

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อ
บริษัทกิฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย)

**Factors affecting engagement the organization of businessmen of the
GiffarinenetworkGiffarine Skyline Unity Company Limited (Thailand)**

ปิยะดา สมมณี,

ทองฟู ศิริวงศ์ และ สมพล ทุ่งหว่า

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Piyada Sommanee,

Tongfu Siritwongse and Sompon Thungwha

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: piyadasommanee@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่จูงใจต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีนต่อบริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด 2) เพื่อศึกษาลักษณะงานที่มีผลผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) จำนวน 400 คน จากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ได้แก่ ผลตอบแทนโดยรวม ได้ร้อยละ 6.69 และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)ต่อการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say) ได้ร้อยละ 4.95

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร; ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน, ธุรกิจเครือข่าย

Abstracts

The objectives of this research were 1) to study the factors supporting the organization of Giffarine network businessmen to Giffarine Skyline Unity Company Limited 2) to study the nature of the work that is binding on the Giffarine Network. The organization of businessmen of the Giffarine network Giffarine Skyline Unity Company Limited 3) to study the factors affecting the Binding to the organization of businessmen in the Giffarine network Giffarine Skyline Unity Company Limited. The sample group includes 400 businessmen of Giffarine Skyline Unity Network (Thailand) from Taro Yamane's formula by choosing convenience sampling by using a questionnaire as a tool. collect information and the statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and multiple regression analysis.

The results showed that All independent variables were able to predict variables based on the organizational commitment of the Giffarine network operators. Giffarine Skyline Unity Company Limited (Thailand) is an overall return of 6.69% and all independent variables can predict variables based on the organizational commitment of Giffarine network businessmen. Giffarine Skyline Unity Co., Ltd. (Thailand) towards the organization's positive say (Say) by 4.95%.

Keywords:: Factors Affecting Engagement The Organization; Organization Of Businessmen

บทนำ

ในสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันทุกธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้นทั้งในด้านสินค้าและบริการหลายๆ ธุรกิจได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา COVID-19 ถือเป็นสาเหตุที่ทำให้หลายๆธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืนของธุรกิจองค์กรใดจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายปัจจัยทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

จึงนับได้ว่าทรัพยากรมนุษย์เปรียบเสมือนขุมทรัพย์ที่มีค่ามหาศาลโดยเฉพาะกลุ่มที่เป็น Talent ความหมายของTalent คือคนเก่งที่มีพรสวรรค์ (Talent) ในสายงานHRM (Human Resource Management) นั้นหมายถึงบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทำงานว่องไวมีความคิดที่เฉียบแหลมมีภาวะการเป็นผู้นำมีทักษะการสื่อสารที่ดีมีความสามารถที่จะดึงดูดความสนใจผู้อื่นในขณะเดียวกันก็สามารถให้แรงบันดาลใจกับคนอื่นได้ด้วยมีทักษะในการทำงานที่มีฝีมือมีสัญชาตญาณในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถที่จะดูแลควบคุมการทำงานทั้งกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นจนเป็นผลสำเร็จได้

การปลูกฝังหรือสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจความจงรักภักดีและความผูกพันและพร้อมที่จะร่วมมือและปฏิบัติงานให้กับองค์กรตลอดไปจำเป็นต้องใส่ใจดูแลรักษาความก้าวหน้าในอาชีพให้กับบุคลากรแต่การที่องค์กรจะคาดหวังและมุ่งผลให้บุคลากรภายในองค์กรจะส่งผลให้มีแรงจูงใจที่จะกระตุ้นให้บุคลากรพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อองค์กรและพร้อมปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยขับเคลื่อน

