

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจ
ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

EFFECTIVE COMMUNICATION AND TRUST FACTORS AFFECTING
EMPLOYEE ENGAGEMENT IN THE COMMUNICATION BUSINESS

ยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจ
ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนารัฐกิจและความเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร Effective Communication and Trust Factors Affecting Employee Engagement in the Communication Business
ชื่อ - นามสกุล	นายยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ (การพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2567

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ, D.B.A.)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุจิภาณุจน์ สานนท์, พร.ด.)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, พร.ด.)

วันที่ 5 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2568

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร
ชื่อ - นามสกุล	นายยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ (การพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสารซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมาณงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณสายใยแก้วนำแสงตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง จำนวน 400 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้น

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านการสื่อสารในแนวนอน และด้านการสื่อสารแนวทแยง มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยความไว้วางใจในด้านความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และด้านความไว้วางใจในระบบ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ความไว้วางใจ การมีส่วนร่วมของพนักงาน ธุรกิจสื่อสาร

Independent Study Title	Effective Communication and Trust Factors Affecting Employee Engagement in the Communication Business
Name - Surname	Mr. Yutthachai Siehirunwong
Program	Business Administration (Business Development and Entrepreneurship)
Independent Study Advisor	Associate Professor Sureerut Inmor, D.Tech.Sc.
Independent Study Co-Advisor	Assistant Professor Sukontip Wongpun, Ph.D.
Academic Year	2024

ABSTRACT

This independent study aimed 1) to compare employee engagement by demographic factors, 2) to explore the communication pattern factors affecting employee engagement in an organization and 3) to explore the trust factors affecting employee engagement in an organization. This research adopted a quantitative approach.

The samples of this study were 400 permanent employees at the operational level in the communications business who were subcontractors for work from private companies that had won bids or received work directly from employers who wanted to install LAN fiber optic cable systems as agreed by employers. The data collection was conducted by questionnaires. Statistical analysis was performed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics including independent sample t-test analysis, one-way ANOVA, and multiple linear regression analysis.

The results of the study were found that the demographic factor of educational level correlates with significant differences in employee engagement at a statistical significance of .05. Similarly, the communication pattern factors of downward communication, upward communication, horizontal communication, and diagonal communication all significantly influence employee engagement with a statistical significance of .05. Finally, the trust factors of supervisory trust and system trust all significantly influence employee engagement with a statistical significance of .05.

Keywords: effective communication, trust, employee engagement, communication business

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของรองศาสตราจารย์ ดร.สุรียรัตน์ อินทร์หม้อ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ โดยเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่สละเวลาในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง และพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือสำหรับการวิจัย

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ครอบครัวทุกคนที่คอยให้กำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษาที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ขอกราบอภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์

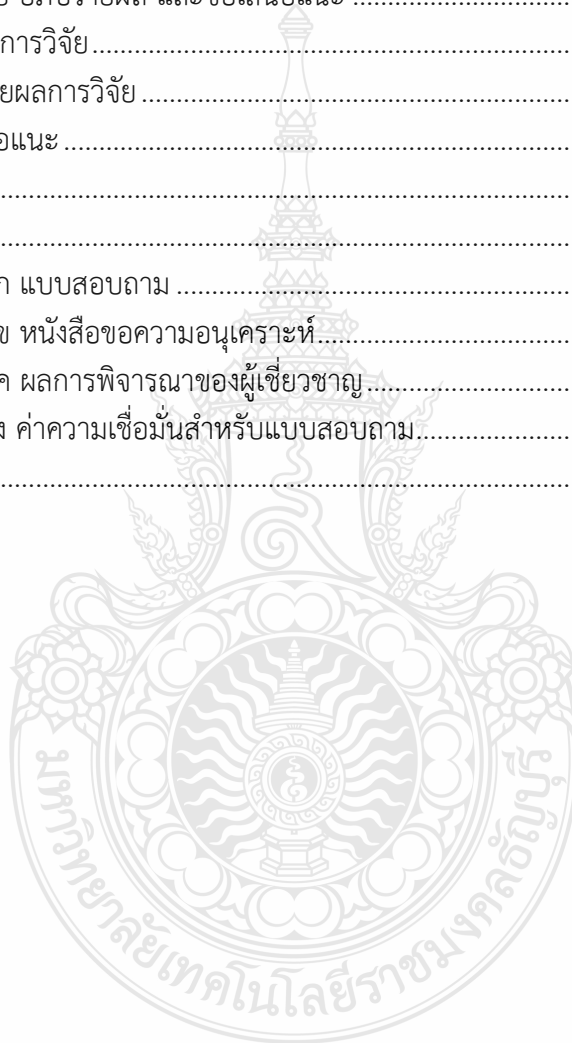


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	11
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	11
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	12
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	13
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสาร.....	16
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	21
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร.....	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	27
2.5 ธุรกิจการสื่อสารในรูปแบบการรับช่วง.....	28
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
3.4 การสร้างเครื่องมือ.....	37
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4.2 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	41
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	60
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	60
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	61
5.3 ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	73
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	79
ภาคผนวก ค ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ.....	83
ภาคผนวก ง ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม.....	94
ประวัติผู้เขียน	96



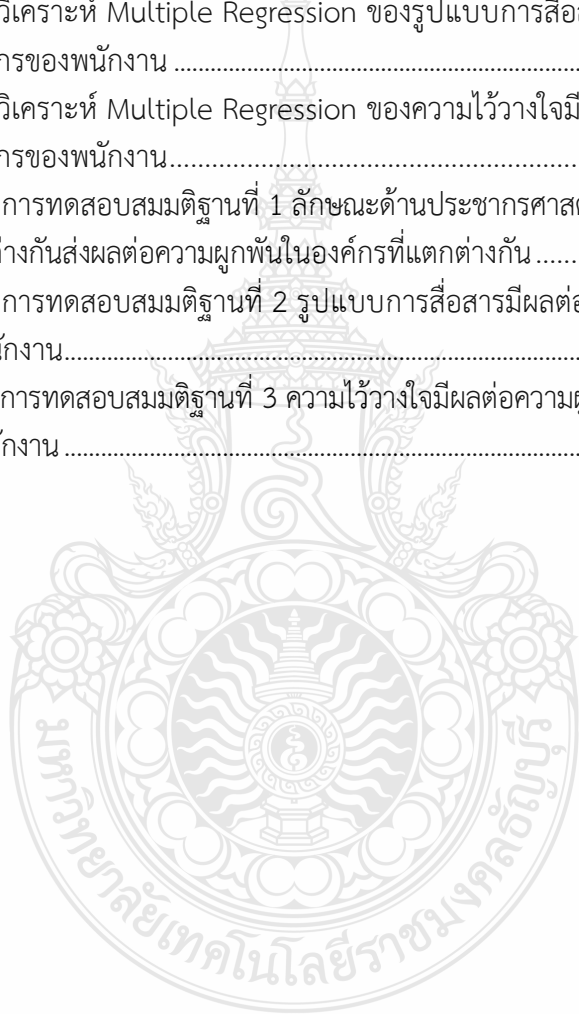
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	42
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ	42
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ	42
ตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุการทำงาน	43
ตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา	43
ตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ..	44
ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง	44
ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน	45
ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารในแนวนอน	46
ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารแนวทแยง	47
ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ	48
ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	48
ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในระบบ	49
ตารางที่ 4.15 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร	50
ตารางที่ 4.16 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านความรู้สึกของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร	50
ตารางที่ 4.17 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านความต่อเนื่องของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร	51
ตารางที่ 4.18 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคมของพนักงาน ในธุรกิจการสื่อสาร	51
ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานกับความผูกพันใน องค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test)	52
ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของพนักงานกับความผูกพัน ในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)	53
ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุการทำงานของพนักงานกับ ความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One - Way ANOVA)	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงาน กับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test)	54
ตารางที่ 4.23	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA).....	55
ตารางที่ 4.24	ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของรูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพัน ในองค์กรของพนักงาน	55
ตารางที่ 4.25	ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพัน ในองค์กรของพนักงาน.....	57
ตารางที่ 4.26	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงาน ที่ต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน	58
ตารางที่ 4.27	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กร ของพนักงาน.....	59
ตารางที่ 4.28	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กร ของพนักงาน	59



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	14
------------------------------------	----



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่มีการแข่งขันสูงทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ หรือการแข่งขันคนเก่ง ทุกองค์กรตระหนักดีว่า หากสามารถสร้างให้พนักงานมีความผูกพันก็จะส่งผลที่ดีต่อองค์กรในหลากหลายด้าน อาทิ ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ รวมถึงการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ยั่งยืน เพราะพนักงานที่มีความผูกพันก็จะพร้อมเป็นแนวร่วมในการผลักดันธุรกิจ มีความมุ่งมั่นทำงานเล็งผลที่เป็นเลิศมากกว่าทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในการให้ข้อเสนอแนะในเชิงบวกทั้งนี้ ความผูกพันของพนักงานเป็นเรื่องซับซ้อนที่สามารถได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย อาทิเช่น การสื่อสาร (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2566)

การสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารต่างให้ความสำคัญกับการสื่อสารมาก เพราะหากสื่อสารได้ดี เข้าใจเรื่องเดียวกันแล้ว ก็จะทำให้การทำงานง่ายขึ้นและประสบความสำเร็จได้ ยิ่งในการสร้างความผูกพันและความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กรแล้ว การสื่อสารเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ขาดไม่ได้ เพราะยิ่งสื่อสาร ยิ่งเข้าใจและผูกพันกันแน่นแฟ้นมากขึ้น (จิ๊บสดีปี, 2566) การสื่อสารในองค์กรถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหาร ในการสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในองค์กร นอกจากนั้นนำมาใช้เป็นเครื่องมือของผู้ปฏิบัติงาน ในการสร้างความเข้าใจในงานที่จะต้องปฏิบัติร่วมกัน ในขณะเดียวกันช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน เพราะการสื่อสารช่วยสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับทั้งสองฝ่าย เมื่อทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจที่ดีต่อกัน ก็จะมีใจและความไว้วางใจและกล้าที่จะแสดงออกพร้อมที่จะสื่อสารด้วย (นิธมล มณีสว่างวงศ์, 2556) ซึ่ง Luhmann (1979) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นการแสดงถึงการมีสัมพันธภาพที่เหนียวแน่น เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวให้บุคคลมาอยู่ร่วมกัน ทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี

รูปแบบและกิจกรรมการสื่อสารในองค์กรขึ้นอยู่กับเป้าหมาย รูปแบบการบริหาร และบรรยากาศภายในองค์กร หน้าที่ประการหนึ่งของผู้บริหารทุกคนก็คือการสร้างชุมชนการสื่อสารกับพนักงาน บรรยากาศการสื่อสารที่เอื้อต่อการแบ่งปันข่าวสาร ความคิด และทัศนคติ กล่าวคือ ผู้บริหารต้องพยายามสร้าง “ความร่วมมือกัน” กับบุคคลอื่น เพื่อให้การสื่อสารในองค์กรประสบความสำเร็จ ข้อมูลข่าวสารในองค์กรต้องไหลจากฝ่ายบริหารไปยังพนักงาน และไหลจากพนักงานขึ้นไปยังฝ่ายบริหารด้วย ทั้งผู้บริหารและพนักงานควรมีความเข้าใจโครงสร้างหรือการไหลของการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายในการถ่ายทอดข้อมูลที่ชัดเจน เที่ยงตรงและสมบูรณ์ (ณัฐชดา วิจิตรจามรี, 2558)

นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดีนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการทางการสื่อสารตั้งแต่การวางแผน การบริหาร และการประเมินการสื่อสารที่องค์กรต้องดำเนินการทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งส่งผลต่อความสามารถหรือสมรรถนะขององค์กรในการแข่งขันเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การทำให้การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผนการบริหารการสื่อสารที่ดี สามารถทำให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจและร่วมกันผลักดันองค์กร

ไปในทิศทางตามท้องครหวังเพื่อให้ประสบความสำเร็จได้ (Gruning, 1992 อ้างถึงใน สัญชาติ พรหมแดง, นันทนา นิจอหอ และนาถรพี ชัยมงคล, 2561)

ธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงบริษัทที่ทำงานเป็นผู้จำหน่าย ติดตั้งงานระบบ Network และ Wiring สายสัญญาณต่าง ๆ ทั้งสาย Lan สาย Fiber optic รวมทั้งที่เป็นบริษัท operator หลัก เช่น True, NT, AIS หรือ บริษัทเอกชนรายย่อยต่าง ๆ โดยเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาบริการระบบสื่อสารและโทรคมนาคมของประเทศไทย เมื่อเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะต้องมีทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญในงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เมื่อธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่สูง การแข่งขันของบุคลากรภายในองค์กรและภายนอกองค์กรก็สูงเช่นกัน เพราะถ้าหากพนักงานในองค์กรมีอัตราการลาออกที่สูง หรือมีภาวะสมองไหลที่ทำให้พนักงานไปอยู่ในองค์กรแห่งใหม่ ก็จะทำให้เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ และทำให้องค์กรไม่สามารถแข่งขันในธุรกิจการสื่อสารนี้ได้อย่างประสบความสำเร็จ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในวิธีสร้างความผูกพัน เพื่อรักษาพนักงานไว้ในองค์กรอย่างยาวนาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยประสิทธิภาพของการสื่อสาร และความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีความสำคัญกับองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากทรัพยากรบุคคลเป็นฟันเฟืองขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวต่อไปได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงการสื่อสารและการทำงานร่วมกันของพนักงาน ซึ่งให้พนักงานมีความพึงพอใจยิ่งขึ้น และทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน
- 1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.3.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน
- 1.3.2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน
- 1.3.3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาขนาดของตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จากสูตรของ (Cochran, 1963) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นจำนวน 400 คน ที่เป็นเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design) โดยมีคำถามคัดกรองเพื่อคัดเลือกให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

1.4.2.1.1 ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.4.2.1.2 รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน การสื่อสารแนวทแยง

1.4.2.1.3 ความไว้วางใจ ได้แก่ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในระบบ

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

วิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาทำการศึกษากับรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ผลการวิจัยในระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 12 เดือน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

พนักงานระดับปฏิบัติการ คือ พนักงานประจำในธุรกิจการสื่อสารตั้งแต่ระดับผู้ปฏิบัติงานลงไป ประกอบด้วย ช่างเทคนิค หรือพนักงานผู้ทำงานในด้านติดตั้ง ตรวจสอบ ซ่อมสายสัญญาณงานระบบ network (สาย LAN), fiber optic ติดตั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออุปกรณ์ในงานระบบ network ต่าง ๆ เช่น Access point, Switch HUB, ตู้ Rack, enclosure fiber Optic (กล่องเก็บแยกสาย fiber optic) เป็นต้น

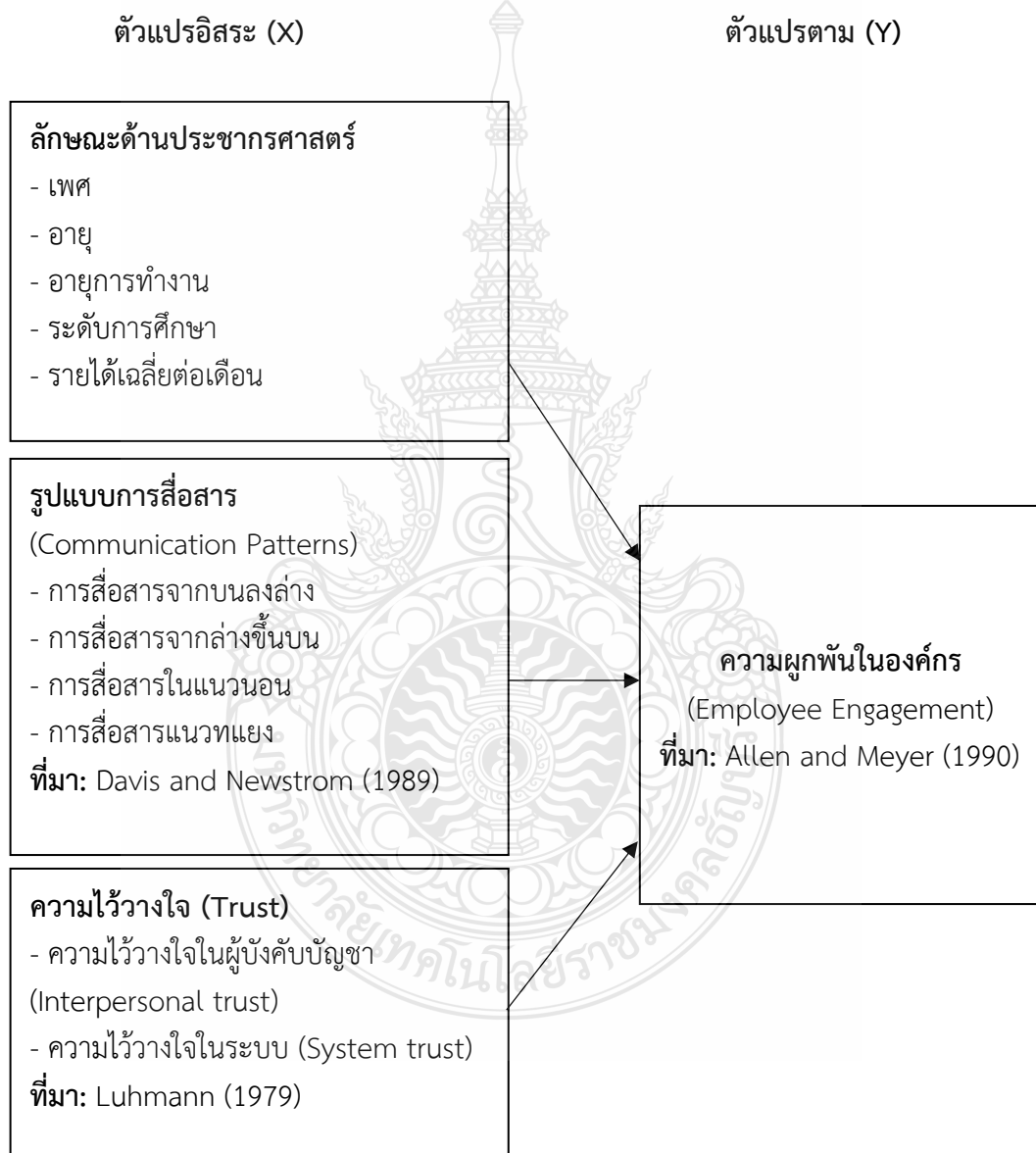
รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารในองค์กรอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน การสื่อสารแนวทแยง

ความไว้วางใจ คือ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบ

ความผูกพัน คือ พนักงานพร้อมที่จะอุทิศตนให้กับองค์กรให้มีส่วนร่วมต่อองค์กร ตลอดจนไม่คิดจะลาออกจากองค์กร

ธุรกิจสื่อสาร คือ บริษัทที่ทำงานเป็นผู้จำหน่าย ติดตั้งงานระบบ Network และ Wiring สายสัญญาณต่าง ๆ ทั้งสาย Lan สาย Fiber optic บริษัทเอกชนผู้รับเหมาช่วงหรือผู้รับเหมารายย่อย ที่มีพนักงานไม่เกิน 20 คน

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสารขององค์กร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น

1.7.2 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรและความไว้วางใจ เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรตลอดไป

1.7.3 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป



บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร” ได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสาร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.5 ธุรกิจการสื่อสารในรูปแบบการรับช่วง
- 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสาร

วันชัย มีชาติ (2558) ได้กล่าวว่า การสื่อสารจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลมีความแตกต่างกันการสื่อสารที่ดีจะต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดีควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ อนึ่ง การสื่อสารที่ผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อการบรรลุประสิทธิภาพขององค์กรเสมอ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกองค์กร คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลของข้อมูลข่าวสารในองค์กรและลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีสรุปได้ดังนี้ 1) การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (Follow-up and feedback) 2) การใช้การสื่อสารหลายวิธี (Parallel channels and repetition) 3) ระยะเวลา (Timing) 4) ให้ความสนใจกับภาษา (Attention to Language) 5) ศูนย์กลางข้อมูล (Information communication and information centers) 6) การให้รู้เท่าที่จำเป็น (The exception principle and the need to know) 7) การใช้ธรรมเนียมปฏิบัติในการสื่อสาร (Communication etiquette) และ 8) การฟังอย่างตั้งใจ (Listen actively)

วิโรจน์ โสวัฒน์ (2555) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อและการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย แต่หากไม่เรียนรู้และเข้าใจความต้องการของตนเอง ไม่เข้าใจผู้อื่นแล้ว ไม่ว่าจะมีการสื่อสารที่ดีและมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยเพียงใดก็ไร้คุณค่า

2.1.1 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) ได้กล่าวถึง รูปแบบทิศทางการสื่อสารในองค์กรไว้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ระดับบนลงล่าง เป็นการไหลของข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาในสายบังคับบัญชาในองค์กร และการสั่งงานตามสายบังคับบัญชาจากหัวหน้าไปสู่ลูกน้อง

2. ระดับล่างขึ้นบน การสื่อสารจากพนักงานไปสู่ผู้ได้บังคับบัญชาเป็นการเสนอแนะความคิดเห็น
3. ระดับการสื่อสารในแนวนอน เป็นการสื่อสารในระดับตำแหน่งเดียวกัน หรือตามลำดับหน้าที่ มักเป็นการขอความร่วมมือ หรือแก้ไขอุปสรรคที่พบเจอมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน

การติดต่อสื่อสารแบ่งตามลักษณะทิศทางของการสื่อสาร (Direction) ออกเป็น 4 วิธี ได้แก่ (วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

1. การติดต่อสื่อสารแบบบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับสูงกว่าลงมายังระดับที่ต่ำกว่าในองค์กรหรือจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ได้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการสื่อสารรูปแบบนี้คือการสั่งหรือถ่ายทอดข้อมูลเพื่อเป็นการควบคุมการดูแลงานในองค์กรและสั่งการไปยังผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กรโดยส่วนมากจะเป็นในเรื่องของวัตถุประสงค์ นโยบาย วิธีการ คำสั่ง การขอร้องไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรและลงไปถึงผู้ส่งที่จะใช้เป็นในรูปแบบของคำสั่งให้ปฏิบัติ การออกกฎระเบียบข้อบังคับ การออกประกาศ การประชุม การบันทึก การแนะนำ เป็นต้น การติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้จะเป็นไปตามลูกโซ่ของคำสั่งจากบนลงสู่ล่าง โดยมีหน้าที่สำคัญ คือ การแจ้งข่าวบุคคลในระดับต่ำกว่า

2. การติดต่อสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่ต่ำกว่าขึ้นไปยังระดับที่สูงกว่าในองค์กรหรือจากผู้ได้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารรูปแบบนี้คือการตรวจสอบงาน หรือดูผลย้อนกลับ (Feedback) ว่างานที่ได้ปฏิบัติไปแล้วได้ผลอย่างไรโดยรายงานข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ไปยังผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูงกว่าเพื่อเป็นการส่งข้อมูลย้อนกลับจากผู้ได้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชา ทำให้ทราบผลของการปฏิบัติงานส่วนมากจะเป็นเรื่อง เกี่ยวกับตอบสนองตามคำสั่งของพนักงาน ข้อเสนอแนะ คำร้องทุกข์ ข้อคิดเห็นและการขออนุมัติ เป็นต้น การไหลของข้อมูลข่าวสารจากระดับล่างขึ้นบนนี้จะช่วยในการเก็บข้อมูลข่าวสารส่งผ่านไปสู่ระดับที่สูงกว่า ผู้บริหารระดับสูงจะทำหน้าที่เหมือนผู้รับแจ้งข่าวเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคคลระดับล่าง ทำให้ทราบว่าระดับล่างทำอะไรอยู่ อะไรเป็นปัญหาของพวกเขา อะไรที่ควรแนะนำให้พวกเขาต้องปรับปรุงและปรับอย่างไร

3. การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันตามแนวนอนของสายการบังคับบัญชาตามลำดับขั้นหรือระดับที่ใกล้เคียงกันตามโครงสร้างขององค์กรหรือระหว่างคนที่อยู่ต่างระดับกันก็ได้แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในเชิงผู้บังคับบัญชาไม่มีอำนาจในการบังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือการประสานงานและร่วมกันแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการนำข้อมูลต่างหน่วยงานระดับเดียวกันนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประสานงานทั้งองค์กร การติดต่อสื่อสารในลักษณะเป็นการทำงานร่วมกัน ช่วยกันทำงาน ปกป้องหรือการทำงานเป็นทีม สื่อที่ใช้จะเป็นรูปแบบของการปรึกษาหารือด้วยวาจาโต้ตอบ เป็นต้น ความสำคัญของการ ติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือ ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การจัดองค์กรที่ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจที่มีคุณภาพสูง และการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดของความรับผิดชอบทั้งหมด

4. การติดต่อสื่อสารแบบแนวไขว้ (Diagonal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกและอยู่ต่างระดับจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสาร

ในรูปแบบนี้คือเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพรวดเร็วและงานบางอย่างไม่สามารถจะรอการสื่อสารตามสายงานหรือใช้การสื่อสารแบบขึ้นลงได้เพราะจะทำให้งานล่าช้า และเกิดผลเสียหายต่อระบบงานโดยรวมได้ การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นแบบไม่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารแบบนี้จะไม่ขึ้นตรงต่อสายงานของการบังคับบัญชา เป็นการลดขั้นตอนการทำงาน ผู้ติดต่อสื่อสารมีหน้าที่ต่ำกว่า เช่น พนักงานฝ่ายหนึ่งติดต่อโดยตรงกับหัวหน้าแผนกของอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น

Davis and Newstrom (1989) ได้จัดรูปแบบการสื่อสารในองค์กร มี 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) รวมทั้งการประชุม (Meeting) ก็เป็นวาระที่ติดต่อกันได้ ในปัจจุบันการติดต่อจากบนลงล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มาก คือ การประชุมงาน การจัดทำวารสารภายใน ตลอดจนพยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขา มีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มักจะสั้นและไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหาร เพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมินตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบ กลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อก็อาจจะสื่อข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม องค์กรควรต้องส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนให้มากขึ้น

3. การติดต่อสื่อสารในแนวนอน (Later หรือ Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง จะช่วยให้การประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในองค์กร เพราะได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลระหว่างกันทำให้เห็นโอกาสต่าง ๆ มากขึ้น

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนก/สำนัก

การสื่อสารภายในองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (ณัฐชуда วิจิตรจามรี, 2558)

1. การสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นตามช่องทางข่าวสารที่เป็นทางการหรือตามโครงสร้างขององค์กร ในหลาย ๆ องค์กรมีการระบุการสื่อสารที่เป็นทางการไว้ในคู่มือนโยบาย และผังองค์กร การสื่อสารที่เป็นทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร 4 แบบด้วยกัน คือ การสื่อสารแนวดิ่ง (Downward communication) การสื่อสารแนวตั้ง (Upward communication) การสื่อสารแนวนอน (Horizontal communication) และการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ (Diagonal communication)

2. การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal communication) หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อข้อมูลที่ถูกละเลยทอดผ่าน

ช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการไม่พอเพียงและมีความคลุมเครือ ทั้งนี้ การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในองค์กร

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีของ Davis and Newstrom (1989) ได้กล่าวถึง รูปแบบการสื่อสารในองค์กร 4 ลักษณะ ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) การติดต่อสื่อสารในแนวนอน (Later หรือ Horizontal Communication) และการติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยใดบ้างที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร ของพนักงาน และมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในภาคธุรกิจการสื่อสาร และนำผลวิจัยที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสารขององค์กร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร

2.1.2 ความสำคัญของการติดต่อสื่อสาร

สุพานี สฤญวานิช (2552) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารไว้เป็น 3 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

1. ในแง่ผู้บริหาร ผู้จัดการหรือผู้บริหารจะใช้เวลามากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์โดยเฉลี่ย ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร เช่น การประชุมทั้งที่ได้นัดหมายไว้ และไม่ได้นัดหมายไว้ การตรวจงาน และการโทรศัพท์ เป็นต้น

2. ในแง่ส่วนบุคคล การที่คนเราจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานนั้น ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมาก คือ การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อกับบุคคลอื่นๆ รวมถึงการนำเสนองานในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เพื่อที่จะแสดงออกถึงความรู้ ความสามารถ ความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆ ของตนให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้อื่น หรือแสดงความสามารถในการโน้มน้าวแนวความคิดตัวเองให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้

3. ในแง่องค์กร ในองค์กรสมัยใหม่นั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นได้ และสร้างความเข้าใจตลอดจนความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหาร และพนักงานทำให้เกิดแรงงานสัมพันธ์ที่ดี และนอกจากนั้นการสื่อสารยังช่วงสร้างสรรค์จรรโลงวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแกร่ง ตลอดจนสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ และถ้าองค์กรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารภายในองค์กรที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นด้วย

การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญ ดังนี้ (นิญมล มณีสว่างวงศ์, 2556)

1. ใช้เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหาร ในการสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในองค์กร
2. ใช้เป็นเครื่องมือของผู้ปฏิบัติงาน ในการสร้างความเข้าใจในงานที่จะต้องปฏิบัติร่วมกัน
3. ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างผู้บริหารและพนักงานเพราะการสื่อสารช่วยสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับทั้งสองฝ่าย
4. การให้ข่าวสารที่เพียงพออย่างทั่วถึงจะทำให้เกิดขวัญกำลังใจที่ดี นำมาซึ่งความร่วมมือในการทำงานส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงาน

ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) ได้นำเสนอไว้ว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ จึงควรมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสาร ซึ่งความเป็นผู้นำของผู้บริหารระดับสูงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารภายในองค์กร มีความเข้าใจในการรับรู้ และมีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร ตลอดจนชี้แจงให้พนักงานทราบถึงความสำคัญของการสื่อสารว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบความสำเร็จ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น

2. ผู้บริหารต้องมีการกระทำกับคำพูดที่สอดคล้องกัน ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องไม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่เป็นทางการ เพราะจะทำให้พนักงานขาดความเชื่อถือในตัวผู้บริหาร

3. ยึดมั่นกับการสื่อสารแบบสองทาง เพราะการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพมักจะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว ผู้บริหารระดับสูงควรส่งเสริมให้มีการสื่อสารแบบสองทางทั้งจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบน โดยกระตุ้นให้พนักงานรู้จักตั้งคำถาม แสดงความคิดเห็น รวมถึงการร้องเรียนเพื่อพัฒนาองค์กร และจงใจด้วยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ป้อนกลับข้อมูล

4. เน้นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ผู้บริหารระดับสูงควรสื่อสารแบบตรงไปตรงมาและเปิดเผยกับพนักงาน ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่และความต้องการของพนักงาน สร้างความไว้วางใจในความสัมพันธ์ด้านการทำงานกับผู้ใต้บังคับบัญชา และสมาชิกในองค์กร การบริหารแบบเดินดูรอบ ๆ (Management By Wandering Around : MBWA) เป็นวิธีที่นิยมใช้เพื่อสร้างความไว้วางใจ โดยผู้บริหารจะเดินสำรวจองค์กร และพูดคุยกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอโดยไม่ถือตัว ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร เพื่อลดช่องว่างระหว่างตนเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา จะช่วยสร้างบรรยากาศของการสื่อสารแบบเปิดเผย ทำให้ได้รับข้อมูลมากขึ้นและดีขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

5. การแบ่งปันความรับผิดชอบสำหรับการสื่อสารกับพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงจัดทำแผนการดำเนินงานว่าองค์กรจะเดินไปในทิศทางใด และจะต้องแจ้งให้กับพนักงานทราบถึงความรับผิดชอบอย่างชัดเจนในสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง

6. ความเกี่ยวข้องกับข่าวไม่ดี องค์กรที่มีการสื่อสารที่ดีย่อมไม่หวาดกลัวกับการเผชิญหน้ากับข่าวร้าย การสื่อสารที่ดีจะทำให้พนักงานไม่วิตกกังวลที่จะต้องอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น โดยการแก้ปัญหาเฉพาะหน้ากับข่าวร้าย การแถลงการณ์ด้วยความรวดเร็ว จริงใจ และจริงจัง ด้วยการเผชิญหน้า

7. การวางรูปแบบข่าวสารให้กับสมาชิกในองค์กรอย่างเหมาะสม เพราะสมาชิกในองค์กรต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้บริหารต้องทราบว่าข้อมูลอะไรที่สมาชิกในองค์กรต้องการ และวิธีใดที่ดีที่สุดที่ใช้กับสมาชิกหรือกลุ่มสมาชิกนั้น เช่น จดหมายข่าว อีเมล การประชุมทีมงาน เป็นต้น

8. ผู้บริหารต้องสื่อความหมายโดยใช้หลักเหตุผลและการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล สมาชิกในองค์กรมีความต้องการที่จะทราบถึงการตัดสินใจในสิ่งสำคัญอย่างมีเหตุผล แล้วจึงเปลี่ยนสิ่งนั้นเป็นการกระทำ สมาชิกในองค์กรต้องการความมั่นคงในหน้าที่การงาน ดังนั้น พนักงานต้องการข่าวสารมากขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจด้านอาชีพการงานของตนเอง

9. จังหวะเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ผู้บริหารต้องหาจังหวะและเวลาที่เหมาะสมกับการ ให้ความสำคัญแก่สมาชิกในองค์กร

10. การสื่อสารอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤต เพื่อ สื่อสารให้ข้อเท็จจริง เมื่อสมาชิกในองค์กรต้องการข้อมูลแต่ไม่สามารถหาได้ พวกเขา ก็จะกลับไปหาช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ

11. การสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงภาพรวมจากภาพเล็กๆ ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การแข่งขัน ข่าวสารต่าง ๆ ทางธุรกิจ การสื่อสารข้อมูลเหล่านี้จะส่งผลให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจภาพรวมทั้งหมดว่ามีผลกระทบต่อตนเองและงานของตนเองอย่างไร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

Whitney (1996) ได้กล่าวถึงความไว้วางใจว่า หมายถึง ความเชื่อ ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใด ๆ

Robinson (1996) ได้ให้ความหมายความไว้วางใจว่า ความไว้วางใจเป็นความคาดหวังในทางบวกต่อบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ หรือการตัดสินใจ ที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส

Putri and Kusuma (2022) กล่าวว่า ความไว้วางใจในธุรกิจเป็นเรื่องของจิตวิทยา ประกอบด้วย ความอ่อนน้อม ความสามารถในการยอมรับข้อผิดพลาดโดยอิงจากการคาดเดาในแง่เกี่ยวกับแรงจูงใจหรือการกระทำของผู้อื่น ความไว้วางใจในองค์กรแสดงให้เห็นได้จากพนักงานพึงพาบริษัท ความยุติธรรม และการเคารพต่อผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ความไว้วางใจเป็นองค์ประกอบสำคัญของการแลกเปลี่ยนทางสังคม และผลที่ตามมาคือ ส่วนประกอบที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์กรและความได้เปรียบในการแข่งขัน (Berraies, Hamza, & Chtioui, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเปลี่ยนแปลงองค์กร วัฒนธรรมที่มีความไว้วางใจสูงจะลดโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งและสร้างความเสียหาย (Yasir, Imran, Irshad, Mohamad, & Khan, 2016)

Reynolds (1997) ได้กล่าวถึงความไว้วางใจ ดังนี้

1. ความไว้วางใจต้องใช้เวลาในการพัฒนา การสร้างความไว้วางใจหรือการคงไว้ซึ่งความไว้วางใจจะต้องใช้เวลาเป็น ต้นทุนในการสร้างและพัฒนาแม้สัมพันธภาพความไว้วางใจจะเกิดขึ้นแล้วแต่การลงทุนก็ยังคงต้องมี อย่างสม่ำเสมอ ระยะเวลาในการพัฒนาความไว้วางใจอาจจะสั้นหรือยาวนานก็สำคัญเท่ากับการบำรุงรักษาความไว้วางใจให้คงอยู่ แต่ความไว้วางใจอาจจะพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ถ้าผู้นำเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและความรับผิดชอบร่วมกัน

2. ความไว้วางใจต้องการความเข้มแข็งและอดทน องค์กรที่มีระดับความไว้วางใจสูง บุคคลจะทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ตามมาตรฐานที่สูงขององค์กร และทำงานอย่างรวดเร็วด้วยความเข้มแข็งอดทน เพื่อความก้าวหน้า ในตำแหน่งหน้าที่ส่วนองค์กรที่มีระดับความไว้วางใจต่ำบุคคลจะปฏิบัติงานเท่าที่ทำได้และมีผลผลิตต่ำ

3. ความไว้วางใจต้องมีการปฏิบัติ การพัฒนาความไว้วางใจก็เช่นเดียวกับนักกีฬาที่จะต้องใช้ทักษะการฝึกปฏิบัติและกำลังใจมากมายจึงจะถึงเป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้นการสร้าง ความไว้วางใจในองค์กรจึงต้องพัฒนาทั้งทักษะและจิตใจ

