

คุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน
ต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
Quality of Work Life and Internal Organizational Communication Influencing
Employee Organizational Commitment in a Company in the Fast-moving
Consumer Goods (FMCG) Industry in Bangkok

กวินธิดา คนตรง

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail: kawinthidak.1995@gmail.com

นัทธทัย อีอนอก

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail: nuthatai_aoy@yahoo.com

นฤมล สุนสวัสดิ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail: soonl2498@gmail.com

Kawinthida Kontrong

Master of Business Administration Thonburi University, E-mail: kawinthidak.1995@gmail.com

Nuthatai Ounok

Master of Business Administration Thonburi University, E-mail: nuthatai_aoy@yahoo.com

Narumol Soonsawad

Master of Business Administration Thonburi University, E-mail: soonl2498@gmail.com

รับเข้า : 5 กุมภาพันธ์ 2569 แก้ไข : 27 กุมภาพันธ์ 2569 ตอบรับ : 17 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาระดับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร 4) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และ 5) ศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.99 กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง จำนวน 317 ตัวอย่าง เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

(Stratified Random Sampling) และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า 1) คุณภาพชีวิตในการทำงาน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.88$) 2) การสื่อสารภายในองค์กร ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.80$) 3) ความผูกพันต่อองค์กร ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.83$) 4) คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน มี Beta สูงสุด = 0.334 และ 5) การสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG) แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงาน การสื่อสารภายในองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว (FMCG)

Abstract

This study aimed to 1) study the level of quality of work life of employees of a company in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry in Bangkok, 2) study the level of internal communication of employees, 3) study the level of organizational commitment of employees, 4) study the influence of quality of work life on organizational commitment of employees of a company in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry in Bangkok, and 5) study the influence of internal communication on organizational commitment of employees of a company in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry in Bangkok. The sample consisted of 317 employees from the FMCG sector selected using stratified random sampling and simple random sampling. The research instrument was a questionnaire with a reliability coefficient of 0.99. The data analysis methods included frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the study revealed that 1) overall, the quality of work life had an average value at a high level ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.88$), 2) overall, the communication within the organization had an average value at a high level ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.80$), 3) overall organizational commitment had an average value at a high level ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.83$), 4) quality of work life had a statistically significant influence on employees' organizational commitment at a fast-

moving consumer goods (FMCG) industry in Bangkok at the 0.05 significance level, with the strongest influencing dimension being work-life balance (highest Beta = 0.334); and 5) internal organizational communication had a statistically significant influence on employees' organizational commitment at a fast-moving consumer goods (FMCG) industry in Bangkok at the 0.05 significance level.

Keywords: Quality of Work Life, Internal Organizational Communication, Organizational Commitment, Fast-Moving Consumer Goods (FMCG)

บทนำ

อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการหมุนเวียนรวดเร็ว (Fast-Moving Consumer Goods) เป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีความความผันผวนอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การขยายตัวของช่องทางจำหน่ายแบบดิจิทัล และแรงกดดันด้านต้นทุนในห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้องค์กรในกลุ่มธุรกิจดังกล่าวต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วทั้งในเชิงกลยุทธ์และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ มิได้เป็นเพียงปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน แต่เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรโดยตรง โดยเฉพาะในองค์กร FMCG ซึ่งมีลักษณะงานที่ต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านยอดขาย เป้าหมายเชิงปริมาณ และความคาดหวังด้านประสิทธิภาพสูง หากองค์กรไม่สามารถสร้างความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ย่อมนำไปสู่ปัญหาการลาออก การขาดแรงจูงใจ และประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง (อัคราวดี ชูณอม, 2565) ในแต่ละปีมีอัตราการลาออกของพนักงานในองค์กรยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เช่น ปี 2565 มีจำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด 127 คน โดยเป็นเพศชาย 56 คน และหญิง 71 คน คิดเป็นร้อยละ 12.44 ส่วนในปี 2566 มีจำนวนพนักงานลาออก 134 คน โดยเพศชาย 60 คน และหญิง 74 คน คิดเป็นร้อยละ 13.12 ในขณะที่ปี 2567 มีจำนวนพนักงานลาออก 104 คน โดยเพศชาย 44 คน และหญิง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 10.18 รวมทั้งสิ้น 365 คน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังคงมีอัตราการลาออกในระดับที่ค่อนข้างสูง (ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และบริหารงานทั่วไป, 2568)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน โดยเฉพาะความผูกพันต่อองค์กร ทั้งในด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยจำนวนมากมักศึกษาความสัมพันธ์ดังกล่าวในบริบทองค์กรทั่วไปหรือในภาคการผลิตและภาครัฐเป็นหลัก ขณะที่บริบทของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการหมุนเวียนเร็ว (FMCG) ซึ่งมีลักษณะการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ยังมีการศึกษาเชิงลึกในระดับองค์กรที่จำกัด นอกจากนี้ การสื่อสารภายในองค์กร (Internal