ให้องค์กรไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้และยังทำให้บุคลากรมีความคิดสอดคล้องไปด้วยกันกับเป้าหมายขององค์กรอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้เองจึงถือได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้บุคลากรอยากร่วมงานกับองค์กรไปนานๆ ิตานันท์ พงศ์ละไม (2560 : ออนไลน์) ให้คำนิยามถึงการสร้างความผูกพันของบุคลากร (Employee engagement) ว่าเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยทำให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กรการแสดงออกถึงความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรเต็มใจที่จะทุ่มเทพยายามที่จะสร้างประโยชน์ให้องค์กและปรารถนาที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไปแต่ความผูกพันขององค์กรของบุคลากรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาถ้าหากองค์กรไม่สามารถตอบสนองความต้องการต่อบุคลากรได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจความสำคัญและปัจจัยที่จะสร้างความผูกพันต่อองค์กรต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรของบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัดประเทศไทยซึ่งเป็นบริษัทของคนไทยที่จำหน่ายเครื่องสำอางอาหารเสริมเพื่อสุขภาพผลิตภัณฑ์สปาและอโรมาเธอราพีให้แก่ตลาดทั้งในและต่างประเทศกว่า 40 ประเทศทั่วโลกและเป็นบริษัทสัญชาติไทยที่มีโรงงานผลิตสินค้าเองที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียในระดับมาตรฐานสากลโดยจะศึกษาบุคลากรในกลุ่มนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีน(ผู้จำหน่ายอิสระ) เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการนำเสนอต่อผู้บริหารและปรับปรุงรูปแบบการบริหารการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรและความยั่งยืนในองค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่จูงใจต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีนบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด
2. เพื่อศึกษาลักษณะงานที่มีผลผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีนบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีนบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทางผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยต่างเพื่อรวบรวมข้อมูลและนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยตามทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรภายในบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มนักธุรกิจเครือข่ายหรือผู้จำหน่ายอิสระตั้งแต่ผู้บริหารระดับต้นถึงถึงผู้บริหารระดับสูงจำนวน 400 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยทำการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% (Taro Yamane, 1973 : 76)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ร้อยละ 5

$$n = \frac{100,000}{1+(100,000)(0.05)^2}$$
$$n = 400 \text{ คน}$$

จากประชากรทั้งหมด 100,000 คนใช้สูตรคำนวณแล้วได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากเอกสารที่มีอยู่แล้วและปรับแบบสอบถามให้สอดคล้องกับบุคลากรภายในบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มนักธุรกิจเครือข่ายหรือผู้จำหน่ายอิสระตั้งแต่ผู้บริหารระดับต้นถึงถึงผู้บริหารระดับสูงมีการดำเนินการดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรภายในบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มนักธุรกิจเครือข่ายหรือผู้จำหน่ายอิสระตั้งแต่ผู้บริหารระดับต้นถึงถึงผู้บริหารระดับสูงได้แก่เพศอายุระดับการศึกษาสถานภาพสมรสรายได้ต่อเดือนและระยะเวลาปฏิบัติงาน ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหารจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมค่านิยมและทัศนคติส่วนบุคคลต่อการทำงานเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการศึกษาในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ได้แก่ กรณธัญญ์ กิมศุก (2563 : ออนไลน์), วรณวนษ์ ดวงภมร (2562 : ออนไลน์), นายธนรัฐ นาทอง (2556 : ออนไลน์)

โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และสรุปผล โดยแบ่งออกเป็น

ตัวแปร ดังปรากฏในแบบสอบถามนี้

ปัจจัยด้านลักษณะงาน

- ความเข้าใจในการทำงาน
- ความอิสระในการทำงาน
- ที่ปรึกษาในการทำงาน
- ความท้าทายในการทำงาน
- การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น
- ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ความผูกพันต่อองค์กร

- พูดถึงองค์กรในทางที่บวก (Says)
- ความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร(Stay)
- ความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ (Strive)

ทั้งนี้ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรฐานการวัดในรูปแบบการประมาณค่า

(Summated Rating Scale) (Likert)) โดยการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งแบ่งเป็น

5 ระดับได้แก่

ระดับคะแนน

5

ความหมาย

เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4

เห็นด้วย

3

ปานกลาง

2

ไม่เห็นด้วย

1

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อความผูกพันขององค์กรของบุคลากรเพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบโครงสร้าง

2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา กำหนดกรอบแนวคิดเรื่องผูกพันขององค์กรของบุคลากร

3. ศึกษาความหมาย ทฤษฎี หลักการ แนวคิด องค์ประกอบเพื่อทำเป็นนิยาม นิยามศัพท์เฉพาะ และนำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถาม

4. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหา แล้วนำฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสม ตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

5. พัฒนาแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความผูกพันขององค์กรของบุคลากร ข้อมูลภายในบริษัททีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือการหาคุณภาพแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็นค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามความครอบคลุมและความชัดเจนของภาษาหรือดัชนีความสอดคล้อง (Index of Objective Congruency : IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะค่าข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปมาใช้ ส่วนข้อที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

7. นำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไข สมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ จำนวน 30 คน โดยไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่าง หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

8. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 400 คน

9. รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามบน Google Form แล้วนำลิงค์ของแบบสอบถามมาส่งในโซเชียลเช่นกลุ่มไลน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามและในเฟซบุ๊กและจากการสอบถามพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตัวเองให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการ

นำคะแนนที่ได้จัดพิมพ์ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

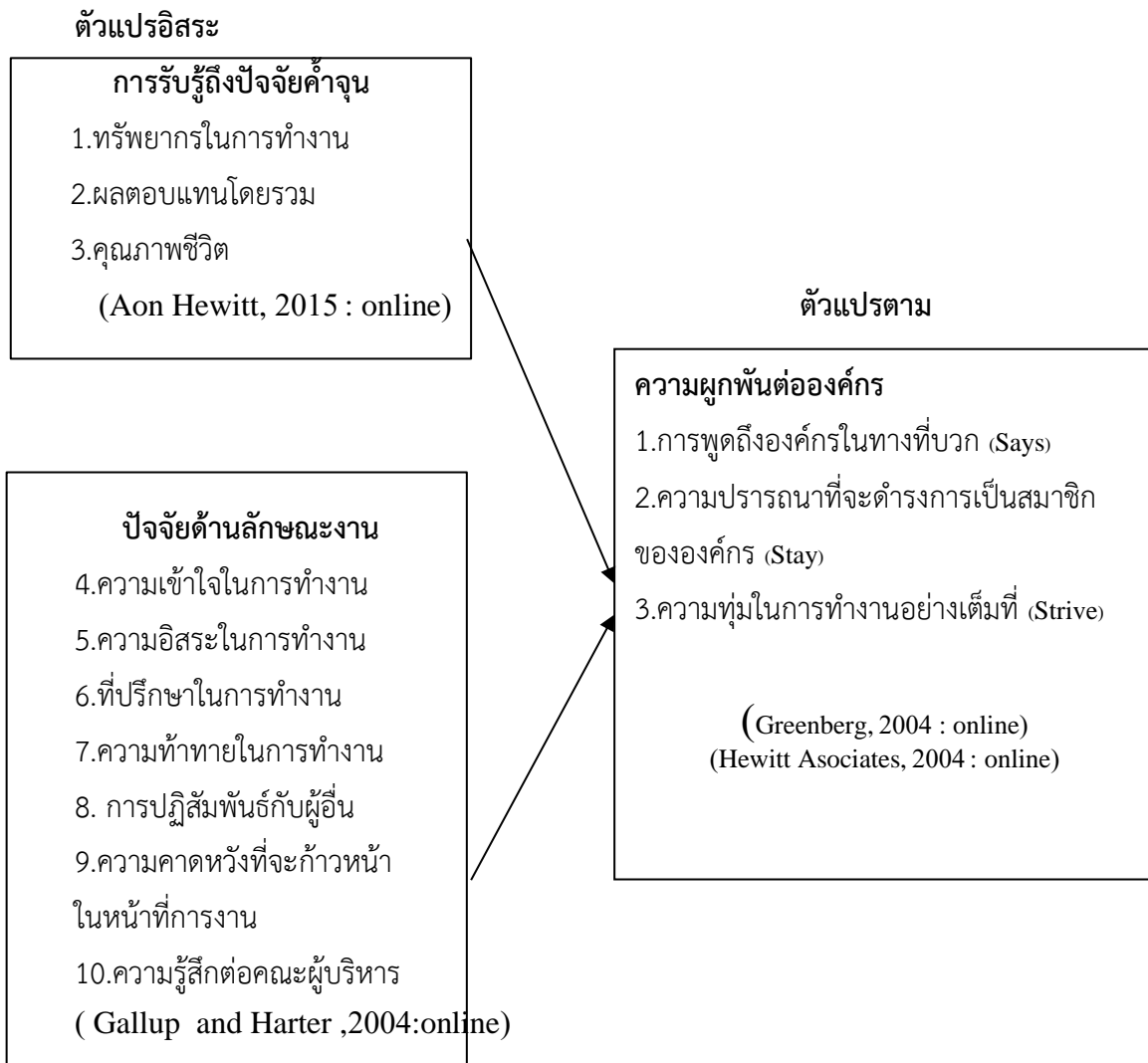
การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

5.1 เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ฉบับแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยลักษณะเป็นแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