Luhmann (1979) ได้เสนอแนวคิดความไว้วางใจที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางถึงรูปแบบความไว้วางใจ คือ 1) ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal trust) เป็นความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และ 2) ความไว้วางใจในระบบ (System trust) เป็นความไว้วางใจในองค์กร โดยภาพรวม ทฤษฎีของเขามองว่าความไว้วางใจเป็นตัวแทนของระดับความมั่นใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อผู้อื่นในการกระทำที่เป็นธรรม มีจริยธรรม และสามารถพยากรณ์ได้ ซึ่งลู่หมื่นนี้ได้จำแนกความไว้วางใจของบุคคลออกจากความไว้วางใจในองค์กร แม้ว่าเขาจะเสนอว่าความไว้วางใจก่อให้เกิดกรอบของการปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับอิทธิพลทั้งจากบุคคลและระบบสังคม โดยความไว้วางใจระหว่างบุคคลเป็นการวัดประเมินความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา การมีปฏิสัมพันธ์อย่างเสมอภาคระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้บังคับบัญชาย่อมส่งผลถึงความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาที่ถือเป็นแกนของสัมพันธภาพทั้งหลายที่ช่วยยึดเหนี่ยวบุคคลให้อยู่ร่วมกัน ด้วยความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย บรรยาการของความไว้วางใจที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน จะทำให้ทุกคนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

Biswas and Kapil (2017) อธิบายว่าความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาเป็นแนวคิดที่พนักงานสามารถรับรู้ได้จากการดำเนินงานหรือการกระทำของผู้บังคับบัญชา และขณะเดียวกันยังเป็นการคาดหวังที่พนักงานมีต่อหัวหน้างานอันจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการทำงานในอนาคตด้วย

Robbins (2005) กล่าวว่า ผู้นำที่ต้องการเรียนรู้การสร้างสัมพันธภาพที่น่าไว้วางใจควรที่จะยึดเหนี่ยวการปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1. การปฏิบัติอย่างเปิดเผย (Practice Openness) ความเปิดเผยจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ดังนั้นผู้นำควรให้ข้อมูลแก่บุคลากรแนวใจว่าการตัดสินใจของผู้นำกระทำอย่างโปร่งใส อธิบายถึงเหตุผลในการตัดสินใจ เปิดเผยความเป็นจริงของปัญหาและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่

2. มีความยุติธรรม (Be Fair) ก่อนการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ควรพิจารณาว่าบุคลากรจะรับรู้ถึงวัตถุประสงค์และความยุติธรรมได้อย่างไรควรให้ความเชื่อถือกับวัตถุประสงค์และความสำคัญของการประเมินผลการทำงานของบุคคลและให้ความสนใจต่อการรับรู้ถึงความยุติธรรมในการให้รางวัลของบุคลากร

3. พูดถึงความรู้สึก (Speak Your Feeling) ผู้นำที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้สึกกับบุคลากรจะถูกมองว่าเป็นคนจริงใจและได้รับความเคารพจากบุคลากรเพิ่มขึ้น

4. บอกความจริง (Tell the Truth) การพูดความจริงทำให้บุคคลรับรู้ว่ามีผู้นำที่ซื่อตรงและนำไปสู่ความไว้วางใจ

5. แสดงถึงความคงเส้นคงวา (Show Consistency) บุคคลต้องการความสามารถในการคาดคะเนได้หรือทำนายได้ ดังนั้นผู้นำควรใช้เวลาในการคิดทบทวนคุณค่าและความเชื่อของตนและนำมาใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ เมื่อผู้นำรู้เป้าหมายของตนเองคืออะไรก็จะปฏิบัติตามนั้นและจะทำการวางแผนอย่างสอดคล้องทำให้ ได้มาซึ่งความไว้วางใจ

6. รักษาความสัญญา (Fulfil Your Promises) ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคลากรเชื่อว่าผู้นำสามารถพึ่งพาได้ ดังนั้น ผู้นำจะต้องแน่ใจว่าสามารถรักษาคำพูดและคำมั่นสัญญาได้

7. รักษาความเชื่อมั่น (Maintain Confidence) บุคคลโดยปกติจะให้ความไว้วางใจกับบุคคลที่มีความสุขุมและเชื่อถือได้ ดังนั้น ถ้าบุคลากรให้ความยินยอมบอกบางสิ่งกับผู้นำด้วยความเชื่อมั่น เขาจะต้องการความมั่นใจว่าผู้นำจะไม่นำไปวิพากษ์วิจารณ์กับบุคคลอื่นหรือทรยศต่อความเชื่อมั่นของเขา แต่ถ้าบุคลากรรับรู้ว่าคุณไม่สามารถเชื่อถือหรือพึ่งพาได้ บุคลากรจะไม่ให้ความไว้วางใจต่อผู้นำ

8. แสดงให้เห็นถึงความสามารถ (Demonstrate competence) การทำให้บุคคลอื่นชื่นชมและให้ความเคารพนับถือจะต้องแสดงให้เห็นถึง ความสามารถด้านวิชาชีพและเทคนิคต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนาตนเองทางด้านการติดต่อสื่อสาร การเจรจาต่อรองและทักษะส่วนบุคคลอื่น ๆ

Mishra (1996) ได้เสนอแนวคิดความไว้วางใจในองค์กร มี 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. มิติด้านความสามารถ (Competency Dimension) หมายถึง ความไว้วางใจที่บุคคลหนึ่งจะให้ความไว้วางใจแก่บุคคลอื่น โดยจะต้องทำให้คนอื่นเห็นว่าตนเองมีความรู้ความสามารถในการทำงาน มีการตัดสินใจที่ถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงเป็นคนที่สามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี หากทุกคนในองค์กรสามารถทำได้ จะสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นได้ในองค์กร

2. มิติด้านความเชื่อถือได้ (Reliability Dimension) หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลหนึ่งว่าสามารถเชื่อมั่นกับบุคคลนั้นได้ทั้งคำพูดและการกระทำ คือ หากพูดสิ่งใดไปก็ต้องกระทำให้ได้ตามที่พูด หากไม่สามารถทำได้จะทำให้ความไว้วางใจในตัวบุคคลนั้นลดลง ดังนั้น ควรแสดงพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือออกมาอย่างสม่ำเสมอ ไม่ปิดบังข้อมูลสำคัญไว้ เพื่อไม่ให้เกิดความเคลือบแคลงต่อความรู้สึกไว้วางใจที่กำลังดำเนินอยู่

3. มิติด้านความเปิดเผย (Openness Dimension) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งกล้าที่จะเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นทราบ เนื่องจากมีความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจบุคคลนั้น ๆ นอกจากนี้ยังมีการปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานทุกคนด้วยความจริงใจ ไม่โกหกหรือบิดเบือนความจริง รับฟังในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือแสดงความคิดเห็น รวมถึงให้การยอมรับและเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งการเปิดเผยซึ่งกันและกันเช่นนี้เป็นเหมือนพื้นฐานในการสร้างความไว้วางใจในองค์กร

4. มิติด้านความห่วงใย (Concern Dimension) หมายถึง การที่ทุกคนในองค์กรให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก คือ จะส่งเสริมให้มีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร เพื่อนำมาปรับใช้ในการทำงาน สนใจสิ่งที่เป็นผลกระทบหรือปัญหาด้านต่าง ๆ ภายในองค์กรก่อน รวมถึงให้การยอมรับซึ่งกันและกัน ด้วยความเข้าใจ เพื่อทำให้ประสิทธิภาพของการทำงานในองค์กรเพิ่มสูงขึ้น

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีของ Luhmann (1979) ได้กล่าวถึง ความไว้วางใจ 2 ประเภท ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal trust) เป็นความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และ ความไว้วางใจในระบบ (System trust) เป็นความไว้วางใจในองค์กร ซึ่งหากพนักงานมีความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบแล้ว จะส่งผลให้มีสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลและต่อองค์กรยิ่งขึ้น ทำให้พนักงานคงอยู่ร่วมกันในองค์กร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาว่ามีปัจจัยความไว้วางใจด้านใดบ้างที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในภาคธุรกิจการสื่อสาร โดยนำผลวิจัยมาปรับปรุงในตัวบุคคลและองค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรตลอดไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร

2.3.1 ความหมายของความผูกพันในองค์กร

Allen and Meyer (1990) ให้ความหมายความผูกพันในองค์กรว่า ความผูกพันในองค์กรเป็นความจงรักภักดีและเต็มใจที่จะอุทิศตนให้กับองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากบรรทัดฐานทางสังคม โดยที่บุคคลรู้สึกว่าจะเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กร บุคคลนั้นต้องมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ความผูกพันในองค์กรซึ่งมี 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความรู้สึก 2) ด้านความต่อเนื่อง 3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

Mowday, Porter and Steers (1982) ได้ให้ความหมายความผูกพันในองค์กรว่าเป็นการแสดงออกที่มากกว่าความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นตามปกติ เพราะเป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นและผลักดันให้บุคคลเต็มใจที่จะอุทิศตัวเองเพื่อการสร้างสรรค์ให้องค์กรอยู่ในสถานะที่ดีขึ้น

Steers (1977) ได้ให้ความหมายของความผูกพันในองค์กรว่าเป็นความเข้มข้นของความสัมพันธ์ของพนักงานแต่ละคนที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีกับองค์กร รวมทั้งการเกี่ยวข้องกันกับองค์กรหรือผูกพันกับองค์กรอย่างลึกซึ้ง ลักษณะเช่นนี้จะปรากฏขึ้นได้เฉพาะองค์กร

2.3.2 องค์ประกอบของความผูกพันในองค์กร

Allen and Meyer (1990) กล่าวว่าความผูกพันในองค์กรประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ลักษณะ คือ

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก เป็นความรู้สึกผูกพันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ยินดีที่จะเสียสละและทุ่มเทให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรแห่งนี้และไม่คิดที่จะไปทำงานที่อื่น

2. ความผูกพันองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการคิดคำนวณของบุคคล โดยมีพื้นฐานอยู่บนต้นทุนที่บุคคลให้กับองค์กรทางเลือกที่มีของบุคคล และผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์กร โดยจะแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องในการทำงานของบุคคลว่าจะทำงานอยู่กับองค์กรนั้นต่อไปหรือโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน

3. ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากค่านิยม วัฒนธรรม หรือบรรทัดฐานของสังคมเป็นความผูกพันเกิดขึ้นเพื่อตอบแทนในสิ่งที่บุคคลได้รับจากองค์กร แสดงออกในรูปของความจงรักภักดีของบุคคลต่อองค์กร เช่น การได้รับทุนการศึกษา การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี หรือการได้รับความช่วยเหลือบางอย่างจากหน่วยงาน

2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร

Mowday et al. (1982) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรนั้นมี 4 องค์ประกอบประกอบด้วย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ระดับการศึกษา และความต้องการประสบความสำเร็จ

2. ลักษณะของงานและบทบาทในการปฏิบัติงาน เช่น งานที่ทำเป็นงานที่มีคุณค่า มีบทบาทที่เด่นชัด และบทบาทที่สอดคล้องกับตนเอง สิ่งเหล่านี้มีความผูกพันโดยตรงกับความผูกพันในองค์กร

3. ประสบการณ์ในงาน เป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลพบในระหว่างการทำงาน เช่น การปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา การที่รู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพล สนับสนุนต่อความผูกพันในองค์กร

4. โครงสร้างขององค์กร ซึ่งจะต้องมีลักษณะเป็นระบบที่มีแบบแผน มีหน้าที่ที่เด่นชัด มีการกระจายอำนาจ การให้ผู้ร่วมงานมีการตัดสินใจ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันในองค์กร

ส่วน Steers (1977) ได้แบ่งองค์ประกอบในด้านปัจจัยที่กำหนดความผูกพันในองค์กรนั้นออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristics) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร และระดับตำแหน่งงาน เป็นต้น

2. ลักษณะของงาน (Job Characteristics) หมายถึง ลักษณะงานที่ผู้ปฏิบัติงานรับผิดชอบ อยู่ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ช่วงชั้นการบังคับบัญชา ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหารผลป้อนกลับของงาน และความคาดหวังในโอกาสความก้าวหน้า เป็นต้น

3. ประสบการณ์ในงาน (Work Experience) หมายถึง สิ่งที่บุคคลได้รับทราบและเรียนรู้เมื่อเข้าไปทำงานภายในองค์กร ได้แก่ ทักษะที่มีต่อกลุ่มสมาชิกในองค์กร การยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร ความพึงพอใจขององค์กร ความคาดหวังที่ได้รับการตอบสนองจากองค์กร เป็นต้น

2.3.4 ผลของความผูกพันในองค์กร

Baron (1986) ได้กล่าวถึงผลของความผูกพันต่อองค์กรว่า ระดับของความผูกพันต่อองค์กรได้รับอิทธิพลจากลักษณะหลายประการของงาน ซึ่งแสดงออกในลักษณะของความรู้สึกพึงพอใจ และความรู้สึกไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของบุคลากรและความพึงพอใจ โดยรวมและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคลากร ดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงทำให้อัตราการขาดงาน และการลาออกน้อยลง
2. ความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือ ความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงทำให้บุคลากรมีความพยายามที่จะทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร และส่งผลให้มีการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงด้วย

