.896			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Ecological Diversity Use	EC1	0.820	0.712	0.972	0.969	0.828	0.719	0.971	0.967
	EC2	0.838				0.846			
	EC3	0.833				0.840			
	EC4	0.835				0.842			
	EC5	0.853				0.855			
	EC6	0.871				0.872			
	EC7	0.880				0.883			
	EC8	0.874				0.878			
	EC9	0.871				0.870			
	EC10	0.817				0.812			
	EC11	0.805				ตัดออก			
	EC12	0.831				0.820			
	EC13	0.837				0.829			
	EC14	0.847				0.843			
Workplace Happiness	WH1	0.838	0.747	0.954	0.943	0.834	0.746	0.954	0.943
	WH2	0.803				0.808			
	WH3	0.876				0.879			
	WH4	0.827				0.822			
	WH5	0.922				0.921			
	WH6	0.911				0.912			
	WH7	0.865				0.863			

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมิน โมเดลการวัด (ต่อ)

ตัวแปร	First iteration					Final iteration			
	ตัวชี้วัด	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Brand image	BI1	0.851	0.712	0.907	0.871	0.846	0.807	0.926	0.880
	BI2	0.664				ตัดออก			
	BI3	0.934				0.932			
	BI4	0.901				0.915			
Corporate reputation	CR1	0.508	0.714	0.936	0.917	ตัดออก	0.807	0.954	0.940
	CR2	0.895				0.898			
	CR3	0.900				0.897			
	CR4	0.914				0.915			
	CR5	0.919				0.919			
	CR6	0.859				0.861			
Stakeholders Satisfaction	SH1	0.837	0.694	0.940	0.924	0.838	0.758	0.949	0.936
	SH2	0.856				0.859			
	SH3	0.891				0.897			
	SH4	0.896				0.905			
	SH5	0.894				0.901			
	SH6	0.818				0.820			
	SH7	0.600				ตัดออก			
Financial performance	FP1	0.843	0.817	0.957	0.944	0.843	0.817	0.957	0.944
	FP2	0.874				0.875			
	FP3	0.943				0.943			
	FP4	0.926				0.926			
	FP5	0.929				0.929			

ผลจากตาราง 4.3 พบว่า การประเมิน โมเดลการวัดในรอบแรกก่อนตัดข้อความ (First iteration) และการประเมิน โมเดลการวัดในรอบสุดท้าย (Final iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) มากกว่า 0.5 ทุกตัว โดย ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.817 ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) มีค่าเท่ากับ 0.808 ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.807 ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.807 ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) มีค่าเท่ากับ 0.758 ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) มีค่าเท่ากับ 0.746 ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีค่าเท่ากับ 0.736 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) มีค่าเท่ากับ 0.719 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) มีค่าเท่ากับ 0.700 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) มีค่าเท่ากับ 0.685 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) มีค่าเท่ากับ 0.665 ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีค่าเท่ากับ 0.660 ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) มีค่าเท่ากับ 0.644 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) มีค่าเท่ากับ 0.642 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 4.3 การวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบแรกก่อนตัดข้อความ (First iteration) และการวัดความเที่ยงของตัวแปรโครงสร้าง ในรอบสุดท้าย (Final iteration) ทุกตัวแปรแฝงมีค่าความเที่ยง (CR) มากกว่า 0.70 ทุกตัว โดย ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) มีค่าเท่ากับ 0.971 ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) มีค่าเท่ากับ 0.962 ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance-FP) มีค่าเท่ากับ 0.957 ชื่อเสียงของแบรนด์ (Corporate Reputation-CR) มีค่าเท่ากับ 0.954 ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness-WH) มีค่าเท่ากับ 0.954 ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) มีค่าเท่ากับ 0.952 ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health-HE) มีค่า

เท่ากับ 0.952 ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) มีค่าเท่ากับ 0.949 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) มีค่าเท่ากับ 0.946 ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีค่าเท่ากับ 0.943 ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) มีค่าเท่ากับ 0.942 ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image-BI) มีค่าเท่ากับ 0.926 ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีค่าเท่ากับ 0.921 ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use-TU) มีค่าเท่ากับ 0.915 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความน่าเชื่อถือได้

4.2.5 การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถาม (Discriminant Validity)

การวัดความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามเป็นค่าดัชนีที่ชี้ว่าตัวแปรสังเกตได้จะต้องแยกขาดออกจากตัววัดของตัวแปร โครงสร้างอื่นๆ โดยมีการทดสอบ 2 ระดับ คือ การทดสอบระดับของตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) และการทดสอบระดับของตัวแปรแฝงโดยพิจารณาความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion โดยทำการทดสอบความตรงเชิงจำแนกของข้อคำถามจากการประเมิน โมเดลการวัดครั้งสุดท้าย ดังนี้

4.2.5.1 ค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

การทดสอบความตรงเชิงจำแนกในระดับตัวแปรสังเกตได้ ทดสอบโดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นที่อยู่ใน โมเดล โดยตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงที่วัดควรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่น ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Lee et al., 2011) ผลการทดสอบดังแสดงในตาราง 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
BI1	0.846													
BI3	0.932													
BI4	0.915													
CD2		0.779												
CD3		0.827												
CD4		0.836												
CD5		0.858												
CD6		0.862												
CD7		0.829												
CD8		0.798												
CD9		0.831												
CR2			0.898											
CR3			0.897											
CR4			0.915											
CR5			0.919											
CR6			0.861											

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
CV4				0.891										
CV5				0.906										
CV6				0.903										
CV7				0.902										
CV8				0.894										
CV9				0.896										
EC1					0.828									
EC10					0.812									
EC12					0.820									
EC13					0.829									
EC14					0.843									
EC2					0.846									
EC3					0.840									
EC4					0.842									
EC5					0.855									
EC6					0.872									
EC7					0.883									

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
EC8					0.878									
EC9					0.870									
ED1						0.812								
ED3						0.854								
ED4						0.881								
ED5						0.859								
ED6						0.806								
ED7						0.857								
ED9						0.783								
FP1							0.843							
FP2							0.875							
FP3							0.943							
FP4							0.926							
FP5							0.929							
GG10								0.800						
GG11								0.804						
GG17								0.815						

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
GG18								0.874						
GG19								0.849						
GG21								0.797						
GG22								0.781						
GG5								0.813						
GG7								0.787						
GG8								0.828						
HE10									0.853					
HE11									0.815					
HE12									0.726					
HE13									0.782					
HE14									0.849					
HE15									0.761					
HE4									0.779					
HE5									0.783					
HE6									0.830					
HE7									0.794					

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
HE9									0.833					
LI1										0.771				
LI2										0.910				
LI3										0.908				
LI4										0.912				
LI5										0.914				
LI6										0.712				
PS12											0.792			
PS15											0.794			
PS19											0.792			
PS3											0.832			
PS4											0.850			
PS9											0.810			
SH1												0.838		
SH2												0.859		
SH3												0.897		
SH4												0.905		

ตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) (ต่อ)