5.2 ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัททีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ทั้งปัจจัยค่าจ้างและปัจจัยสนับสนุนใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเดียว (Simple Linear Regression Analysis)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีนสกาย โลไนน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักธุรกิจเครือข่ายของบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ทั้งหมด 400 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 41 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่รายได้มากกว่า 30,000 บาทจำนวน 273 คนคิดเป็นร้อยละ 68.4 จำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 206 คนคิดเป็นร้อยละ 51.8 และจำแนกตามระยะเวลาปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่ระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 70.2

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร

ปัจจัยค่าจูนและลักษณะงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนต่อบริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ที่ใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 10 ตัวแปร ได้แก่ 1. ทรัพยากรในการทำงาน (Resource), 2. ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), 3. คุณภาพชีวิต (Quality of life), 4. ความเข้าใจในการทำงาน (Working understanding), 5. ความอิสระในการทำงาน (Freedom to work), 6. ที่ปรึกษาในการทำงาน (Consultant at work), 7. ความท้าทายในการทำงาน (Job challenge), 8. การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Conducting relationships) 9. ความคาดหวังที่จะก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน (Career expectation), 10. ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร (Management feeling) โดยตัวแปรที่ความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีค่ามากที่สุดคือ ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit) กับคุณภาพชีวิต (Quality of life) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเท่ากับ 0.268

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีน บริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด จากการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวแปรอิสระออกเป็นสองกลุ่มตามทฤษฎีของ Aon Hewitt กลุ่มแรกคือการรับรู้ถึงปัจจัยค่าจูนและกลุ่มที่สองคือปัจจัยด้านลักษณะงานพบมี 5 ตัวแปรอิสระได้แก่ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), คุณภาพชีวิต (Quality of life), ความอิสระในการทำงาน (Freedom to work), ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร (Management feelings), ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Career expectation)

ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ที่ส่งผลเกิดการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say), มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay), และมีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ (Strive)

ตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีนบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตีจำกัด (ประเทศไทย) ต่อการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายของบริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี จำกัด (ประเทศไทย) การพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say)

	B	Std.Error	β	t
(Constant)	4.676	0.434		10.782
TOTAL RE	0.017	0.037	0.022	0.465
TOTAL EB	0.118	0.025	0.232*	4.695
TOTAL QL	0.030	0.027	0.055	1.132
TOTAL WU	-0.219	0.039	-0.278	-5.293
TOTAL FW	0.056	0.020	0.144*	2.881
TOTAL CW	-0.050	0.017	-0.137	-2.900
TOTAL JC	-0.094	0.027	-0.166	-3.528
TOTAL CR	-0.008	0.026	-0.015	-0.312
TOTAL CE	0.114	0.056	0.094	2.031
TOTAL MF	0.000	0.027	-0.001	-0.001
R ²	0.495			
Adjusted R ²	0.226			
F	12.621			

Note: B = Unstandardised Coefficients, β = Standardised Coefficients, SE = Standard Error, t = F-Teat *= Significant at $p < 0.05$, TOTAL RE = ทรัพยากรในการทำงาน(Resource), TOTAL EB = ผลตอบแทนโดยรวม(Employee benefit), TOTAL QL = คุณภาพชีวิต (Quality of life), TOTAL WU = ความเข้าใจในการทำงาน(Working understanding), TOTAL FW = ความอิสระในการทำงาน (Freedom to work), TOTAL CW = ที่ปรึกษาในการทำงาน (Consultant atwork), TOTAL JC=ความท้าทายในการทำงาน(Jobchallenge), TOTAL CR = การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น(Conducting relationships), TOTAL CE = ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Career expectation), TOTAL MF = ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร (Management feelings)

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีน บริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี จำกัด (ประเทศไทย) ต่อการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มี 2 ตัว ได้แก่ ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), ($\beta = 0.232$), ความอิสระในการทำงาน(Freedom to work), ($\beta = 0.144$) โดยมีค่า

R² ที่ 0.495 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีน บริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)ต่อการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say) ได้ร้อยละ 4.95

ตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ต่อการพูดถึงองค์กรในแง่บวก (Say) คือผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), ความอิสระในการทำงาน(Freedom to work), ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของAon Hewitt พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ประกอบด้วยความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวและรางวัลหรือผลตอบแทน (Total Rewarda) ประกอบด้วยผลตอบแทนที่เกื้อกูลกัน

ผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย)ที่มีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ (Strive)

ตารางที่ 2 ผลการการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายของ บริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)ที่มีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่(Strive)