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2532) กล่าวว่า ผลของความผูกพันสามารถอธิบายได้คือ

1. ความผูกพันในองค์กรเป็นตัวทำนายในการเพิ่มผลผลิตและความพึงพอใจงาน
2. ความผูกพันในองค์กรกับอายุการทำงานบุคคลในองค์กรที่มีอายุการทำงานมากมีผลต่อความผูกพันในองค์กรมากกว่าบุคคลที่มีอายุการทำงานสั้น

3. ความผูกพันกับการขาดงาน ความผูกพันในองค์กรมีผลทางบวกต่อความมั่นคงอยู่ในองค์กร และมีความสัมพันธ์ทางลบกับการขาดงาน

4. ความผูกพันในองค์กรกับการเปลี่ยนงาน ความผูกพันในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับการเปลี่ยนงาน ผู้ที่มีความผูกพันในองค์กรสูงจะมีการมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ

Steers and Porter (1991) ได้กล่าวถึงความผูกพันในองค์กรไว้ ดังนี้

1. ความผูกพันในองค์กรสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้าและการออกจากงานได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน ทั้งนี้เพราะความผูกพันต่อองค์กรเป็นแนวความคิดที่มีลักษณะครอบคลุม มากกว่า ความพึงพอใจในงาน และค่อนข้างมีเสถียรภาพมากกว่า

2. ความผูกพันในองค์กรเป็นแรงผลักดันให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความรู้สึกในความเป็นเจ้าของร่วมภายในองค์กร

3. ความผูกพันในองค์กรยังเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างความต้องการของบุคคลในองค์กรกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้

4. ความผูกพันในองค์กรมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิผลขององค์กร

5. ความผูกพันในองค์กรช่วยลดการควบคุมจากภายนอก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สมาชิกในองค์กรมีความผูกพันต่อการของตน

2.3.5 แนวทางการเสริมสร้างความผูกพันในองค์กร

Dessler (1997) ได้เสนอแนวทางการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร เพื่อเสริมความผูกพันและรักษาบุคลากรขององค์กร ดังนี้

1. ผู้บริหารต้องตระหนักถึงความสำคัญบุคลากรในฐานะเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กร ผู้บริหารจึงควรไว้วางใจ ให้เกียรติ ให้กำลังใจ ส่งเสริมให้บุคลากรมีความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จอย่างเต็มความสามารถ และเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน

2. ผู้บริหารควรปฏิบัติต่อบุคลากรทุกคนอย่างเสมอภาค รับฟังข้อร้องเรียน และปัญหาของบุคลากร มีการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากร และมีการแจ้งให้ทราบถึงผลการสำรวจนั้น รวมทั้ง การแจ้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กร และจัดให้มีระบบสื่อสารแบบสองทางภายในองค์กร

3. การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร ควรเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นตอนในการสรรหาและการคัดเลือกพนักงาน โดยการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการมีทัศนคติและค่านิยมที่สอดคล้องกับองค์กร เป็นปัจจัยหนึ่งในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน

4. ผู้บริหารควรแสดงให้บุคลากรรับรู้โอกาสและความก้าวหน้าส่วนบุคคลในการทำงาน และระบบค่าตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อให้บุคลากรรู้สึกว่าเป็นธรรมและมีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กร

5. ผู้บริหารควรจัดฝึกอบรมให้บุคลากรแต่ละกลุ่มเข้าใจความต้องการของบุคลากรในกลุ่มอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างประสานงานและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในองค์กร

สมคิด บางโม (2562) ได้เสนอแนวทางการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิก การสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้น อาจทำได้หลายวิธี หมั่นประชุมหรือปรึกษาหารือกันบ่อย ๆ มีกิจกรรมร่วมกันบางโอกาส เช่น รับประทาน อาหาร ท่องเที่ยว เล่นกีฬา มีสัญลักษณ์ของทีม เช่น เครื่องหมาย สี เพลง เป็นต้น

2. ให้ผลประโยชน์อย่างยุติธรรม หรือให้ผลประโยชน์ที่สมาชิกมุ่งหวัง เช่น ทีมงานขายจะได้ค่าคอมมิชชั่นตามเปอร์เซ็นต์ที่กำหนดไว้ เป็นต้น

3. ยกย่องหรือเชิดชูเกียรติเมื่อมีโอกาสดังกล่าว เช่น จัดงานเลี้ยงแสดงความยินดี มอบเหรียญหรือประกาศนียบัตรในโอกาสอันสมควร ให้กำลังใจหรือกล่าวคำชมเมื่องานสำเร็จ เป็นต้น
4. การสื่อสารภายในกลุ่มต้องรวดเร็ว ถูกต้อง ทัวถึง มีข้อมูลอะไรที่สมาชิกควรทราบต้องสื่อสารให้รู้ทั่วกันและตรงกัน
5. เมื่อมีความขัดแย้งภายในทีมงานต้องรีบแก้ไขทันที เช่น ขัดแย้งเรื่องส่วนตัว หากปล่อยให้ความขัดแย้งดำรงอยู่เป็นเวลานานจะเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน เกิดความไม่ไว้วางใจกัน ความร่วมมือกันทำงานจะเสียไป
6. พัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิกทีมงานอย่างต่อเนื่องโดยการประชุมสอนงาน ให้ร่วมงานอบรมสัมมนาตามความต้องการของทีมงานและสมาชิก ส่งไปศึกษาดูงาน ประชุมขณะ ทำงาน เป็นต้น
7. ให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกทุกคนอย่างมีเหตุผล หาข้อสรุปความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันอย่างชาญฉลาด
8. นำเทคโนโลยีมาใช้ ทำให้เพิ่มความสามารถในการทำงานของทีมงาน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิต ครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง

ประมะ สตะเวทิน (2546) ได้เสนอว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันด้วย โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมจะกำหนดบทบาท รวมทั้งกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน
2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อยเนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน
3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลเพียงพอ
4. สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ใน

การแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ดังนี้

1. อายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด ได้ค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุนั้น

2. เพศ เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. รายได้ การศึกษาและอาชีพเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาดโดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้รายได้เป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละบุคคลมีความคิด และพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จึงนำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกันหรือไม่

2.5 ธุรกิจการสื่อสารในรูปแบบการรับช่วง

2.5.1 ธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน และโครงข่ายโทรคมนาคม

โครงข่ายโทรคมนาคม คือ อุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งก่อสร้างที่ช่วยให้เครือข่ายโทรคมนาคมเชื่อมต่อกันได้ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้งาน เช่น เสาสัญญาณ ชุมสาย เคเบิลใยแก้วนำแสง เป็นต้น โดยโครงข่ายโทรคมนาคมจะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสัญญาณโทรคมนาคมจากอุปกรณ์ของตนเอง เช่น โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ โมเด็มอินเทอร์เน็ต ซึ่งการออกแบบและก่อสร้างจำเป็นต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้ธุรกิจก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและโครงข่ายโทรคมนาคม สามารถแบ่งได้ ดังนี้ (บริษัท อินฟราเซท จำกัด (มหาชน), 2562)

1. งานติดตั้งเสาส่งสัญญาณโทรคมนาคม บริการติดตั้งเสาส่งสัญญาณเพื่อกระจายสัญญาณโทรคมนาคม ให้กับผู้ประกอบการโทรคมนาคม (Operator) ในประเทศไทย

2. งานติดตั้งระบบโครงข่ายสาย ระบบโครงข่ายสาย เป็นระบบการติดต่อสื่อสารโดยการรับส่งข้อมูลผ่านตัวกลางที่เป็นสายสัญญาณ เช่น สายเคเบิลใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) โดยให้บริการติดตั้งระบบโครงข่ายสาย ตั้งแต่การสำรวจ ออกแบบ ไปจนถึงการติดตั้งสายสัญญาณพร้อมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณโครงข่ายโทรคมนาคม ซึ่งจะเชื่อมต่อสายสัญญาณจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ได้แก่ เสาสัญญาณ หรือสถานีต้นทาง หรือชุมสาย หรือ Node เป็นต้น

3. ธุรกิจงานซ่อมบำรุงและบริการ (Maintenance and Service) บริการบำรุงรักษาโครงการในกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งมีรูปแบบการให้บริการในลักษณะ 1) การให้บริการบำรุงรักษาแบบ Preventive Maintenance : เป็นการให้บริการเข้าตรวจสอบระบบต่าง ๆ ที่กำหนดตามจำนวนและระยะเวลาที่ตกลงกันเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายของระบบ และ 2) การให้บริการบำรุงรักษาแบบ Corrective Maintenance : เป็นการให้บริการบำรุงรักษาแบบการเข้าไปซ่อมแซมเป็นครั้งคราวตามที่ถูกค่าต้องการบำรุงรักษา

2.5.2 ลักษณะธุรกิจแบบรับเหมาช่วง

ธุรกิจรับเหมาช่วง (Subcontract) หมายถึง ธุรกิจการรับเหมาช่วงจากบริษัทที่ได้รับงาน หรือ ชนะการประมูลงานสำหรับงานส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการสื่อสารโทรคมนาคม เช่น งานรับเหมาติดตั้งสายต่อนอก (Outside Plant: OSP) เป็นการรับเหมาติดตั้งระบบสายส่งสัญญาณ สายไฟเบอร์ออฟติกเคเบิล สายเคเบิลทองแดง และอุปกรณ์ประกอบ รวมทั้งเสาส่งสัญญาณ (Tower) ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป็นองค์กรธุรกิจภาคเอกชนที่ได้รับงานจากหน่วยงานภาครัฐ โดยโครงการที่ดำเนินงาน อาทิ โครงการติดตั้งสร้างข่ายสายเคเบิลใยแก้วนำแสงและท่อร้อยสาย (บริษัท เจ.อาร์.ดับเบิลยู. ยูทิลิตี้ จำกัด (มหาชน), 2567)

ผู้รับเหมาช่วง คือ หน่วยที่ดำเนินการการผลิตสินค้าหรือบริการตามสัญญาที่ได้กระทำไว้กับผู้ว่าจ้าง ซึ่งกิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้รับเหมาช่วงจะต้องดำเนินการโดยได้รับ ค่าตอบแทนหรือตามสัญญาจ้างเป็นหลัก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

ผู้รับเหมาช่วง หมายถึง ผู้ซึ่งทำสัญญากับผู้รับเหมาขั้นต้นโดยรับจะดำเนินงานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในงานใดในความรับผิดชอบของผู้รับเหมาขั้นต้นเพื่อประโยชน์แก่ผู้ว่าจ้าง และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งทำสัญญากับผู้รับเหมาช่วงเพื่อรับช่วงงานในความรับผิดชอบของผู้รับเหมาช่วง ทั้งนี้ไม่ว่าจะรับเหมาช่วงกันกี่ช่วงก็ตาม (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2541)

การจ้างเหมาช่วง (Outsourcing หรือ subcontracting) คือ ข้อตกลงตามสัญญาที่ผู้ว่าจ้างต้องการให้ผู้รับเหมาช่วงดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการให้ตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการผลิตในที่นี้รวมถึงกิจกรรมสนับสนุนด้วย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทศพร จันทรเพ็ชรสี, ทองฟู ศิริวงศ์ และลักษมี พุ่มหว่า (2567) ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัททำจัดแมลงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

ณัฐพล ตานันชัย (2566) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษา สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอัตราเงินเดือน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

หทัยรัตน์ พิศนวงค์วรา และทองฟู ศิริวงศ์ (2566) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงาน บริษัท สยามอะกรี ซัพพลาย จำกัด ผลการศึกษา พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความผูกพันในองค์การโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกัน มีความผูกพันในองค์การโดยภาพรวมแตกต่างกัน

ฉัตรจิตตา เกตุจินดา และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ (2565) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท อีเทอร์นีตี้ แกรนด์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

พลอยลลิตินัน จันทรมณี (2565) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานองค์กรเอกชน ผลการศึกษา พบว่า การติดต่อสื่อสารแบบบนลงล่าง การติดต่อสื่อสารแบบล่างขึ้นบน การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน และการติดต่อสื่อสารแบบแนวไขว้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานองค์กรเอกชน

พลอยทิพย์ ศรีศักดิ์ดา (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ที่ปฏิบัติงานในองค์กรเอกชนเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า พนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ที่มีอายุ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน อายุงาน แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน นอกจากนี้ การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชา การสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานในระดับตำแหน่งเดียวกัน การสื่อสารข้ามสายงานและไม่ตามลำดับชั้น ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ

พิมลรัตน์ วงษ์ภูษาประกร และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2564) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การ ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจของผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์การ ความไว้วางใจในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์การ