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
SH5												0.901		
SH6												0.820		
TU11													0.788	
TU4													0.792	
TU5													0.858	
TU6													0.810	
TU7													0.772	
TU8													0.790	
WH1														0.834
WH2														0.808
WH3														0.879
WH4														0.822
WH5														0.921
WH6														0.912
WH7														0.863

จากตาราง 4.4 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ทุกตัว และมีค่ามากกว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้กับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรชี้วัดหรือข้อคำถามในงานวิจัยแต่ละข้อที่แสดงในตารางเป็นข้อคำถามที่สามารถชี้วัดในตัวแปรแฝงแต่ละด้านของตัวแปรได้

4.2.5.2 เกณฑ์ของ Fornell–Larcker Criterion

เกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion ทดสอบโดยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AEV}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆใน โมเดล หากค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยมากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นมีความตรงเชิงจำแนกเพียงพอ (Hair et al., 2014; Lowry and Gaskin, 2014) ดังแสดงในตาราง 4.5



ตารางที่ 4.5 ค่าความตรงเชิงจำแนกวัดด้วยเกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion

	BI	CD	CR	CV	EC	ED	FP	GG	HE	LI	PS	SH	TU	WH
BI	0.898													
CD	0.479	0.828												
CR	0.825	0.543	0.898											
CV	0.550	0.823	0.581	0.899										
EC	0.525	0.822	0.541	0.835	0.848									
ED	0.488	0.639	0.505	0.564	0.623	0.837								
FP	0.345	0.374	0.369	0.363	0.411	0.422	0.904							
GG	0.590	0.809	0.595	0.742	0.809	0.752	0.474	0.815						
HE	0.525	0.632	0.556	0.515	0.609	0.747	0.372	0.709	0.801					
LI	0.461	0.590	0.510	0.497	0.583	0.750	0.469	0.753	0.657	0.858				
PS	0.535	0.698	0.560	0.615	0.660	0.716	0.397	0.795	0.732	0.694	0.812			
SH	0.720	0.613	0.804	0.619	0.629	0.619	0.588	0.703	0.643	0.659	0.673	0.870		
TU	0.370	0.468	0.391	0.391	0.448	0.559	0.286	0.538	0.522	0.604	0.522	0.502	0.802	
WH	0.500	0.586	0.571	0.512	0.584	0.691	0.384	0.670	0.615	0.706	0.642	0.712	0.536	0.864

จากตาราง 4.5 พบว่าค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (\sqrt{AEV}) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดลซึ่งแสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงหนึ่งแยกขาดจากกันกับตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่นๆ

4.2.6 การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF)

การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม เป็นการวัดในภาพรวมทั้งหมดคือทั้งสมการ โครงสร้างและสมการมาตรวัดว่ามีความสอดคล้องของตัวแบบ (Overall Fit) เพียงใด ค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และเป็นค่าที่ไม่เกี่ยวข้องกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ยิ่งมีความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเพียงใดหมายความว่าแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แสดงว่าโมเดลนั้นเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) สามารถคำนวณได้จาก

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (GOF) พิจารณาจาก

$GOF \leq 0.10$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงน้อย

$0.10 < GOF < 0.25$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงปานกลาง

$GOF \geq 0.36$ ถือว่า สมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง

(Tenenhaus, Amato and Vinzi, 2004)

ตารางที่ 4.6 ผลการคำนวณค่าการวัดความเที่ยงและตัวแบบภาพรวม

ตัวแปรแฝง	AVE	R ²
PS	0.660	-
HE	0.642	-
TU	0.644	-
CD	0.685	-
ED	0.700	-
GG	0.665	-
LI	0.736	-
CV	0.808	-
EC	0.719	-
WH	0.746	0.587
BI	0.807	0.250
CR	0.807	0.326
SH	0.758	0.505
FP	0.817	0.146
Average	0.728	0.363
SQRT	0.853	0.603
Goodness of Fit, GOF	0.514	

จากผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวมในตาราง 4.6 พบว่า มีค่าความเที่ยงตรงของตัวแบบในภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) มีค่าเท่ากับ 0.514 เมื่อเทียบกับเกณฑ์แล้วถือว่าสมการ โครงสร้างและมาตรวัดมีความเที่ยงตรง (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

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย 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) ความสุขในการทำงาน (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, PS11, PS13, PS14, PS16, PS17, PS18, PS20, PS21, PS22, PS23, PS24, PS25, PS26, PS27, PS28, PS29, PS30, HE1, HE2, HE3, HE8, HE16, HE17, TU1, TU2, TU3, TU9, TU10, TU12, TU13, TU14, TU15, TU16, TU17, TU18, TU19, ED2, ED8, LI7, LI8, GG1, GG2, GG3, GG4, GG6, GG9, GG12, GG13, GG14, GG15, GG16, GG20, GG23, GG24, CD1, CV1, CV2, CV3, EC11, BI2, CR1 และ SH7 และทำการวิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังตาราง 4.7

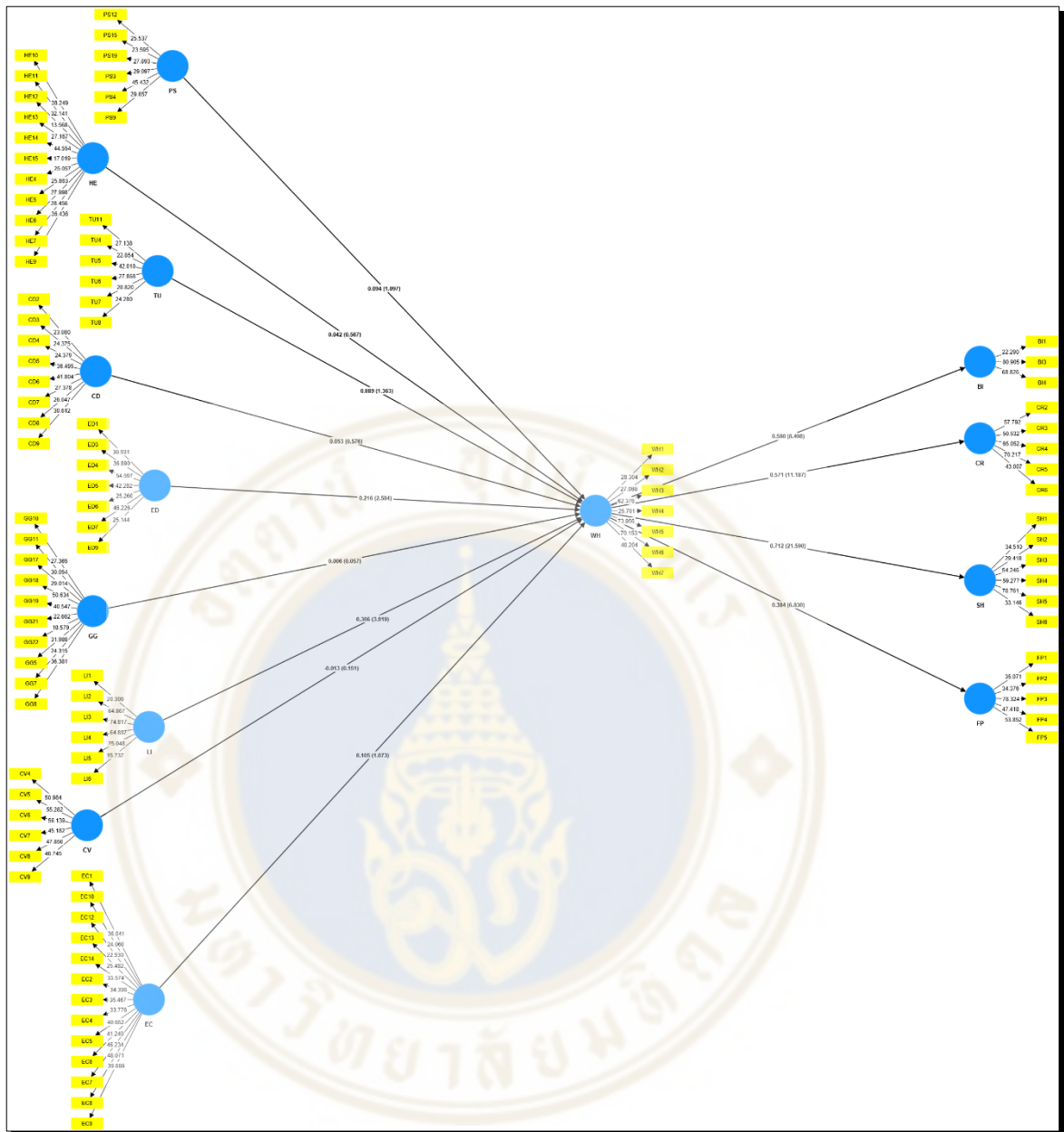
ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ใน โมเดลปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