Communication) ถือว่าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้าใจในเป้าหมายองค์กร ลดความคลาดเคลื่อนในการปฏิบัติงาน และเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (พลอยลลิตน์ จันทร์มี, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบช่องว่างสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมขององค์กรทั่วไป โดยยังขาดการศึกษาในบริบทเชิงธุรกิจ FMCG เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันด้านราคาและช่องทางจัดจำหน่ายสูง มีแรงกดดันด้านยอดขายและเป้าหมายเชิงปริมาณอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีอัตราการเปลี่ยนแปลงในเชิงกลยุทธ์ที่รวดเร็ว ส่งผลให้ลักษณะงานและประสบการณ์การทำงานของพนักงานมีความเข้มข้นมากกว่าองค์กรบางประเภท ดังนั้น ผลการศึกษาจากบริบทอื่นอาจไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ในธุรกิจ FMCG ได้อย่างครบถ้วน งานวิจัยที่มุ่งศึกษาในบริบทเฉพาะอุตสาหกรรมจึงยังมีความจำเป็น 2) งานวิจัยจำนวนมากจะศึกษาผลของคุณภาพชีวิตในการทำงาน หรือการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อทัศนคติของพนักงาน แต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแบบแยกตัวแปร กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ผลของแต่ละปัจจัยต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยลำพัง ขณะที่ในทางทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์และอาจส่งเสริมกันเชิงกลไก เช่น คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีอาจไม่เพียงพอ หากองค์กรขาดการสื่อสารที่ชัดเจน ดังนั้น การวิเคราะห์แบบบูรณาการที่พิจารณาทั้งคุณภาพชีวิตในการทำงาน และการสื่อสารภายในองค์กรในกรอบการวิเคราะห์เดียวกันยังมีจำกัด และ 3) งานวิจัยในบริบทประเทศไทย โดยเฉพาะในระดับองค์กรเอกชนเฉพาะแห่ง ยังมีจำนวนไม่มาก ทำให้ขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนบริบททางวัฒนธรรมองค์กรในประเทศไทย โครงสร้างการบริหาร และรูปแบบการสื่อสารภายในยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในธุรกิจ FMCG ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ดังกล่าว โดยมุ่งวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผ่านการวิเคราะห์เชิงสถิติที่สามารถอธิบายระดับอิทธิพลแต่ละปัจจัยได้อย่างชัดเจน อันจะนำไปสู่ข้อเสนอเชิงบริหารที่สอดคล้องกับบริบทการแข่งขันของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
2. การสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