กวี โฉมเฉลา, มณฑิรา ลีลาประชากุล, นิธิพนธ์ สนิทเหลือ, นรธรสรรพ เล็กสู่ และเฉลิมชาติ เมฆแดง (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรบริษัท ตั้งชุ่นฮวดผลิตภัณฑ์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และระดับรายได้ของพนักงานที่ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน

พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวณ วัทโธ และวิลาสิณี สุดประเสริฐ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ประสบการณ์ทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด แตกต่างกัน

ธิดานันท์ แก้วศรีนวล (2563) ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารในแบบระดับบนลงไปสู่ระดับล่าง การสื่อสารแบบระดับล่างขึ้นไปสู่ระดับบน และการสื่อสารแนวนอนหรือแนวราบอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การสื่อสารแบบ

ระดับบนลงไปสู่ระดับล่าง การสื่อสารแบบระดับล่างขึ้นไปสู่ระดับบน การสื่อสารแนวนอนหรือแนวราบ มีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย

กันตพัฒน์ ศรีสุวรรณไพฑ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท กสิกรไทย จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อายุงาน รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

วรากร ถีสุงเนิน และธรรมวิมล สุขเสริม (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา สายธุรกิจสุกรของบริษัท ซี พี เอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการศึกษา พบว่า ระยะเวลาปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา สายธุรกิจสุกรของบริษัท ซี พี เอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างแตกต่างกัน ส่วนด้านเพศ และอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา สายธุรกิจสุกรของบริษัท ซี พี เอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างไม่แตกต่างกัน

ศักรินทร์ วรวัฒน์ประิณญา (2562) ศึกษาเรื่องความไว้วางใจในหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเจเนอเรชันวาย กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง ผลการศึกษา พบว่า ระดับความไว้วางใจในหัวหน้างาน และระดับความยึดมั่นผูกพันในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเจเนอเรชันวาย กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในหัวหน้างานกับความยึดมั่นผูกพันในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการอยู่ในระดับปานกลาง

ตุลยา อุดมศิลป์, เจษฎา นกน้อย และวรรณภรณ์ บริพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผลการศึกษา พบว่า บุคลากรที่มีเพศ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่บุคลากรที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน นอกจากนี้ รูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารแบบแนวนอน และการสื่อสารแบบทแยงมุม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

Alomrana, Ahmeda and Kassema (2024) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความไว้วางใจในองค์กรต่อความผูกพันขององค์กร: อิทธิพลการส่งผ่านของตัวแปรเอกลักษณ์ประจำบุคคล ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในองค์กรเป็นตัวทำนายเชิงบวกของความผูกพันต่อองค์กรทุกด้าน การศึกษาในครั้งนี้ อาจจะช่วยให้ผู้จัดการเข้าใจถึงความสำคัญของความไว้วางใจในองค์กรได้ดีขึ้น ความผูกพันขององค์กร การสร้างสภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจสามารถช่วยเพิ่มความไว้วางใจให้แก่พนักงานในองค์กรของตน ซึ่งอาจนำไปสู่ระดับองค์กรที่ดีขึ้น และประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนออกมาในเชิงบวกได้

Oh, Kim and Kim (2023) ศึกษาเรื่องผลกระทบของภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วมและภาวะผู้นำแบบเผด็จการต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานและความผูกพันต่อองค์กรกีฬา: บทบาทการส่งผ่านของตัวแปรความไว้วางใจในองค์กรและบทบาทการเป็นตัวแปรกำกับของการมีส่วนร่วม

ในการชมกีฬา ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในองค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

Rampal, Arora, Nawaz, Gupta and Kapoor (2023) ศึกษาเรื่องการประเมินปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาคธุรกิจพลังงานความร้อนของประเทศอินเดีย ผลการศึกษาพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนอายุ และประสบการณ์ทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในภาคธุรกิจพลังงานของประเทศอินเดีย

Zhang, Zhang and Liu (2022) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอนต่อความผูกพันต่อองค์กร: หลักฐานจากบริษัทอินเทอร์เน็ตของประเทศจีน ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอนส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ผ่านเส้นทางสื่อกลางของการรับรู้ความน่าดึงดูดใจในงานของพนักงานหรือการรับรู้ประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า

Ndlovu, Quaye and Saini (2021) ศึกษาเรื่อง การทำนายความผูกพันต่อองค์กร: บทบาทการสื่อสารของผู้จัดการสายงาน ความไว้วางใจของพนักงาน และความพึงพอใจในงาน ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในองค์กร ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

Salleh, Zahari, Aziz and Majid (2015) ศึกษาเรื่องการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาและความพึงพอใจในงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในงานและความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยรูปแบบทิศทางในการสื่อสาร ปัจจัยความไว้วางใจด้านผู้บังคับบัญชา และด้านความไว้วางใจในองค์กร ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาใช้ในการศึกษากับองค์กรธุรกิจการสื่อสารเพื่อต้องการทราบว่า มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร และสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมาหรือไม่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) และมีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งการวิจัยได้กำหนดแนวทางในการวิจัยโดยมีลำดับขั้นตอนในการวิจัยและมีระเบียบวิธีการวิจัยในด้าน การกำหนดประชากร การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) จากการคำนวณด้วยสูตร Cochran (1963) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 (ยุทธ ไกยวรรณ, 2552) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ	n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	P	คือ	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม 0.50
	Z	คือ	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.9 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
	E	แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น 0.50
แทนค่า	n	=	$\frac{0.50(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$

ค่าที่ได้คือ n = 384.16

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อเป็นการลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงสำรองตัวอย่างไว้เพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design)

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นพนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง ที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง เป็นการเลือกตัวอย่างในลักษณะแบบต่อเนื่อง โดยที่ตัวอย่างแรกจะเสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และมีการแนะนำต่อไปจนกระทั่งได้ขนาดตัวอย่างครบตามที่ต้องการ เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีความสะดวก ง่ายต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) การศึกษาครั้งนี้มีวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามแบบออนไลน์ไปยังกลุ่มผู้บริโภครที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข แบ่งคำถามเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ คือ คำถามข้อที่ 1 ท่านทำงานในองค์กรธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชน หรือ รับงานตรงจากบริษัท ใช่หรือไม่ และคำถามข้อที่ 2 บริษัทที่ท่านทำงานมีพนักงานไม่เกิน 20 คน ใช่หรือไม่ โดยมีคำตอบ 2 ข้อให้เลือกโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งเป็น 2 ตัวเลือก ได้แก่

1. ใช่
2. ไม่ใช่ (จบการตอบข้อมูลแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบการตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแนวทแยง โดยปรับปรุงข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ อัครพนธ์ สายจีน (2562); และ อภิศักดิ์ อาจนันท์ (2557) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับการปฏิบัติ
5 คะแนน	มีการปฏิบัติมากที่สุด
4 คะแนน	มีการปฏิบัติมาก
3 คะแนน	มีการปฏิบัติปานกลาง
2 คะแนน	มีการปฏิบัติน้อย
1 คะแนน	มีการปฏิบัติน้อยที่สุด

จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น}$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร อยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ ได้แก่ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบ โดยปรับปรุงข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ วิมลวรรณ เจียงวิลาวัณย์ (2564) กนก ขวัญเรือน (2564) และ จิรสุตา สุขสำอาน (2561) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของ

การประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น}$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยปรับปรุงข้อคำถามมาจากการวิจัยของ ณัฐฤตา นันทา (2565) และ ชนิกันต์ กระแก้ว (2560) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น}$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.4 การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบออนไลน์โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.4.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้มากำหนดเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคำถามคัดกรอง ได้แก่ ท่านทำงานในองค์กรธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชน หรือ รับงานตรงจากบริษัท ใช่หรือไม่ และบริษัทที่ท่านมีพนักงานไม่เกิน 20 คน ใช่หรือไม่ ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามรายการ (Check-List) ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ปรับปรุงข้อความคำถามมาจากงานวิจัยของ อัครพนธ์ สายจีน (2562); และ อภิศศักดิ์ อาจนันท์ (2557) ความไว้วางใจ ปรับปรุงข้อความคำถามมาจากงานวิจัยของ วิมลวรรณ เจียงวิลาวัณย์ (2564) กนก ขวัญเรือน (2564) และ จิรสุดา สุขสำอาจ (2561) ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร ปรับปรุงข้อความคำถามมาจากงานวิจัยของ ณัฐกฤตา นันทา (2565) และ ชนิกันต์ กระแก้ว (2560) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

3.4.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำให้ถูกต้องก่อนนำไปใช้

3.4.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านวัดและประเมินผลเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาพร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้จำนวน 3 ท่าน

3.4.5 วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งสามท่านได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของคำถามและสามารถสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามทุกข้อมากกว่า 0.5 ขึ้นไปจึงถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.4.6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดสอบใช้ (Tryout) กับผู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้

วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยทุกตัวแปรต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและยอมรับได้ (Hair et al., 2010)

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการวิจัยค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ ดังนี้ 1) สื่อสิ่งพิมพ์ วารสารต่าง ๆ 2) หนังสือทางวิชาการบทความวิทยานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ 3) ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.5.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจำนวน 400 คน โดยเป็นพนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง

3.5.2.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย

3.5.2.2 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ

3.5.2.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยส่วนใหญ่ใช้สถิติเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ความไว้วางใจ และความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์นั้นไปสรุปอ้างอิงถึงประชากรได้โดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test โดยทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของ

ประชากร 2 กลุ่มซึ่งกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันโดยจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยจำแนกตามอายุ อายุการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หากพบความแตกต่าง จะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ทดสอบรายคู่ โดยใช้การคำนวณวิธีแบบ LSD (Least Significant Difference)

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

จะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งต้องมีข้อกำหนด ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ (X) และตัวแปรตาม (Y) จะต้องเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (Quantitative Variable) หรือเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous Variable) หรือมีระดับในการวัดเป็น Interval Scale จะต้องทำการแปลงข้อมูลเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) คือ ให้มีค่าเป็น 0 กับ 1 ก่อนจึงนำไปวิเคราะห์ โดยตัวแปรนี้ไม่ควรมีหลายตัว เพราะอาจจะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนมากยิ่งขึ้น

2. ตัวแปรอิสระ (X) แต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม (Y)

3. ตัวแปรอิสระ (X) ไม่ควรมีความสัมพันธ์กันเอง หรือต้องเป็นอิสระต่อกัน เนื่องจาก การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ จะทำให้เกิด Multicollinearity หรือตัวแปรอิสระ (X) มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าสูงเกินความเป็นจริง

4. การแจกแจงตัวแปรตาม (Y) เป็นแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) ทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X)

5. ค่าความแปรปรวนของตัวแปรตามจะเท่ากันกับทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X)

6. จากการพยากรณ์ค่าความคลาดเคลื่อนของความแปรปรวน (Residual) ที่จุดทุกจุดบนเส้นถดถอยมีค่าเท่ากัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) ไม่ควรเกิน 0.8 เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากทำการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามข้างต้นแล้ว ยังสามารถทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้อีกหนึ่งวิธีว่าเกิดปัญหา Multicollinearity หรือไม่ โดยสามารถดูได้จากค่าของ VIF และค่าของ Tolerance จากขั้นตอนของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ ซึ่งค่าของ VIF ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 และค่าของ Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.200 จึงจะถือได้ว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างรุนแรง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
Sig	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ (Significance)
t-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R Square : R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
Adjusted R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
SE ^b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์
SE _{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (Score Weight)
β	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Beta Weight)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานรูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

ส่วนที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

4.2.1 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการกำหนดให้แบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านพิจารณา ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้ (ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบถาม)

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญทริกา วงษ์วานิช คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณชญาภัศร เคาท์เทน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3. อาจารย์ ดร.ณัฐปภัสน์ จุ้ยเจริญ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โดยผลของการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ได้ค่าความเที่ยงตรงของข้อคำถามทุกข้อ อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.0 ซึ่งถือว่าเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในเกณฑ์และมีความสอดคล้องเหมาะสม (ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค ค่าเที่ยงตรงของแบบสอบถาม)

4.2.2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ในการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบใช้แบบสอบถามโดยการใช้กับผู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าประสิทธิสัมพันธ์แอลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป ตามตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านล่างนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

หัวข้อเรื่อง	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's α)
ปัจจัยรูปแบบการสื่อสาร	
1. การสื่อสารจากบนลงล่าง	0.945
2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน	0.925
3. การสื่อสารในแนวนอน	0.893
4. การสื่อสารแนวทแยง	0.895
ปัจจัยความไว้วางใจ	
1. ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	0.973
2. ความไว้วางใจในระบบ	0.904
ปัจจัยความผูกพันในองค์กร	0.989