ความสัมพันธ์	Path Coefficients	SE	t-value
CD -> WH	0.053	0.092	0.576
CV -> WH	-0.013	0.086	0.151
EC -> WH	0.105	0.098	1.073
ED -> WH	0.216**	0.084	2.584
GG -> WH	0.006	0.110	0.057
HE -> WH	0.042	0.084	0.507
LI -> WH	0.306***	0.078	3.919
PS -> WH	0.094	0.086	1.097
TU -> WH	0.089	0.065	1.363
WH -> BI	0.500***	0.059	8.408
WH -> CR	0.571***	0.051	11.187
WH -> FP	0.384***	0.064	6.030
WH -> SH	0.712***	0.033	21.590

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

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

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



ภาพที่ 4.2 ผลการทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยกระบวนการ Bootstrapping

จากภาพที่ 4.2 ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชี้วัดและตัวแปรแฝง คือ ค่า Path Coefficients และ t-value ค่าที่ปรากฏที่เส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงคือ Path Coefficients และค่า t-value ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลอง โมเดลสมการ โครงสร้าง จากตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.2 แสดงปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย พบว่า

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.053 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.576 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.013 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.151 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่าง ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.105 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 1.073 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.216** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 2.584 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.006 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.057 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

เท่ากับ 0.042 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 0.507 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.306*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 3.919 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.094 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 1.097 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) และปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.089 สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 1.363 ซึ่งค่าสถิติที่ต่ำกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness)

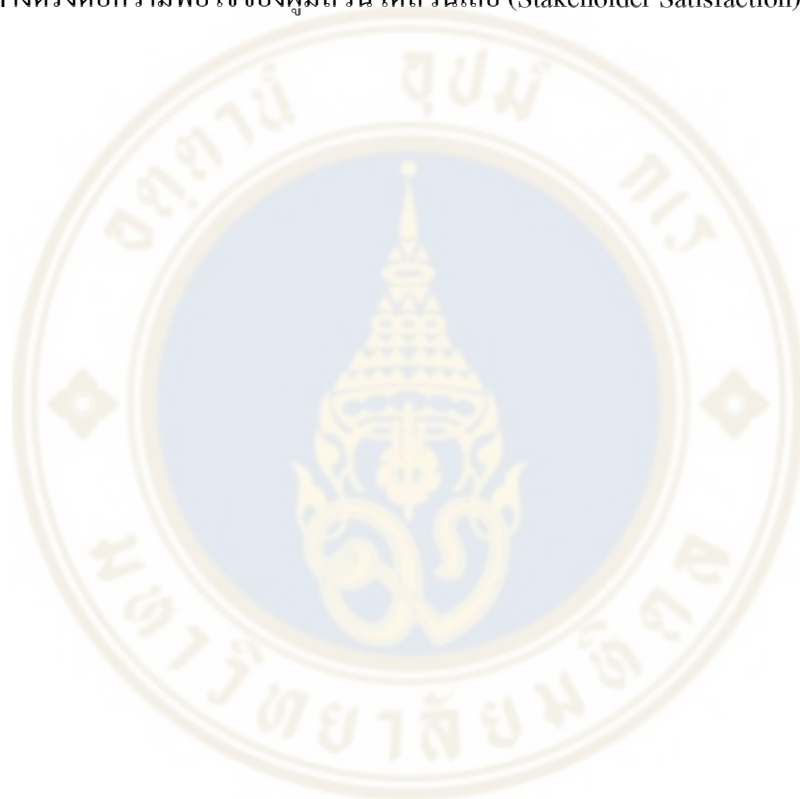
เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.500*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 8.408 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.571*** สถิติที่ (t-value) เท่ากับ 11.187 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อชื่อเสียงองค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) พบว่า

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.384*** สถิติที (t-value) เท่ากับ 6.03 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ระหว่างปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) และความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.712*** สถิติที (t-value) เท่ากับ 21.59 ซึ่งค่าสถิติที่สูงกว่าค่าวิกฤต (1.96) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญ



ตารางที่ 4.8 อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรในแบบจำลอง

ตัวแปร	อิทธิพล	ตัวแปรตาม				
		WH	BI	CR	SH	FP
PS	DE	0.094	-	-	-	-
	IE	-	0.047	0.054	0.067	0.036
	TE	0.094	0.047	0.054	0.067	0.036
HE	DE	0.042	-	-	-	-
	IE	-	0.021	0.024	0.030	0.016
	TE	0.042	0.021	0.024	0.003	0.016
TU	DE	0.089	-	-	-	-
	IE	-	0.044	0.051	0.063	0.034
	TE	0.089	0.044	0.051	0.063	0.034
ED	DE	0.216**	-	-	-	-
	IE	-	0.108**	0.123**	0.154**	0.083*
	TE	0.216**	0.108**	0.123**	0.154**	0.083*
LI	DE	0.306***	-	-	-	-
	IE	-	0.153***	0.175***	0.218***	0.117**
	TE	0.306***	0.153***	0.175***	0.218***	0.117**
GG	DE	0.006	-	-	-	-
	IE	-	0.003	0.004	0.004	0.002
	TE	0.006	0.003	0.004	0.004	0.002
CD	DE	0.053	-	-	-	-
	IE	-	0.026	0.030	0.038	0.020
	TE	0.053	0.026	0.030	0.038	0.020
CV	DE	-0.013	-	-	-	-
	IE	-	-0.006	-0.007	-0.009	-0.005
	TE	-0.013	-0.006	-0.007	-0.009	-0.005
EC	DE	0.105	-	-	-	-
	IE	-	0.052	0.060	0.075	0.040
	TE	0.105	0.052	0.060	0.075	0.040
WH	DE	-	0.500***	0.571***	0.712***	0.384***
	IE	-	-	-	-	-
	TE	-	0.500***	0.571***	0.712***	0.384***
R ²		0.590	0.250	0.326	0.506	0.147