	B	Std.Error	β	t
(Constant)	-0.791	0.893		-0.885
TOTAL RE	-0.176	0.076	-0.100	- 2.318
TOTAL EB	0.389	0.052	0.337*	7.553
TOTAL QL	0.281	0.055	0.225*	5.101
TOTAL WU	-0.111	0.043	-0.115	-2.570
TOTAL FW	0.099	0.021	0.200*	4.671
TOTAL CW	-0.113	0.019	-0.243	-5.999
TOTAL JC	0.046	0.029	-0.119	-2.852
TOTAL CR	-0.082	0.029	-0.119	-2.852
TOTAL CE	0.247	0.061	0.161*	4.054
TOTAL MF	0.123	0.029	0.176*	4.260

ตารางที่ 2 (ต่อ)

R ²	0.669
Adjusted R ²	4.33
F	31.309

Note: B = Unstandardised Coefficients, β = Standardised Coefficients, SE = Standard Error, t = F-Test * = Significant at $p < 0.05$, TOTAL RE = ทรัพยากรในการทำงาน(Resource), TOTAL EB = ผลตอบแทนโดยรวม(Employee benefit), TOTAL QL = คุณภาพชีวิต (Quality of life), TOTAL WU = ความเข้าใจในการทำงาน(Working understanding), TOTAL FW = ความอิสระในการทำงาน(Freedom to work), TOTAL CW = ที่ปรึกษาในการทำงาน (Consultant at work), TOTAL JC = ความท้าทายในการทำงาน(Job challenge), TOTAL CR = การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น(Conducting relationships), TOTAL CE = ความคาดหวังที่จะก้าวหน้า ในหน้าที่ การงาน (Career expectation), TOTAL MF = ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร(Management feelings)

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีน บริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)ที่มีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่(Strive) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มี 5 ตัว ได้แก่ ผลตอบแทนโดยรวม(Employee benefit), ($\beta = 0.337$), TOTAL QL = คุณภาพชีวิต (Quality of life), ($\beta = 0.225$), TOTAL MF = ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร(Management feelings), ($\beta = 0.176$), TOTAL CE = ความคาดหวังที่จะก้าวหน้า ในหน้าที่ การงาน (Career expectation), ($\beta = 0.161$) โดยมีค่า R² ที่ 0.669 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีน บริษัทกีฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ที่มีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่(Strive) ได้ร้อยละ 6.69

ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฟฟารีนบริษัทกีฟฟารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย)ที่มีความทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่(Strive) มี 4 ตัว ได้แก่ผลตอบแทนโดยรวม(Employee benefit), คุณภาพชีวิต (Quality of life) ความอิสระในการทำงาน(Freedom to work), ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่ (Career expectation)

ตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีนบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย)มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายของ บริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay)

	B	Std.Error	β	t
(Constant)	3.377	0.426		7.922
TOTAL RE	-0.020	0.036	-0.025	0.342
TOTAL EB	0.179	0.025	0.342*	7.291
TOTAL QL	0.121	0.026	0.213*	4.606
TOTAL WU	-0.094	0.039	0.120	-2.432
TOTAL FW	0.069	0.019	0.171*	3.606
TOTAL CW	-0.044	0.017	0.117	-2.596
TOTAL JC	-0.043	0.026	0.072	-1.616
TOTAL CR	-0.120	0.026	0.213	-4.610
TOTAL CE	0.220	0.055	0.176*	4.005
TOTAL MF	0.003	0.026	0.006	0.131
R ²	0.566			
Adjusted R ²	0.303			
F	18.288			

Note: B = Unstandardised Coefficients, β = Standardised Coefficients, SE = Standard Error, t = F-Teat *= Significant at $p < 0.05$, TOTAL RE = ทรัพยากรในการทำงาน(Resource), TOTAL EB = ผลตอบแทนโดยรวม(Employee benefit), TOTAL QL = คุณภาพชีวิต (Quality of life), TOTAL WU = ความเข้าใจในการทำงาน(Working understanding), TOTAL FW = ความอิสระในการทำงาน (Freedom to work), TOTAL CW = ที่ปรึกษาในการทำงาน (Consultant at work), TOTAL JC = ความท้าทายในการทำงาน(Job challenge), TOTAL CR = การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Conducting relationships), TOTAL CE = ความคาดหวังที่จะก้าวหน้า ในหน้าที่ การงาน (Career expectation), TOTAL MF = ความรู้สึกต่อคณะผู้บริหาร(Management feelings)