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 4.2 – ตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	199	49.75
หญิง	201	50.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 ส่วนเพศชาย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20- 25 ปี	164	41.00
26-35 ปี	43	10.75
36-45 ปี	97	24.25
46-55 ปี	96	24.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20- 25 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 อายุ 46-55 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และอายุ 26-35 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	58	14.50
1-3 ปี	141	35.25
มากกว่า 3 ปี-5 ปี	47	11.75
มากกว่า 5 ปี	154	38.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงานในองค์กรปัจจุบันมากกว่า 5 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา มีอายุการทำงาน 1-3 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 อายุการทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และอายุการทำงานมากกว่า 3 ปี-5 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมปลาย/ ปวช.	106	26.50
สูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส.	294	73.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 ข้อมูลลักษณะด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส. จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ ปวช. จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	106	26.50
ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท	130	32.50
มากกว่า 20,001 บาท	164	41.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 ข้อมูลลักษณะด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท จำนวน 164 คน

คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ประกอบด้วย 1) การสื่อสารจากบนลงล่าง 2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน 3) การสื่อสารในแนวนอน และ 4) การสื่อสารแนวทแยง โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กำหนดคะแนนค่าเฉลี่ย และแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. การสื่อสารจากบนลงล่าง	4.62	0.50	มากที่สุด	2
2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน	4.43	0.45	มากที่สุด	4
3. การสื่อสารในแนวนอน	4.67	0.43	มากที่สุด	1
4. การสื่อสารแนวทแยง	4.60	0.52	มากที่สุด	3
รวม	4.58	0.40	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านการสื่อสารในแนวนอน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง ($\bar{X} = 4.62$) ด้านการสื่อสารแนวทแยง ($\bar{X} = 4.60$) และด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร

ด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง				
รูปแบบการสื่อสารในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง				
1. ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งคำสั่งผ่านคู่มือการทำงาน และแบบแสดงลักษณะวิธีการทำงานก่อนทำงานให้พนักงานทราบเสมอ	4.58	0.64	มากที่สุด	4

ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
ด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง (ต่อ)

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง				
2. ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งพนักงานถึงข้อบังคับ หรือ กฎเกณฑ์ทั้งในเวลางาน และนอกเวลางานก่อนเริ่มทำงาน	4.63	0.58	มากที่สุด	2
3. ผู้บังคับบัญชาแจ้งผลการทำงานให้พนักงานทราบว่า เป็นอย่างไร เพื่อให้ทราบข้อดี และข้อเสียของตนเอง	4.59	0.59	มากที่สุด	3
4. ผู้บังคับบัญชาได้ชี้แจงให้พนักงานทราบถึงภารกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในองค์กร	4.67	0.60	มากที่สุด	1
รวม	4.62	0.50	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บังคับบัญชาได้ชี้แจงให้พนักงานทราบถึงภารกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในองค์กร ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาผู้บังคับบัญชาได้แจ้งพนักงานถึงข้อบังคับ หรือกฎเกณฑ์ทั้งในเวลางาน และนอกเวลางานก่อนเริ่มทำงาน ($\bar{X} = 4.63$) ผู้บังคับบัญชาแจ้งผลการทำงานให้พนักงานทราบว่าเป็นอย่างไรมากที่สุด เพื่อให้ทราบข้อดี และข้อเสียของตนเอง ($\bar{X} = 4.59$) และผู้บังคับบัญชาได้แจ้งคำสั่งผ่านคู่มือการทำงาน และแบบแสดงลักษณะวิธีการทำงานก่อนทำงานให้พนักงานทราบเสมอ ($\bar{X} = 4.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน				
1. พนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชา เพื่อบอกถึงความก้าวหน้าของงาน หรือ ปัญหาที่เกิดขึ้นให้ผู้บังคับบัญชาทราบได้	4.49	0.58	มากที่สุด	2
2. พนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาถึง ปัญหาที่พนักงานไม่สามารถหาทางออกได้และต้องการความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา	4.42	0.61	มากที่สุด	3

ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (ต่อ)

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
3. พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับงานให้ผู้บังคับบัญชาได้รับทราบ	4.22	0.64	มากที่สุด	4
4. พนักงานสามารถเปิดเผยความรู้สึก เกี่ยวกับเรื่องงาน หรือเพื่อนร่วมงานให้ หัวหน้าได้รับรู้	4.60	0.60	มากที่สุด	1
รวม	4.43	0.45	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานสามารถเปิดเผยความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องงาน หรือเพื่อนร่วมงานให้หัวหน้าได้รับรู้ ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาพนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อบอกถึงความก้าวหน้าของงาน หรือปัญหาที่เกิดขึ้นให้ผู้บังคับบัญชาทราบได้ ($\bar{X} = 4.49$) พนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาถึงปัญหาที่พนักงานไม่สามารถหาทางออกได้ และต้องการความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.42$) และพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานให้ผู้บังคับบัญชาได้รับทราบ ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
ด้านการสื่อสารในแนวนอน

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารในแนวนอน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับเพื่อนร่วมงานได้	4.68	0.64	มากที่สุด	2
2. ท่านสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับงานให้เพื่อนร่วมงานได้รับฟัง	4.64	0.56	มากที่สุด	4
3. ท่านและเพื่อนร่วมงานมีการ ประสานงานกันและร่วมมือในการแก้ไข ปัญหา	4.66	0.53	มากที่สุด	3
4. ท่านรับฟังปัญหา หรือคำแนะนำจาก เพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี	4.70	0.49	มากที่สุด	1
รวม	4.67	0.43	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารในแนวนอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรับฟังปัญหา หรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมาท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงานได้ ($\bar{X} = 4.68$) ท่านและเพื่อนร่วมงานมีการประสานงานกันและร่วมมือในการแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 4.66$) และท่านสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานให้เพื่อนร่วมงานได้รับฟัง ($\bar{X} = 4.64$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารแนวทแยง

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร ด้านการสื่อสารแนวทแยง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชา ของแผนกอื่น ๆ	4.54	0.72	มากที่สุด	3
2. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ ผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ	4.63	0.62	มากที่สุด	2
3. ท่านติดต่อประสานงานกับผู้บังคับบัญชา ของแผนกอื่น ๆ เพื่อลดขั้นตอนในการ สื่อสาร	4.54	0.64	มากที่สุด	3
4. ท่านประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ได้ อย่างรวดเร็ว	4.70	0.57	มากที่สุด	1
รวม	4.60	0.52	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารแนวทแยง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมาท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.63$) และท่านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.54$) กับท่านติดต่อประสานงานกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ เพื่อลดขั้นตอนในการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.54$) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ ประกอบด้วย 1) ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และ 2) ความไว้วางใจในระบบ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กำหนดคะแนนค่าเฉลี่ย และแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	มีความไว้วางใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	4.59	0.46	มากที่สุด	2
2. ความไว้วางใจในระบบ	4.65	0.46	มากที่สุด	1
รวม	4.62	0.44	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านความไว้วางใจในระบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมาด้านความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.59$)

ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชา มีความห่วงใยเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา	4.42	0.63	มากที่สุด	5
2. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถประเมินผลการทำงานอย่างยุติธรรม	4.61	0.59	มากที่สุด	3
3. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถใช้ความรู้สอนงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้	4.49	0.62	มากที่สุด	4
4. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถเชื่อถือได้ทั้งคำพูดและการกระทำ	4.76	0.52	มากที่สุด	1
5. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถให้การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นต่อการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา	4.68	0.57	มากที่สุด	2
รวม	4.59	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถเชื่อถือได้

ทั้งคำพูดและการกระทำ ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถให้การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นต่อการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.68$) ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถประเมินผลการทำงานอย่างยุติธรรม ($\bar{X} = 4.61$) ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถใช้ความรู้สอนงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้ ($\bar{X} = 4.49$) และท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชา มีความห่วงใยเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในระบบ

ความไว้วางใจในระบบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านยอมรับในวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร	4.77	0.50	มากที่สุด	1
2. ท่านไว้วางใจในระบบการมอบหมายที่ตรงตามความสามารถของพนักงาน	4.56	0.64	มากที่สุด	4
3. ท่านไว้วางใจในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน	4.69	0.56	มากที่สุด	2
4. ท่านไว้วางใจในระบบการจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน เช่น จ่ายแบบรายวัน จ่ายแบบรายเดือน เป็นต้น	4.56	0.61	มากที่สุด	4
5. ท่านไว้วางใจในสมรรถนะขององค์กรว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้	4.65	0.56	มากที่สุด	3
รวม	4.65	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจในระบบ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านยอมรับในวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ($\bar{X} = 4.77$) รองลงมาท่านไว้วางใจในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.69$) ท่านไว้วางใจในสมรรถนะขององค์กรว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ($\bar{X} = 4.65$) และท่านไว้วางใจในระบบการมอบหมายที่ตรงตามความสามารถของพนักงาน ($\bar{X} = 4.56$) กับท่านไว้วางใจในระบบการจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน เช่น จ่ายแบบรายวัน จ่ายแบบรายเดือน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.56$) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร ประกอบด้วย

1) ด้านความรู้สึก 2) ด้านความต่อเนื่อง และ 3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) กำหนดคะแนนค่าเฉลี่ย และแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ความผูกพันในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ด้านความรู้สึกรัก	4.43	0.54	มากที่สุด	3
2. ด้านความต่อเนื่อง	4.52	0.47	มากที่สุด	2
3. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	4.62	0.50	มากที่สุด	1
รวม	4.52	0.44	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมาด้านความต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.52$) และด้านความรู้สึกรัก ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านความรู้สึกรักของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านความรู้สึกรัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านรู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีที่ได้เป็นบุคลากรในองค์กร	4.52	0.62	มากที่สุด	1
2. ท่านเชื่อมั่นและศรัทธาในองค์กรแห่งนี้เสมอ	4.42	0.64	มากที่สุด	2
3. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีบุคคลภายนอกกล่าวชื่นชมองค์กรว่าให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่ดี	4.35	0.69	มากที่สุด	3
รวม	4.43	0.54	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความผูกพันในองค์กรด้านความรู้สึกรักของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีที่ได้เป็นบุคลากรในองค์กร ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาท่านเชื่อมั่นและศรัทธาในองค์กรแห่งนี้เสมอ ($\bar{X} = 4.42$) และท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีบุคคลภายนอกกล่าวชื่นชมองค์กรว่าให้สวัสดิการและผลตอบแทนที่ดี ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านความต่อเนื่องของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ปัจจัยความผูกพันในองค์กร ด้านความต่อเนื่อง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านตั้งใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเสมอ	4.67	0.53	มากที่สุด	1
2. ท่านตั้งใจทำงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จ ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรค	4.59	0.59	มากที่สุด	2
3. ท่านเต็มใจทำงานนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.44	0.65	มากที่สุด	3
4. ท่านพร้อมที่จะนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการทำงานที่องค์กรอย่างเต็มที่	4.39	0.65	มากที่สุด	4
รวม	4.52	0.47	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความผูกพันในองค์กรด้านความต่อเนื่องของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านตั้งใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเสมอ ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาท่านตั้งใจทำงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรค ($\bar{X} = 4.59$) ท่านเต็มใจทำงานนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X} = 4.44$) และท่านพร้อมที่จะนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการทำงานที่องค์กรอย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยความผูกพันในองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคมของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ปัจจัยความผูกพันในองค์กร ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ท่านกล้าที่จะบอกใคร ๆ ว่าองค์กรแห่งนี้ เป็นสถานที่น่าทำงานเป็นอย่างยิ่ง	4.46	0.67	มากที่สุด	3
2. ถึงแม้จะมีทางเลือกที่ดีกว่า ท่านก็ไม่ลาออก จากองค์กร	4.69	0.70	มากที่สุด	2
3. ท่านพร้อมที่จะปกป้องชื่อเสียงและศักดิ์ศรี ขององค์กร	4.71	0.54	มากที่สุด	1
รวม	4.62	0.50	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความผูกพันในองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคมของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านพร้อมที่จะปกป้องชื่อเสียงและศักดิ์ศรีขององค์กร ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมาถึงแม้จะมีทางเลือกที่ดีกว่า ท่านก็ไม่ลาออกจากองค์กร

($\bar{X} = 4.69$) และท่านกล้าที่จะบอกใคร ๆ ว่าองค์กรแห่งนี้เป็นสถานที่น่าทำงานเป็นอย่างยิ่ง ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้การใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

สถิติทดสอบใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test)