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

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

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

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

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามต่าง ๆ ทั้งตัวแปรภายนอก (External Endogenous Variable) และตัวแปรแฝง (Internal Endogenous Variable) พบว่าความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) มากที่สุด (DE = 0.306) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) (DE = 0.216)

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.500) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.153) และปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) (IE = 0.108)

ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.571) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.157) และปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) (IE = 0.123)

ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.712) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.218) และปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) (IE = 0.154)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) มากที่สุด (DE = 0.384) รองลงมาคืออิทธิพลทางอ้อมปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard-LI) (IE = 0.117) และปัจจัยด้านการศึกษา (Education - ED) (IE = 0.083)

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 59

ความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction-SH) สามารถอธิบายด้วย สุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 50.6 ชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) สามารถอธิบายด้วย สุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 32.6 ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) สามารถอธิบายด้วย สุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 25 ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) สามารถอธิบายด้วยความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ได้ร้อยละ 14.7



4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

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

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H1: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.174***	3.647	สอดคล้อง
H2: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.123**	2.595	สอดคล้อง
H3: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.026	0.525	ไม่สอดคล้อง
H4: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.059	1.026	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H5: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	-0.007	0.138	ไม่สอดคล้อง
H6: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.052	1.356	ไม่สอดคล้อง
H7: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.053	1.064	ไม่สอดคล้อง
H8: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.003	0.046	ไม่สอดคล้อง
H9: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)	0.029	0.556	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H10: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.153***	3.586	สอดคล้อง
H11: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.108*	2.559	สอดคล้อง
H12: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.022	0.518	ไม่สอดคล้อง
H13: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.052	1.006	ไม่สอดคล้อง
H14: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	-0.006	0.137	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H15: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.045	1.33	ไม่สอดคล้อง
H16: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.046	1.065	ไม่สอดคล้อง
H17: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.003	0.046	ไม่สอดคล้อง
H18: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image)	0.026	0.556	ไม่สอดคล้อง
H19: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.117**	3.016	สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H20: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.082*	2.442	สอดคล้อง
H21: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.017	0.517	ไม่สอดคล้อง
H22: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.040	1.002	ไม่สอดคล้อง
H23: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	-0.005	0.135	ไม่สอดคล้อง
H24: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.035	1.328	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H25: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.036	1.019	ไม่สอดคล้อง
H26: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.002	0.045	ไม่สอดคล้อง
H27: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	0.020	0.542	ไม่สอดคล้อง
H28: ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.217***	3.712	สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H29: ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.153**	2.602	สอดคล้อง
H30: ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.032	0.528	ไม่สอดคล้อง
H31: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.073	1.037	ไม่สอดคล้อง
H32: ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	-0.009	0.139	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ต่อ)

สมมติฐานของงานวิจัย	Path Coefficients	t-value	ผลลัพธ์
H33: ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.064	1.363	ไม่สอดคล้อง
H34: ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.066	1.066	ไม่สอดคล้อง
H35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.004	0.046	ไม่สอดคล้อง
H36: ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)	0.037	0.557	ไม่สอดคล้อง

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

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

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

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.174 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.123 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 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 4.23 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 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.153 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.108 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 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) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 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 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) 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 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.117 เท่ากับผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.082 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 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 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 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 4.23 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 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.217 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.153 ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

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

จากตาราง 4.23 พบว่า : ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

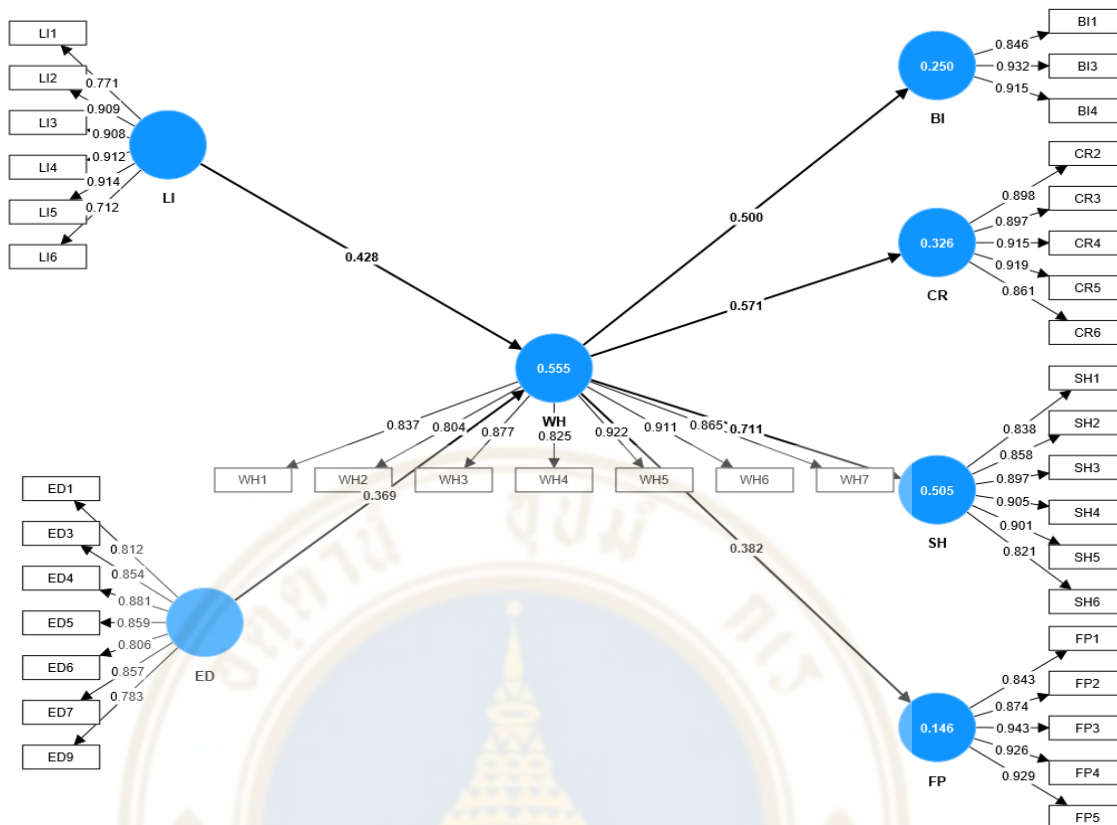
สมมติฐานที่ 35: ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) มีอิทธิพลต่อความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ซึ่งส่งผลต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction)