Walton (1975) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นลักษณะการทำงานที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความปรารถนาของบุคคล ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานมี 8 ประการ ดังนี้ 1) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม หมายถึง การที่พนักงานได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทน และผลประโยชน์ในด้านอื่น ๆ อย่างเพียงพอ 2) ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย หมายถึง พนักงานไม่ควรทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ไม่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางกายหรือจิตใจ 3) ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล หมายถึง งานที่ปฏิบัติอยู่นั้นจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้พัฒนาทักษะความรู้ได้อย่างแท้จริง 4) ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน หมายถึง นอกจากงานจะสามารถช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของบุคคลให้ได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ 5) ด้านบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน หมายถึง การทำงานร่วมกันเป็นทีมของพนักงานจะเห็นได้ว่าตนเองมีคุณค่า 6) ด้านธรรมเนียมในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร หมายถึง การบริหารจัดการที่ให้เจ้าหน้าที่หรือพนักงาน ได้รับหน้าที่ให้การปฏิบัติตามขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย 7) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีเวลาในการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและใช้ชีวิตส่วนตัวของตนเองได้อย่างสมดุล และ 8) ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง กิจกรรมในการทำงานที่ดำเนินไปในลักษณะที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร

Katz and Kahn (1978) กล่าวว่า องค์กรเป็นระบบสังคมแบบเปิด (Open System) ที่ต้องพึ่งพาการสื่อสารในองค์กรเพื่อรักษาสมดุล ประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนการทำงานของสมาชิกภายในองค์กร โดยมีวิธีหลากหลายที่แตกต่างกันออกไป การสื่อสารภายในองค์กรแบ่งตามลักษณะทิศทางของการสื่อสาร (Direction) ประกอบด้วย 1. การสื่อสารแบบบนลงล่าง เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่สูงกว่าลงมายังระดับที่ต่ำกว่าในองค์กร หรือจากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา 2. การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่ต่ำกว่าขึ้นไปยังระดับที่สูงกว่าในองค์กรหรือจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา 3. การสื่อสารแบบ

แนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันตามแนวนอนของสายบังคับบัญชาตามลำดับชั้น หรือระดับที่ใกล้เคียงกันตามโครงสร้างขององค์กร หรือระหว่างคนที่อยู่ต่างระดับกันก็ได้แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในเชิงผู้บังคับบัญชา ไม่มีอำนาจในการบังคับบัญชา และ 4. การสื่อสารแบบแนวไขว้ เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกและอยู่ต่างระดับ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

Allen and Meyer (1990) กล่าวว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า ไม่ว่าจะเป็นอย่างใด จะเชื่อมั่นในองค์กร พร้อมปกป้องชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร ทำงานโดยคำนึงถึงเป้าหมายที่มีร่วมกับองค์กร และ Steers (1977) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือ การที่สมาชิกรู้สึกว่าตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับเป้าหมายขององค์กร มีค่านิยมเช่นเดียวกับสมาชิกคนอื่น ๆ ขององค์กรและเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อดำเนินภารกิจขององค์กรและมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร พนักงานมีความเข้าใจและยอมรับใน พันธกิจและค่านิยมหลักขององค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร พนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร และ 3)ความปรารถนาในการดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กร พนักงานมีความตั้งใจที่จำทำงานกับองค์กรต่อไปในระยะยาว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนพนธ์ กอบเกื้อ (2562) ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของกระบวนการทำงาน การติดต่อสื่อสารและวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยสำนักงานใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อมาพลอยลลินน์ จันท์มี (2565) ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรและปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน ผลการศึกษา พบว่า ระดับพฤติกรรมในการสื่อสารภายในองค์กรส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคมวรรณ มีสabay (2566) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทน ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านเปิดโอกาสให้พัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และด้านงานที่ประโยชน์ต่อสังคมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

1. คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งทางด้านกายภาพ และจิตใจ โดยอยู่ภายใต้องค์ประกอบและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม

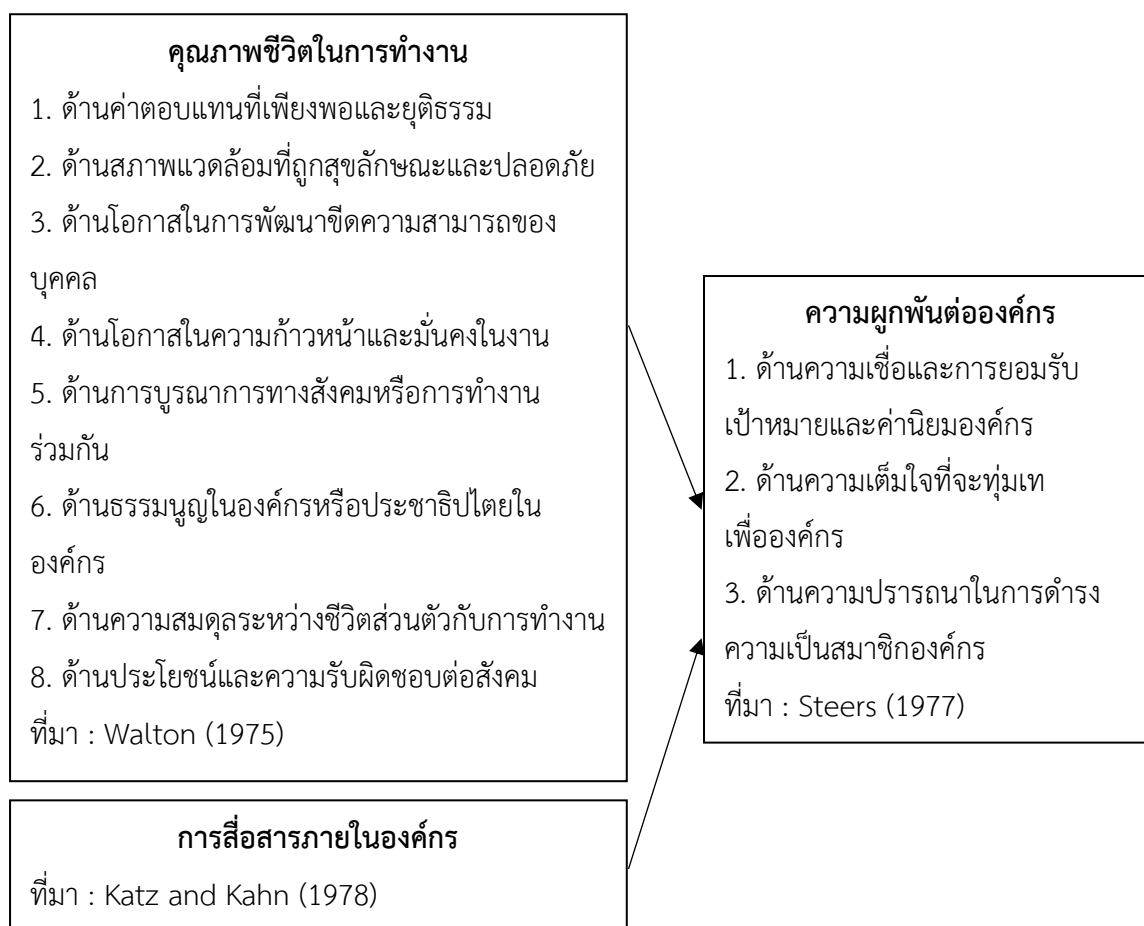
2. การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความ
คิดเห็นระหว่างบุคลากรในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง สนับสนุนการปฏิบัติงาน และเสริมสร้าง
ความสัมพันธ์ในการทำงาน

3. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับความรู้สึกหรือทัศนคติของพนักงานที่มีต่อองค์กร ซึ่งสะท้อน
ถึงความเต็มใจของพนักงานในการทุ่มเทเวลาและความพยายามในการทำงานให้กับองค์กร

4. กลุ่มธุรกิจ FMCG หรือ Fast - Moving Consumer Goods หมายถึง กลุ่มสินค้าที่มีการหมุนเวียน
และถูกซื้อขายอย่างต่อเนื่อง เป็นสินค้าที่บริโภคใช้บ่อย ใช้เป็นประจำ และราคาไม่สูงมากเช่น อาหารและ
เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อ
องค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ พนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,021 คน (ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และการบริหารงานทั่วไป ณ วันที่ 30 เมษายน 2568)