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีน บริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย)มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มี 4 ตัว ได้แก่ ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), ($\beta = 0.342$), คุณภาพชีวิต (Quality of life), ($\beta = 0.213$), TOTAL FW = ความอิสระในการทำงาน, ($\beta = 0.171$), TOTAL CE = ความคาดหวังที่จะ

ก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน ($\beta = 0.176$) โดยมีค่า R^2 ที่ 0.566 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีน บริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ที่มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay) ได้ร้อยละ 5.66

อภิปรายผลการวิจัย

ตัวแปรที่มีผลต่อตามความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายกีฬารีน บริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) มีความปรารถนาที่จะดำรงการเป็นสมาชิกขององค์กร (Stay) มี 4 ตัวได้แก่ผลตอบแทนโดยรวม (Employee benefit), คุณภาพชีวิต (Quality of life), ความอิสระในการทำงานและความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ซึ่งตรงกับแนวคิดของกรีนเบอร์ (Greenberg, 2004 : online) และเฮวิทท์แอสโซซิเอท (Hewitt Associates, 2004 : online) , Steers (1997, อ้างอิงในปิยะเชษฐา เรื่องไฟโรจน์, 2548 : 17), Tower Perrin (2003 : online)

ธิดานันท์ พงศ์ละไม (2560 : ออนไลน์) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งจำนวน 261 คน ผลทดสอบพบว่าองค์ประกอบคุณภาพชีวิตในการทำงานหลายด้านเช่นค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอและลักษณะการบริการที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านการพัฒนาและการใช้ขีดความสามารถด้านสังคมสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อเพื่อนร่วมงานด้านความก้าวหน้ามั่นคงในงานส่งผลทั้งความผูกพันต่อองค์กรและต่อเพื่อนร่วมงานในขณะที่ความเป็นประโยชน์ต่อสังคมไม่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรและต่อเพื่อนร่วมงานโดยงานวิจัยอื่นมีการอภิปรายผลไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ผู้วิจัยพบประเด็นสำหรับนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ด้านการรับรู้ถึงปัจจัยค่าจ้าง การศึกษาและส่งเสริมในส่วนของผลตอบแทนโดยรวม เนื่องจากเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ด้านปัจจัยลักษณะงาน การศึกษาและส่งเสริมในส่วนความเข้าใจในการทำงานเนื่องจากเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของนักธุรกิจเครือข่ายต่อบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ยูนิตี้จำกัด (ประเทศไทย) ควรศึกษาและส่งเสริมในด้านการพูดถึงองค์กรในทางที่บวก เนื่องจากเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณจึงไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกมากการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกของบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรโดยวิธีสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นและทำให้ข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. จากผลวิจัยสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวางแผนนโยบายการทำงานของบริษัทกีฬารีนสกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (ประเทศไทย) ให้สอดคล้องกับตัวแปรได้ในอนาคต เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วรรณวนัชดวงภมร.(2562). ความผูกพันขององค์กรของบุคลากรในบริษัทยูนิคเอนจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565. แหล่งที่มา:<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt14/6114991061.pdf>
- ธนรัฐนาทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565. แหล่งที่มา: <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/607f373f-6322-4070-8d60-1c882aaa1746/fulltext.pdf?attempt=2>
- ธิตานันท์พงศ์ละไม. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทเบรนนท์แท็ก (ประเทศไทย). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2565. แหล่งที่มา :<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/2139/1/TP%20BM.002%202560.pdf>
- ปิยเชษฐ์เรืองไฟโรจน์. (2548). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของอาจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตสาขาวิชาครุศาสตร์ เทคโนโลยี. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- Aon Hewitt. (2015). Aon Hewitt's Model of Employee Engagement. *Online*. Retrieved October 2020, From <https://www.aonhewitt.co.nz/getattachment/77046028-9992-4d77-868a-32fbf622fec6/file.aspx>
- Tower Perrin. (2003). Working today: Understanding What drives employee engagement. *Online*. Retrieved October 2020, from http://www.towersperrin.com/tp/%20getwebcachedoc?webc=hws/usa/2003/200309/talent_2003.pdf

- Gallup, & Harter, J. (2014). The 12 Elements of great managing. *Online*. Retrieved from <https://news.gallup.com/businessjournal/26281/first-element-great-managing.aspx>
- Greenberg. (2004). *Behavior in Organization*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Hewitt Associates. (2004). *Research Brief: employee engagement higher at double digit growth companies*, at from www.hewitt.com.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.