จากตาราง 4.23 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 4.23 พบว่า : ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Satisfaction) ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ตามกรอบแนวคิด สุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน ข้อ 1, 2, 10, 11, 19, 20, 28 และ 29 ส่วนปัจจัยด้าน ความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) สุขภาพ (Health-HE) การใช้เวลา (Time Use-TU) ธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) สุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) มีค่าทางสถิติที่ระดับ มากกว่า 0.05 สรุปได้ว่าความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing-PS) สุขภาพ (Health-HE) การใช้เวลา (Time Use-TU) ธรรมาภิบาล (Good Governance-GG) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience-CD) สุขภาพชุมชน (Community Vitality-CV) ความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity-EC) ไม่ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ดังนั้นปฏิเสธสมมติฐานข้อ 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 35 และ 36 ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ความยั่งยืนที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3 ปัจจัยสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กร ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของบริษัทสายการบินในประเทศไทย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานสายการบิน จำนวน 225 คน สำหรับ วิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีวิจัยเชิงพรรณนา และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำผลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีแบบ PLS-SEM การประเมิน โมเดลการวัด (Measurement Model Evaluation) การประเมิน โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural Model Assessment) โดยมีการ ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล คือ การประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอก (Outer Loading) การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การวัดความตรงเชิงสอดคล้องของข้อคำถาม (Convergent Validity) การวัดค่าน้ำหนักไขว้ (Cross Loading) การวัดความเที่ยงตรงของตัวแบบใน ภาพรวม (Goodness of Fit, GOF) รวมทั้งการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม และตามด้วยกระบวนการ Bootstrapping เพื่อดูระดับความสำคัญทางสถิติว่าสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย หรือไม่ อีกทั้งในการวิจัยยังมีการวิเคราะห์ อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ที่มีต่อตัวแปรตาม อีกด้วย โดยเนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร
- 5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย
- 5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย จำนวน 225 ตัวอย่าง สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

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

ระดับความคิดเห็นต่อองค์กร (GNH) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ปัจจัยด้านมาตรฐานการครองชีพ (Living Standard) ปัจจัยด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) อยู่ในระดับปานกลาง

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) ในพนักงานบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Living Standard) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ G. Portier, M. Mathonnet (2021) ที่ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตที่ไม่ดี เกิดจากความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับผู้บริหาร การไม่มีอิสระทางการทำงานส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความสุขในที่ทำงาน จิรนนท์ ศรีภิรมย์ (2559), อธิษา ศรีคราม (2559), ปิ่นมณี ชำนาญกิจ (2561) ธนวิทย์ งามศักดิ์ (2561), สิวลี มุ่งสูงเนิน (2562), ชุตติมา จิรนนท์วัฒนา(2561), กมล นมงามศักดิ์ (2564) ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงาน จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกบริษัทควรพิจารณาจ่ายให้พนักงานในระดับที่เหมาะสมเพียงพอกับค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับค่าครองชีพ เพื่อส่งผลให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี เกิดความสุขในการทำงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้นไปด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมสุดา วิสัยกล้า(2564) ธนวิทย์ งามศักดิ์ (2561), ฉัตรสุดา วงศ์เจริญ (2562) ชัยนรินทร์ ไชยวัฒน์, รวี นิธนา ฐานิตชนกร (2561), กัญญาณัฐ แสันทวิสุข (2561), ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่ผลการศึกษาพบว่า การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร การแบ่งปันความรู้และการรักษาความรู้ในองค์กร การให้คุณค่าของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความสุขในที่ทำงานและความสำเร็จขององค์กร จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นว่า การฝึกอบรม เป็นสิ่งที่บริษัทต้องให้ความสำคัญเพราะพนักงานสายการบินทุกคนได้รับการฝึกอบรมอย่างเพียงพอเพื่อปฏิบัติหน้าที่ที่จำเป็น เพื่อทำความคุ้นเคยเกี่ยวกับประเภทเครื่องบินและคำแนะนำในการใช้งานที่ถูกต้องของขั้นตอน ตามข้อกำหนดใน AOCR Issue 02 Revision 00 Effective Date 30 Apr 2021 ของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และการฝึกอบรมเป็นสิ่งที่พนักงานให้ความสำคัญเพราะบริษัทส่วนใหญ่ได้กำหนดเส้นทางการฝึกอบรมสำหรับพนักงานทุกคน ทุกตำแหน่ง ให้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อกำหนดที่พนักงานจะได้รับการพิจารณา การเลื่อนขั้นหรือปรับเงินเดือนขึ้น และนอกจากนี้การแบ่งปันความรู้กันในองค์กร การสอนงานระหว่างคนเก่าและคนใหม่ ยังเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในองค์กรอีกด้วย

และผลการวิเคราะห์พบปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) ได้แก่ ปัจจัยความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิทยา (Psychological Wellbeing) ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bhutto & Rajper & Kishan (2021), Srivastava & Gupta (2021), Mahipalan & Sheena (2018) ที่ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ที่สำคัญ

ระหว่างจิตวิญญาณในสถานที่ทำงานและความผาสุกทางจิตใจมีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความสุขในที่ทำงาน

ปัจจัยด้านสุขภาพ (Health) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กมล นมงามศักดิ์ (2564) ธนวิทย์ งามศักดิ์ (2561) ที่พบว่า สุขภาพที่ดี ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน

ปัจจัยด้านการใช้เวลา (Time Use) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Ekmekcioglu & Nabawanuka (2022) ที่ผลการศึกษาพบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและมีความสุขในที่ทำงาน Srivastava & Gupta (2021) ความยืดหยุ่นในการทำงาน การปรับตัว ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน

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

ปัจจัยด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Cultural Diversity and Resilience) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Peltokorpi & Zhang (2022) ผลการศึกษาพบว่าไม่ควรปฏิบัติกับชาวต่างชาติเหมือนกลุ่มพนักงานที่เป็นเนื้อเดียวกัน โดยการให้มีการแบ่งละเอียดยิ่งขึ้นว่าการระบุวัฒนธรรมและภาษาของชาวต่างชาตินั้น สะท้อนถึงวิธีปฏิบัติงานของคนต่างด้าวในประเทศเจ้าบ้าน และผลงานวิจัยของ พิมสุดา วิสัยกล้า (2564) ที่พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จที่รับรู้ได้ คือวัฒนธรรมองค์กร

ปัจจัยด้านสุขภาพชุมชน (Community Vitality) ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ali, et al. (2021); Achour & Boukattaya (2020); Fatmawati, et al. (2020); Mahmood & Bashir (2020); ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์ (2560) ที่ผลการศึกษาพบว่า การมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ส่งผลดีต่อชื่อเสียงขององค์กร มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่ออย่างมากต่อการบอกต่อแบบปากต่อปาก และผลการดำเนินงานของบริษัท