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจึงคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 288 ตัวอย่าง เพื่อความน่าเชื่อถือผู้วิจัยจึงได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 เป็น 317 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ผู้วิจัยได้แบ่งสัดส่วนในการเก็บข้อมูลจากพนักงานในแผนกต่าง ๆ โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในกลุ่มนั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

การจัดสรรกลุ่มตัวอย่างตามฝ่ายงาน พบว่า ฝ่ายผลิตสินค้าธุรกิจสินค้าอุปโภคมีจำนวนประชากรมากที่สุด จำนวน 170 คน มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 53 คน รองลงมาคือ ฝ่ายผลิตสินค้าเคมีภัณฑ์ มีจำนวนประชากร 102 คน มีกลุ่มตัวอย่าง 32 คน ฝ่ายงานด้านการขายในธุรกิจสินค้าอุปโภค ได้แก่ ฝ่ายขาย CP All ฝ่ายขาย Key Account ฝ่ายขาย Route to Market และฝ่ายขาย Commercial Development มีจำนวนประชากรอยู่ในช่วง 48 - 75 คน มีกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 15 - 23 คนต่อฝ่าย ส่วนฝ่ายงานสนับสนุนและปฏิบัติการ ฝ่าย SCM-Logistics มีประชากร 67 คน มีกลุ่มตัวอย่าง 21 คน ฝ่ายวางแผนการผลิต มีประชากร 57 คน มีกลุ่มตัวอย่าง 18 คน ฝ่ายประกันคุณภาพ มีประชากร 65 คน มีกลุ่มตัวอย่าง 20 คน ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D) ธุรกิจเคมีภัณฑ์ มีประชากรฝ่ายละ 32 คน มีกลุ่มตัวอย่างฝ่ายละ 10 คน ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และการบริหารงานทั่วไป ฝ่ายกฎหมายและปฏิบัติตามระเบียบ และฝ่ายกลยุทธ์องค์กรเพื่อความยั่งยืน มีกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 2 - 9 คน ทั้งนี้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างยังคงยึดตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละฝ่าย เพื่อให้ข้อมูลที่ได้สะท้อนมุมมองของพนักงานในทุกสายงานอย่างเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาทำงานในองค์กร ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของ

พนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง

โดยส่วนที่ 2 - 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน การสื่อสารภายในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของ Likert (1961) 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 4 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยในระดับมาก 3 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยในระดับน้อย และ 1 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ศึกษาโดยการหาข้อมูลจากตำรา ทฤษฎีแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยมุ่งพิจารณาถึงในส่วนรายละเอียดเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้เพื่อสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร นำร่างแบบสอบถามนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบดูแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย รวมถึงตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะความเหมาะสมของภาษาและสำนวนที่ใช้หรือไม่ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงและความชัดเจนในภาษา และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1974) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะปรากฏค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไป โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.992 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความสม่ำเสมอภายในและมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปเก็บข้อมูลจริง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 317 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์คุณภาพชีวิตในการทำงาน การสื่อสารภายในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 317 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารบทความ หนังสือวิชาการ วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการค้นคว้า และสร้างแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาทำงานในองค์กร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง ส่วนที่ 3 ระดับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง และส่วนที่ 4 การวิเคราะห์หาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่ง

ส่วนที่ 2 - 4 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของ Likert (1961) 5 ระดับ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายความว่า มีความเห็นระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่า มีความเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่า มีความเห็นระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายความว่า มีความเห็นระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายความว่า มีความเห็นระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบสมมติฐานคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร แสดงข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	3.58	0.90	มาก	7
2. ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย	3.67	0.95	มาก	4
3. ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล	3.65	0.97	มาก	6
4. ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน	3.51	0.89	มาก	8
5. ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน	3.76	0.86	มาก	1
6. ด้านธรรมณูญในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร	3.68	1.00	มาก	2
7. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน	3.67	0.92	มาก	3
8. ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม	3.66	1.08	มาก	5
รวม	3.65	0.88	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.88$) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นลำดับแรก คือ ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.86$) รองลงมา คือ ด้านธรรมณูญในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, $SD = 1.00$) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.92$) ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.95$) ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, $SD = 1.08$) ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 0.97$) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, $SD = 0.90$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, $SD = 0.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม

การสื่อสารภายในองค์กร	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. หัวหน้างานถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้ชัดเจนและสามารถปฏิบัติตามได้	3.71	0.92	มาก	2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม (ต่อ)

การสื่อสารภายในองค์กร	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ
2. หัวหน้างานแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรให้ทราบอยู่เสมอ	3.70	0.94	มาก	3
3. สามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่อหัวหน้างานได้อย่างเต็มที่	3.60	0.90	มาก	5
4. เพื่อนร่วมงานช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานได้เป็นอย่างดี	3.73	0.97	มาก	1
5. สามารถโต้แย้งและแสดงความคิดเห็นเรื่องการทำงานกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ ได้	3.63	0.83	มาก	4
รวม	3.67	0.80	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.80$) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นเป็นลำดับแรก คือ เพื่อนร่วมงานช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.97$) รองลงมา คือ หัวหน้างานถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้ชัดเจนและสามารถปฏิบัติตามได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.92$) หัวหน้างานแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรให้ทราบอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, $SD = 0.94$) สามารถโต้แย้งและแสดงความคิดเห็นเรื่องการทำงานกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.83$) และลำดับสุดท้าย คือ สามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่อหัวหน้างานได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร	4.19	0.72	มาก	1
2. ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร	4.03	0.97	มาก	3
3. ด้านความปรารถนาในการดำรงความเป็นสมาชิกองค์กร	4.09	0.88	มาก	2
รวม	4.10	0.83	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.83$) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นเป็นลำดับแรก คือ ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, $SD = 0.72$) รองลงมา คือ ด้านความปรารถนาในการดำรงความเป็นสมาชิกองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, $SD = 0.88$) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, $SD = 0.97$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	P - value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
(Constant)	0.587	0.153		3.826*	0.000		
ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (X_1)	0.083	0.040	0.093	2.055*	0.041	0.234	4.276
ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย (X_2)	0.052	0.026	0.062	2.001*	0.046	0.504	1.984
ด้านโอกาสในการพัฒนาชีวิตความสามารถของบุคคล (X_3)	0.060	0.028	0.051	2.135*	0.034	0.851	1.175
ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน (X_4)	0.050	0.025	0.045	2.034*	0.043	0.983	1.017
ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (X_5)	0.082	0.041	0.091	1.989*	0.048	0.227	4.399
ด้านธรรมาภิบาลในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร (X_6)	0.164	0.050	0.199	3.241*	0.001	0.128	7.821
ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน (X_7)	0.301	0.045	0.334	6.660*	0.000	0.191	5.231
ด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม (X_8)	0.150	0.049	0.197	3.043*	0.003	0.115	8.691

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถแสดงสมการได้ดังนี้

คุณภาพชีวิตในการทำงาน (ภาพรวม) = $0.587 + 0.083X_1 + 0.052X_2 + 0.060X_3 + 0.050X_4 + 0.082X_5 + 0.164X_6 + 0.301X_7 + 0.150X_8$

สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ด้านโอกาสในความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ด้านธรรมาภิบาลในองค์กร หรือประชาธิปไตยในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน และด้านประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Simple Linear Regression) การสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	P - value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.441	0.160		8.995*	0.000		
การสื่อสารภายในองค์กร (X)	0.612	0.036	0.692	17.001*	0.000	1.000	1.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถแสดงสมการได้ดังนี้