ปัจจัยด้านความหลากหลายทางนิเวศวิทยาและความสามารถในการรับมือความเปลี่ยนแปลง (Ecological Diversity) ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Keчек & Isa & Shahlal (2021); Apaipakdi (2020); Srisasua (2018); กมล นมงามศักดิ์ (2564) ที่ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมที่ดีในที่ทำงาน บรรยากาศที่ดีขององค์กร ส่งผลต่อความสุขในที่ทำงาน ส่งผลให้คนรักงานรักองค์กร และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยตามแนวคิด Gross National Happiness และ Sustainability Performance Outcomes ของ ผศ. ดร. สุภรัญช์ สุริยันเกียรติแก้ว (Suriyankietkaew, 2021) สุขภาวะที่ดี (Gross National Happiness) และความสุขขององค์กร (Workplace Happiness) ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน (Sustainable Performance Outcomes) แสดงให้เห็นว่าหากผู้บริหารต้องการทำให้ความสุขในองค์กรซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จที่ทำให้องค์กรมีความยั่งยืน 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 มีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนในการจัดทำแผนการพัฒนารองตัวด้วยการหาวิชาที่ตนเองสนใจและเกี่ยวข้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง และสามารถนำความรู้มาช่วยในการพัฒนางานของบริษัท แทนที่จะเป็นแผนการฝึกอบรมที่กำหนดโดยบริษัทเพียงฝ่ายเดียว

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจที่ต้องการนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อการศึกษาในโอกาสต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้เพื่อทำ การศึกษาวิจัยปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนเกี่ยวกับธุรกิจอื่นๆ

2. การศึกษาเพิ่มเติมควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสัมภาษณ์ ควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมในหลายมิติ เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกมา มาประกอบวิเคราะห์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัยในครั้ง ต่อไป

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. จากการศึกษานี้มีข้อจำกัดในเรื่อง ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นการเก็บ ข้อมูล จากพนักงานสายการบิน ในประเทศไทย ที่มีกลุ่มตัวอย่าง 225 คน หากมีการเก็บข้อมูลในครั้ง ต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรที่จะเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดของระยะเวลาและช่วงเวลาซึ่งมีผลต่อการตอบ แบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลจำกัดและอาจจะไม่ครอบคลุมกับหัวข้อในการศึกษาวิจัยทั้งหมด หากมี การเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป ผู้วิจัยแนะนำว่าควรที่จะเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ นานขึ้น เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์และวิจัยอันนี้เป็นงานวิจัยเบื้องต้น

บรรณานุกรม

- Achour, Z., & Boukattaya, S. (2021). The moderating effect of firm visibility on the corporate social responsibility- firm financial performance relationship: evidence from France. In *Corporate Social Responsibility*. IntechOpen.
- Adnan Bataineh, K. (2019). Impact of work- life balance, happiness at work, on employee performance. *International Business Research*, 12(2), 99-112.
- Ali, W., Danni, Y., Latif, B., Kouser, R., & Baqader, S. (2021). Corporate social responsibility and customer loyalty in food chains— Mediating role of customer satisfaction and corporate reputation. *Sustainability*, 13(16), 8681
- Bhutto, S. A., Rajper, Z. A., Mangi, Q. A., & Kishan, J. Does Positive Behavior Matter? A Path Analysis of Psychological Well- being, Employee Satisfaction and Employee Commitment.
- Cochran, W. G. (1953). Matching in analytical studies. *American Journal of Public Health and the Nations Health*, 43(6_Pt_1), 684-691.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*, 11(2), 130-141.
- FATMAWATI, I., & FAUZAN, N. (2021). Building customer trust through corporate social responsibility: The Effects of corporate reputation and word of mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 793-805.
- 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.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- 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.
- GUPTA, S. K. , TIWARI, S. , & VODA, M. (2021) . STAKEHOLDERS'SATISFACTION TOWARDS SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN PUSHKAR REGION OF RAJASTHAN. *Geographia Technica*, 16(1).
- Karsili, H. , Yesiltas, M. , & Berberoglu, A. (2021). Workplace Flexibility for Sustainable Career Satisfaction: Case of Handling in the Aviation Sector in North Cyprus. *Sustainability*, 13(12), 6878.
- Kecek, N. N. A., Isa, K., & Shahlal, S. S. Organization Factor Contribute Lecturers' Happiness.
- Ken Kwong-Kay Wong. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.
- Mahipalan, M., & Sheena, S. (2019). Workplace spirituality and subjective happiness among high school teachers: Gratitude as a moderator. *Explore*, 15(2), 107-114.
- 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.
- Martin, A. J., Jones, E. S., & Callan, V. J. (2005). The role of psychological climate in facilitating employee adjustment during organizational change. *European Journal of work and organizational psychology*, 14(3), 263-289.
- Nabawanuka, H., & Ekmekcioglu, E. B. (2021). Millennials in the workplace: perceived supervisor support, work–life balance and employee well–being. *Industrial and Commercial Training*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Nomngamsak, K., Charoenarpornwattana, P., & Tubsree, C. (2021). HAPPY WORKPLACE FACTORS AND ACTIVITIES OF FOOD INDUSTRY EMPLOYEES. *JOURNAL OF GLOBAL BUSINESS REVIEW*, 23(2), 1-13.
- Paul Benjamin Lowry, and James Gaskin. (2014). Partial least squares (PLS) structural equation modeling (SEM) for building and testing behavioral causal theory: When to choose it and how to use it. *IEEE transactions on professional communication*, 57(2), 123-146.
- Peltokorpi, V., & Zhang, L. E. (2022). Host country culture and language identification, and their workplace manifestations: A study on corporate expatriates in China and Japan. *Journal of International Management*, 28(3), 100926.
- Portier, G., & Mathonnet, M. (2021). The workplace quality of life of university hospital digestive surgeons: Results of a 2019 nationwide survey. *Journal of Visceral Surgery*.
- Sheikh, A. M. (2022). Impact of perceived organizational support on organizational commitment of banking employees: role of work-life balance. *Journal of Asia Business Studies*.
- Srivastava, S., & Gupta, P. (2022). Workplace spirituality as panacea for waning well-being during the pandemic crisis: A SDT perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 375-388.
- 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 university.
- 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.
- Tang, A. D., Chang, M.-L., Wang, T.-H., & Lai, C.-H. (2020). How to create genuine happiness for flight attendants: Effects of internal marketing and work-family interface. *Journal of Air Transport Management*, 87, 101860.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Worley, C. G., & Lawler, E. E. (2010). Built to change organizations and responsible progress: Twin pillars of sustainable success. In *Research in organizational change and development*. Emerald Group Publishing Limited.
- Yan, C.-H., Ni, J.-J., Chien, Y.-Y., & Lo, C.-F. (2021). Does workplace friendship promote or hinder hotel employees' work engagement? The role of role ambiguity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 205-214.
- กัญญาณัฐ แสตนทวิสุข. (2561). การศึกษาปัจจัยการพัฒนางานอย่างยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานและผลสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ ตามแนวคิด Honeybee leadership กรณีศึกษาประเภทธุรกิจที่ปรึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/325>.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). Retrieved from <http://kriengsak.com/node/241>
- จิรนนท์ ศรีภิรมย์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสุขในการทำงาน ของครูและบุคลากร วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพและบริหารธุรกิจ (วิจัยสถาบัน). อุตสาหกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพและบริหารธุรกิจ.
- นัตริศดา วงศ์เจริญ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืน ตามแนวคิด Sustainable leadership ในสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ในประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3337>.
- ชุติมา จิรนนท์วัฒนา. (2561). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3097>
- ชัยรินทร์ ไชยวัฒน์วี. ,นิตนา ฐานิตชนกร. (2561). การทำงานเป็นทีม ความไว้วางใจในองค์กร อิสระในการทำงาน การให้อำนาจในการตัดสินใจและการฝึกอบรมพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2862>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณัฐปภัทร์ ตั้งพานทอง. (2560). ปัจจัยความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษาเกษตรกรอัตราจ้าง แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลรัฐแห่งหนึ่ง (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2904>
- ทิชารัตน์ ประดิษฐ์พงศ์. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อยู่อย่างยั่งยืน ตามแนวคิด *Honeybee leadership* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3286>.
- ทิพย์สุดา วนะวานานนท์. (2559) การรับรู้ของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล . มหาวิทยาลัยมหิดล/นครปฐม.
- ธนวิทย์ งามศักดิ์. (2561). การศึกษาการสร้างความสุขในองค์กรขนาดเล็ก ประเภทธุรกิจขายรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3258>
- ดร.ชญ.อรทัย วลีวงศ์. (2564, 12 กุมภาพันธ์). SDG Updates | Good Health and Well-being: เมื่อนิยามของสุขภาพดี ไม่ได้หยุดอยู่แค่ร่างกายแข็งแรง.
สืบค้นจาก. <https://www.sdgmovement.com/2021/01/25/sdg-updates-good-health-and-well-being/>
- นพ.ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์. (2551, 1 พฤษภาคม). บทความองค์กรแห่งความสุข ด้วยความสุข 8 ประการ. คอลัมน์เรื่องเด่นจากปก ในนิตยสารหมอชาวบ้าน ปีที่ 30 ฉบับที่ 349 หน้า 18-24 หมอชาวบ้าน. สืบค้นจาก. <https://www.doctor.or.th/article/detail/5572>
- พงษ์ศักดิ์ นาโต๊ะ. (2560). การบูรณาการบทบาทวิชาชีพเกษตรกรรมในระบบสุขภาพชุมชน. วารสาร *เกษตรกรรม ไทย*, 11(1), 61-76.
- พิมสุดา วิสัยกล้า. (2564). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จขององค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามแนวคิด *Sustainable Leadership* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4227>
 พริยาภรณ์ อันทอง และศุภกร เอกชัยไพบูลย์. (พฤศจิกายน, 2559). เครื่องมือการขับเคลื่อนองค์กรสู่
 ความยั่งยืนสำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นพัฒนาความยั่งยืนในองค์กร 37-44
 บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :สุวีริยาสาส์น
 ปิ่นมณี ชำนาญกิจ. (2561). การศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา แผนกเวช
 ศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลศิริราช (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ.
 มหาวิทยาลัยมหิดล.
 สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3219>
 เรวัต ตันตยานนท์. (2559). Startup กับหัวใจ CSR. เรียกใช้เมื่อ 25 มิถุนายน 2562
 สืบค้นจาก. <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/636704>.
 ภณิดา บุญทวี. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่
 กรุงเทพมหานคร 7 กรมสรรพากร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการ
 จัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
 สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2887>
 ภรพรรณ จิระถาวรฤกษ์. (2560). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนในธุรกิจการให้บริการ
 ขยายตลาดตามแนวคิด *Honeybee leadership* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
 วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
 สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2242>
 สิวาลี มุ่งสูงเนิน. (2562). การศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงานบริการภาคพื้นดิน ของสาย
 การบินแห่งหนึ่ง (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการจัดการ.
 มหาวิทยาลัยมหิดล.
 สืบค้นจาก. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3861>
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ(สสส.). (2554). องค์กรเปี่ยมสุข Happy
 Workplace.
 สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2 กันยายน 2564). รายชื่อผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบ
 กิจการการบินพลเรือน.

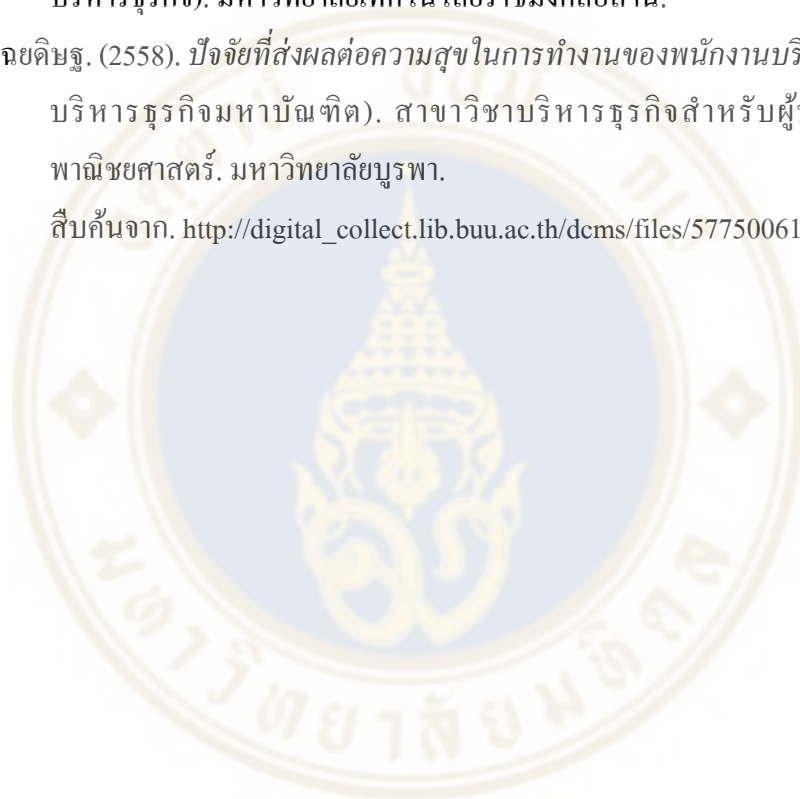
บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (30 กรกฎาคม 2564). รายชื่อสายการบินที่ได้รับ
ใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศใหม่.

อติษา ศรีคราม. (2559). *สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน* ของพนักงาน
สายปฏิบัติการฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระคณะ
บริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

อโนทัย เฉยดิษฐ์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท AAA.* (ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร. วิทยาลัย
พาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.