การสื่อสารภายในองค์กร (ภาพรวม) = $1.441 + 0.612X$

สรุปได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

คุณภาพชีวิตในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรมีการรับรู้เชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านโครงสร้างองค์กร สภาพแวดล้อมการทำงาน และโอกาสในการพัฒนา เมื่อจัดกลุ่มตัวแปรสามารถวิเคราะห์ได้เป็น 3 มิติสำคัญ ได้แก่ 1) มิติด้านความสัมพันธ์และธรรมาภิบาลในองค์กร ซึ่งครอบคลุมการทำงานเป็นทีม ความเป็นธรรม และการมีส่วนร่วม แสดงให้เห็นถึงทุนทางสังคม (Social Capital) ที่เข้มแข็งและกระบวนการบริหารที่ยึดหลักความเป็นธรรม ส่งผลต่อความไว้วางใจและความผูกพันต่อองค์กร 2) มิติด้านสภาพแวดล้อมและความสมดุล

ชีวิตการทำงาน สะท้อนถึงการจัดการที่คำนึงถึงความปลอดภัย ความเหมาะสมของเวลางาน และคุณภาพชีวิตโดยรวม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 3) มิติด้านการพัฒนาความก้าวหน้า และผลตอบแทน ซึ่งแสดงถึงระบบสนับสนุนความเติบโตในสายอาชีพควบคู่กับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ อันเป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงจูงใจระยะยาว โดยภาพรวม การที่ทุกตัวแปรอยู่ในระดับมากอย่างสอดคล้องกัน บ่งชี้ถึงความสมดุลของการบริหารจัดการทั้งด้านโครงสร้าง ความสัมพันธ์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญขององค์กรที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานในระดับดี และเอื้อต่อความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

การสื่อสารภายในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรมีระบบการสื่อสารที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานและความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ในเชิงวิเคราะห์ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารแนวนอน (Horizontal Communication) และการสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การทำงานมีความชัดเจนและเกิดความร่วมมือภายในทีม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างความไว้วางใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร อันนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่ดี อย่างไรก็ตาม ประเด็นด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) แม้จะอยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรายชื่อ อาจสะท้อนถึงพื้นที่ในการพัฒนาด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง จะช่วยยกระดับความรู้สึกมีคุณค่าและความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างยั่งยืน โดยสรุป การสื่อสารภายในองค์กรในภาพรวมมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยเฉพาะการสื่อสารที่ชัดเจน การทำงานร่วมกันอย่างเกื้อกูล และบรรยากาศที่เอื้อต่อความเข้าใจร่วมกันภายในองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ด้านความปรารถนาในการดำรงความเป็นสมาชิกองค์กร และด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อองค์กร ในเชิงวิเคราะห์ ผลการวิจัยสะท้อนถึงความผูกพันต่อองค์กรที่มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดของ Allen and Meyer (1990) โดยเฉพาะมิติความผูกพันเชิงอารมณ์ (Affective Commitment) ซึ่งปรากฏผ่านความภาคภูมิใจและความเต็มใจในการทำงาน รวมถึงมิติความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (Normative Commitment) ที่สะท้อนผ่านการยึดมั่นปฏิบัติตามกฎระเบียบและยอมรับค่านิยมองค์กร ทั้งนี้ การที่ทุกด้านอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีพื้นฐานความสัมพันธ์เชิงบวกกับพนักงาน ซึ่งเอื้อต่อความมั่นคงของทรัพยากรมนุษย์และประสิทธิผลขององค์กรในระยะยาว

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่ออิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (1975) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นลักษณะการทำงานที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความปรารถนาของบุคคล โดยพิจารณาจากคุณลักษณะแนวทางความเป็นบุคคล และสภาพตัวบุคคลหรือสังคม เรื่องสังคมในองค์กรที่ทำให้งานประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถวัดได้จากเกณฑ์ในการชีวิตทั้งหมด 8 ด้าน รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมวรรณ มีสabay (2566) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมคุณภาพชีวิตในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Katz and Kahn (1978) กล่าวว่า การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความหมายระหว่างสมาชิกในองค์กร ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการประสานงาน การควบคุม การตัดสินใจ และการปรับตัวอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยลลิตน์ จันทรมี (2565) ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมการสื่อสารภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับแรก คือ สามารถติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานในแผนกอื่น ๆ ได้ดี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Steers (1977) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กร ซึ่งสะท้อนผ่านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร การเต็มใจทุ่มเทให้กับองค์กร และความต้องการคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชรวิภา ช่างเก็บ (2566) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านความเชื่อและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร คุณภาพชีวิตในการทำงาน ทั้ง 8 ด้าน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน (Beta = 0.334) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความผูกพันต่อองค์กร แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับ

การทำงานเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ กล่าวได้ว่า องค์กรที่ส่งเสริม Work-Life Balance จะสามารถสร้างความผูกพันของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมวรรณ มีสบาย (2566) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทในกลุ่มธุรกิจ FMCG แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการสื่อสารภายในองค์กร ($\text{Beta} = 0.692$) การสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ รับรู้ข้อมูลอย่างชัดเจน สร้างความไว้วางใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ลดความขัดแย้งและเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพนธ์ กอบเกื้อ (2562) ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของกระบวนการทำงาน การติดต่อสื่อสารและวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยสำนักงานใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

เชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานและการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก องค์กรจึงควรกำหนดนโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการที่เป็นธรรม โปร่งใส และเอื้อต่อการพัฒนาบุคลากรอย่างรอบด้าน

1. ควรพัฒนานโยบายด้านค่าตอบแทนและการประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีความชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินที่สะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง พร้อมทั้งทบทวนและปรับปรุงสวัสดิการให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร

2. ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเอื้อต่อประสิทธิภาพการทำงาน ควบคู่กับการสนับสนุนความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน โดยอาจนำแนวปฏิบัติด้านการทำงานที่ยืดหยุ่น เช่น การทำงานแบบผสมผสาน (Hybrid Work) หรือการปรับเวลาการทำงานมาใช้ตามความเหมาะสมของลักษณะงาน

3. ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างเป็นระบบ โดยจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ส่งเสริมการอบรมอย่างต่อเนื่อง และกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจนและเป็นธรรม เพื่อสร้างแรงจูงใจและความมั่นคงในระยะยาว

4. ควรส่งเสริมนโยบายด้านวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการทำงานร่วมกัน การเคารพความแตกต่าง และการมีส่วนร่วมของบุคลากร โดยพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรแบบสองทาง เปิดโอกาสให้พนักงาน แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ และจัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะที่เป็น กลางและ ปลอดภัย

5. ควรกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเห็นว่าควรมี การศึกษาต่อ ดังนี้

1. ควรเพิ่มตัวแปรทางพฤติกรรมองค์กรและจิตวิทยาองค์กรในการศึกษา เช่น วัฒนธรรมองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน หรือแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจกลไกและความสัมพันธ์ ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน การสื่อสารภายในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นวิจัยในเชิง ปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แต่การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาเพิ่มการเก็บข้อมูลในเชิง คุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความคิดเห็น ประสบการณ์ และทัศนคติของพนักงานในแง่มุมที่แบบสอบถามอาจไม่สามารถสะท้อนได้อย่างครบถ้วน

บรรณานุกรม

- คมวรรณ มีสบาย. (2566). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก* [วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธนพนธ์ กอบเกื้อ. (2562). *อิทธิพลของกระบวนการทำงาน การติดต่อสื่อสาร และวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยสำนักงานใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และบริหารงานทั่วไป. (2568). *ข้อมูลพนักงานในบริษัท* (ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2568). [เอกสารภายใน].
- พลอยลลิตน์ จันทรมี. (2565). *การสื่อสารในองค์กรและปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพชรวิภา ช่างเก็บ. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อัคราวดี ชูณอม. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการตำรวจกองบังคับการอำนวยการตำรวจภูธรภาค 9 [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing* (3rd ed.). Harper & Row.
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organizations* (2nd ed.). Wiley.
- Likert, R. (1961). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude theory and measurement* (pp. 42-50). Wiley.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.
- Walton, R. E. (1975). Quality of working life: What is it? *Sloan Management Review*, 15(1), 11-21.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.