สืบค้นจาก. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57750061.pdf








ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สำเนาใบรับรองการผ่านอบรม CITI Program

		Completion Date 04-Apr-2022 Expiration Date 03-Apr-2026 Record ID 48243127
This is to certify that:		
Chonlada Thirachuree		
Has completed the following CITI Program course:		
Human Subjects Research <small>(Curriculum Group)</small>		
Student Social, Behavioral & Humanity Research <small>(Course Learner Group)</small>		
1 - Basic Stage <small>(Stage)</small>		
Under requirements set by:		
Mahidol University		
		Not valid for renewal of certification through CME.
 Collaborative Institutional Training Initiative		
Verify at www.citiprogram.org/verify/?w1d7d226b-8657-40cb-91b0-809f2f7b8b42-48243127		

ภาคผนวก ก

สำเนาใบรับรองการผ่านอบรม CITI Program (ต่อ)

		Completion Date 04-Apr-2022 Expiration Date 03-Apr-2025 Record ID 48243128
This is to certify that:		
Chonlada Thirachuree		
Has completed the following CITI Program course:		
Social and Behavioral Responsible Conduct of Research <small>(Curriculum Group)</small>		
Social and Behavioral Responsible Conduct of Research <small>(Course Learner Group)</small>		
1 - RCR <small>(Stage)</small>		
Under requirements set by:		
Mahidol University		
		Not valid for renewal of certification through CME.
		 Collaborative Institutional Training Initiative
Verify at www.citiprogram.org/verify?wc9d3b40b-5538-4edf-b7d3-119789fad2ff-48243128		

ภาคผนวก ข
ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของ (MU-CIRB)



สำนักงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง
อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
โทร. ๐-๒๘๔๙-๖๒๒๔-๕ โทรสาร ๐๒-๘๔๙๖๒๒๔

ที่ อว ๗๘.๐๑๓๐/๐๑๐๖๗
วันที่ ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕
เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาโครงการวิจัย

เรียน นางสาวชลลดา ตรีชูลี
สิ่งที่ส่งมาด้วย

๑. มาตรการป้องกันการติดต่อโรคติดเชื้อ COVID19 ในระหว่างการวิจัย
๒. คำแนะนำและแนวทางการดำเนินการวิจัยทางคลินิกในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดี และความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบริษัทสายการบิน ในประเทศไทย (The Study of Factors of Good Health, Well-Being, and Workplace Happiness that Affect Sustainability in Airline Companies in Thailand)” รหัสโครงการ MU-CIRB 2022/108.2104 มาเพื่อขอรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล นั้น

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ ได้ให้การพิจารณาแบบ Exemption Review ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งต้องมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ ข้อมูลที่เก็บไม่สามารถระบุตัวตนของเจ้าของข้อมูลได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การเปิดเผยผลการวิจัยสู่สาธารณะจะไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อเจ้าของข้อมูลในทางกฎหมาย การถูกฟ้องร้อง การเงิน การจ้างงาน การเสียโอกาส และชื่อเสียงของเจ้าของข้อมูล

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ ได้ออกเอกสารรับรองว่าเป็นโครงการประเภท Certificate of Exemption ซึ่งท่านสามารถดำเนินการวิจัยได้ตั้งแต่วันที่ระบุในเอกสารรับรอง โดยใช้เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ประทับตรารับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โดยไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้าของโครงการวิจัยมายังคณะกรรมการฯ อีก แต่หากมีการปรับเปลี่ยนโครงร่างวิจัยที่จะทำให้มีความเสี่ยงต่อผู้เข้าร่วมวิจัยเพิ่มขึ้นจากที่ได้รับการรับรอง ขอให้ท่านดำเนินการแจ้งต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

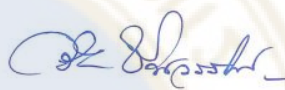
ภาคผนวก ข

ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของ (MU-CIRB) (ต่อ)

๒

เนื่องด้วยขณะนี้ สถานการณ์โรคติดเชื้อโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID 19) มีความรุนแรงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางฯ จะส่งเอกสารรับรองฉบับลงนามจริงให้ท่านหลังจากสถานการณ์คลี่คลาย ทั้งนี้ท่านสามารถเริ่มดำเนินการวิจัยได้หลังได้รับหนังสือฉบับนี้ โดยขอให้ปฏิบัติตามมาตรการดำเนินการวิจัยในสถานการณ์โรคติดเชื้อโคโรนา ๒๐๑๙ (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย) อย่างเคร่งครัด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.วริยา ชินวรรณโณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง
มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาคผนวก ข

ผ่านการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของ (MU-CIRB) (ต่อ)

	COE No. MU-CIRB 2022/066.1005
<p>Mahidol University Central Institutional Review Board</p> <p><i>Certificate of Exemption</i></p>	
<p>Title of Project: The Study of Factors of Good Health, Well-Being, and Workplace Happiness that Affect Sustainability in Airline Companies in Thailand</p>	
<p>Protocol Number: MU-CIRB 2022/108.2104</p>	
<p>Principal Investigator: Miss Chonlada Thirachuree</p>	
<p>Co- Investigators: Asst. Prof. Dr. Suparak Suriyankietkaew</p>	
<p>Affiliation: College of Management, Mahidol University</p>	
<p>The criteria of Exemption: Research involving the use of survey procedures:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recorded information CANNOT readily identify the subject (directly or indirectly/linked) OR - Any disclosure of responses outside of the research would NOT place subject at risk (criminal, civil liability, financial, employability, educational advancement, reputation) 	
<p>MU-CIRB is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)</p>	
<p><i>Date of Determination: 10 May 2022</i></p>	
<p>Signature of Chairperson:</p>	 (Emeritus Professor Dr. Wariya Chinwanno) MU-CIRB Chair
<hr/> <p><i>MU-CIRB Address: Office of the President, Mahidol University, 4th Floor, Room Number 411 999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhonpathom 73170, Thailand Tel: 66 (0) 2849 6224, 6225 Fax: 66 (0) 2849 6224 E-mail: mucirb@gmail.com Website: http://www.sp.mahidol.ac.th</i></p>	
<p>Page 1 of 1</p>	

ภาคผนวก ค

ผลการตรวจสอบโปรแกรม Turnitin

6350289 TP 19AUG2022

ORIGINALITY REPORT

23%	22%	1%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	archive.cm.mahidol.ac.th Internet Source	6%
2	kb.psu.ac.th Internet Source	3%
3	ir.buu.ac.th Internet Source	1%
4	digital_collect.lib.buu.ac.th Internet Source	1%
5	sutir.sut.ac.th:8080 Internet Source	1%
6	docshare.tips Internet Source	1%
7	www.mis.ms.su.ac.th Internet Source	1%
8	Submitted to Chiang Mai University Student Paper	1%
9	www.kriengsak.com Internet Source	1%

ภาคผนวก ค
ผลการตรวจสอบโปรแกรม Turnitin (ต่อ)

127	www.scribd.com Internet Source	<1 %
128	www.setsustainability.com Internet Source	<1 %
129	www.stsebastianschool.org Internet Source	<1 %
130	www.todayupdatenews.com Internet Source	<1 %
131	www.updc.clm.up.ac.th Internet Source	<1 %
132	Hans H.A. Hötte. "Atlas of Southeast Europe", Brill, 2015 Publication	<1 %
<p>Exclude quotes Off Exclude matches Off Exclude bibliography On</p>		