ความผูกพันในองค์กร	t-test for Equality Mean					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ภาพรวม	ชาย	4.50	0.464	-0.791	398	0.430
	หญิง	4.54	0.415			

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test) พบว่า ความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.430 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)

ความผูกพันในองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	Ms	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.172	3	0.057	0.296	0.828
	ภายในกลุ่ม	76.954	396	0.194		
	รวม	77.126	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) พบว่า ความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.828 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุการทำงานของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุการทำงานของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)

ความผูกพันในองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	Ms	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.429	3	0.476	2.492	0.060
	ภายในกลุ่ม	75.698	396	0.191		
	รวม	77.126	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุการทำงานของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) พบว่า ความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.060 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test)

ความผูกพันในองค์กร	t-test for Equality Mean					
	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ภาพรวม	มัธยมปลาย/ ปวช.	4.42	0.523	-2.419	151.743	0.017*
	สูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส.	4.56	0.401			

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่าง ค่าที (t-test) พบว่า ความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวช. ($\bar{X} = 4.56$) มีความผูกพันในองค์กรมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ ปวช. ($\bar{X} = 4.42$)

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)

ความผูกพันในองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	Ms	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.030	2	0.015	0.078	0.925
	ภายในกลุ่ม	77.096	397	0.194		
	รวม	77.126	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานกับความผูกพันในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบหาความต่างการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) พบว่า ความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.925 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานรูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของรูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

ประสิทธิภาพ ในการสื่อสาร	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.804	0.174		4.623	0.000		
การสื่อสารจาก บนลงล่าง (X ₁)	0.311	0.045	0.355	6.849	0.000*	0.410	2.436
การสื่อสารจาก ล่างขึ้นบน (X ₂)	0.139	0.040	0.143	3.446	0.001*	0.638	1.567
การสื่อสาร ในแนวนอน (X ₃)	0.242	0.053	0.238	4.605	0.000*	0.412	2.426
การสื่อสารแนว ทแยง (X ₄)	0.116	0.042	0.137	2.754	0.006*	0.446	2.242
R= 0.751 R ² = 0.564 Adjusted R ² = 0.560 SE _{EST} = 0.292 F= 127.931 P= 0.000*							
Durbin Watson = 1.826							

a. Dependent Variable: ความผูกพันในองค์กร

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่า เกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 2.436 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด 0.410 ซึ่งมีความมากกว่า 0.200 เป็นไปตามเกณฑ์ของ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2555) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของของรูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน พบว่า การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแนวทแยง สามารถทำนายความผูกพันในองค์กรของพนักงานได้ร้อยละ 56.4 ($R^2 = 0.564$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 43.6 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.292 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.751 ซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{ความผูกพันในองค์กร} = 0.804 + 0.311 X_1 + 0.139 X_2 + 0.242 X_3 + 0.116 X_4$$

และได้สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{ความผูกพันในองค์กร} = 0.355 X_1 + 0.143 X_2 + 0.238 X_3 + 0.137 X_4$$

จากสมการจึงสามารถอธิบายได้ว่า รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแนวทแยง มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารจากบนลงล่าง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของรูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง มีค่าเท่ากับ 0.355 แสดงให้เห็นว่า ถ้ารูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากบนลงล่างเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.355 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

การสื่อสารจากล่างขึ้นบน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของรูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน มีค่าเท่ากับ 0.143 แสดงให้เห็นว่า ถ้ารูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.143 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

การสื่อสารในแนวนอน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของรูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารในแนวนอน มีค่าเท่ากับ 0.238 แสดงให้เห็นว่า ถ้ารูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารในแนวนอนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.238 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

การสื่อสารแนวทแยง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของรูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารแนวทแยง มีค่าเท่ากับ 0.137 แสดงให้เห็นว่า ถ้ารูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารแนวทแยง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.137 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

ความไว้วางใจ	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.027	0.155		6.617	0.000		
ความไว้วางใจใน ผู้บังคับบัญชา (X ₁)	0.358	0.050	0.378	7.154	0.000*	0.394	2.540
ความไว้วางใจใน ระบบ (X ₂)	0.399	0.051	0.417	7.884	0.000*	0.394	2.540
R= 0.750 R ² =0.563 Adjusted R ² = 0.561 SE _{EST} = 0.291 F= 255.513 P= 0.000*							
Durbin Watson = 1.913							

a. Dependent Variable: ความผูกพันในองค์กร

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่า เกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่า 2.540 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance มีค่า 0.394 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.200 เป็นไปตามเกณฑ์ของ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2555) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของของความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน พบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบ สามารถทำนายความผูกพันในองค์กรของพนักงานได้ร้อยละ 56.3 ($R^2 = 0.563$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 43.7 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.291 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.750 ซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{ความผูกพันในองค์กร} = 1.027 + 0.358 X_1 + 0.399 X_2$$

และได้สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{ความผูกพันในองค์กร} = 0.378 X_1 + 0.417 X_2$$

จากสมการจึงสามารถอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจ ได้แก่ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา มีค่าเท่ากับ 0.378 แสดงให้เห็นว่า ถ้าความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.378 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ความไว้วางใจในระบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของความไว้วางใจในระบบ มีค่าเท่ากับ 0.417 แสดงให้เห็นว่า ถ้าความไว้วางใจในระบบ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น 0.417 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ส่วนที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

ความผูกพันในองค์กร	ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	อายุการทำงาน	ระดับการศึกษา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ภาพรวม	-	-	-	✓	-

หมายเหตุ ✓ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สมมติฐาน	ประสิทธิภาพในการสื่อสาร	สถิติที่ใช้	Sig.	ผลการทดสอบ
รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน	การสื่อสารจากบนลงล่าง	MRA	0.000*	มีผล
	การสื่อสารจากล่างขึ้นบน		0.001*	มีผล
	การสื่อสารในแนวนอน		0.000*	มีผล
	การสื่อสารแนวทแยง		0.006*	มีผล

ตารางที่ 4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน

สมมติฐาน	ความไว้วางใจ	สถิติที่ใช้	Sig.	ผลการทดสอบ
ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน	ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา	MRA	0.000*	มีผล
	ความไว้วางใจในระบบ		0.000*	มีผล

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานประจำระดับปฏิบัติการในธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับเหมาช่วงงานจากบริษัทเอกชนที่ประมูลงานได้ หรือรับงานตรงจากบริษัทผู้ว่าจ้างที่ต้องการงานติดตั้งระบบสายสัญญาณ Lan, Fiber Optic ตามตกลงจากบริษัทผู้ว่าจ้าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 อายุ 20- 25 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบันมากกว่า 5 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีการศึกษาในระดับสูงกว่ามัธยมศึกษา/ ปวส. จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร

จากการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านการสื่อสารในแนวนอนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง ($\bar{X} = 4.62$) ด้านการสื่อสารแนวทแยง ($\bar{X} = 4.60$) และด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ
จากการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านความไว้วางใจในระบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมาด้านความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.59$)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร
จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมาด้านความต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.52$) และด้านความรู้สึก ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อายุการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแนวทแยง มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ความไว้วางใจ ได้แก่ ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในระบบ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานของการศึกษาได้ ดังนี้

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่ต่างกัน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานเพศชายและเพศหญิงต่างก็รู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีที่ได้เป็นบุคลากรในองค์กร รวมถึงเชื่อมั่นและศรัทธาในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rampal, Arora, Nawaz, Gupta and Kapoor (2023) ศึกษาเรื่องการประเมินปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาคธุรกิจพลังงานความร้อนของประเทศอินเดีย ผลการศึกษา พบว่า เพศไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีอายุต่างกัน ต่างก็พร้อมเต็มใจที่จะทำงานต่อกับองค์กรตลอดไป สอดคล้องกับงานวิจัยของกวี โฉมเฉลา, มณฑิรา ลีลาประชากุล, นิพัฐพนธ์ สนิทเหลือ, นรธสรพร เล็กสู่ และเฉลิมชาติ เมฆแดง (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัท ตั้งชูนฮวดผลิตภัณฑ์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่า อายุของพนักงานที่ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกัน ต่างมีความยินดีที่จะทำงานในองค์กรอย่างยาวนาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกวี โฉมเฉลา, มณฑิรา ลีลาประชากุล, นิพัฐพนธ์ สนิทเหลือ, นรธสรพร เล็กสู่ และเฉลิมชาติ เมฆแดง (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัท ตั้งชูนฮวดผลิตภัณฑ์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่า อายุงานของพนักงานที่ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน พร้อมทั้งจะปกป้องชื่อเสียงและศักดิ์ศรีขององค์กร รวมถึงกลัวที่จะบอกใคร ๆ ว่าองค์กรแห่งนี้เป็นสถานที่ที่น่าทำงานเป็นอย่างยิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยรัตน์ ทศนวงศ์วรา และทองฟู ศิริวงศ์ (2566) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท สยามอะกรี ซัพพลาย จำกัด ผลการศึกษา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีการศึกษาระดับสูง พร้อมทั้งจะนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการทำงานที่องค์กรอย่างเต็มที่ และเต็มใจทำงานนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของทศพร จันทรเพ็ชรสี, ทองฟู ศิริวงศ์ และลักษมี ท่งหว่า (2567) ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทกำจัดแมลงในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากผู้บังคับบัญชาได้แจ้งคำสั่งผ่านคู่มือการทำงาน และแบบแสดงลักษณะวิธีการทำงาน ก่อนทำงานให้พนักงานทราบเสมอ มีการแจ้งพนักงานถึงข้อบังคับ หรือกฎเกณฑ์ทั้งในเวลางาน และนอกเวลางานก่อนเริ่มทำงาน นอกจากนี้มีการแจ้งผลการทำงานให้พนักงานทราบว่าเป็นอย่างไรมาก่อน เพื่อให้ทราบและนำไปปรับปรุง หรือพัฒนาต่อ อีกทั้งได้ชี้แจงให้พนักงานทราบถึงภารกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อให้ทุกคนรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในองค์กร และผูกพันต่อองค์กรอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang, Zhang and Liu (2022) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอนต่อความผูกพันต่อองค์กร: หลักฐานจากบริษัทอินเทอร์เน็ตของประเทศจีน ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากพนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อบอกถึงความก้าวหน้าของงาน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงาน หรือปัญหาที่พนักงานไม่สามารถหาทางออกได้ และต้องการความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา รวมถึงเปิดเผยความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องงาน หรือเพื่อนร่วมงานให้ได้รับรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอิซฮานันท์ แก้วศรีนวล (2563) ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารแบบระดับล่างขึ้นไปสู่ระดับบน มีผลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย

รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารในแนวนอน มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากพนักงานต่างสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงานได้ รับฟังปัญหา หรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี มีการประสานงานกันและร่วมมือในการแก้ไขปัญหา รวมถึงแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานให้เพื่อนร่วมงานได้รับฟัง สอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยทิพย์ ศรีศักดิ์ดา (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ที่ปฏิบัติงานในองค์กรเอกชนเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานในระดับตำแหน่งเดียวกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารแนวทแยง มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากพนักงานระดับผู้ใต้บังคับบัญชาติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ จึงมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยลลิตน์ จันทร์มี (2565) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน ผลการศึกษา พบว่า การติดต่อสื่อสารแบบแนวไขว้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากพนักงานระดับผู้ใต้บังคับบัญชา มีความไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถเชื่อถือได้ทั้งคำพูดและการกระทำ ประเมินผลการทำงานอย่างยุติธรรม มีความห่วงใยเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน สามารถให้

การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นต่อการทำงาน และสามารถใช้ความรู้สอนงานให้กับผู้ได้บังคับบัญชาได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมลรัตน์ วงษ์ภูษาประกร และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2564) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การของ องค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจผู้บังคับบัญชามี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์การ

ความไว้วางใจในระบบ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เนื่องจากพนักงานยอมรับ ในวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร มีความไว้วางใจในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบ การมอบหมายที่ตรงตามความสามารถของพนักงาน ระบบการจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน เช่น จ่ายแบบ รายวัน จ่ายแบบรายเดือน เป็นต้น และสมรรถนะขององค์กรว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oh, Kim and Kim (2023) ศึกษาเรื่องผลกระทบของภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม และภาวะผู้นำแบบเผด็จการต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานและความผูกพันต่อองค์กรศึกษา: บทบาทการส่งผ่านของตัวแปรความไว้วางใจในองค์กรและบทบาทการเป็นตัวแปรกำกับของการมีส่วนร่วม ในการชกกีฬา ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในองค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กร ของพนักงาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง มีผลต่อ ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ ควรกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสาร ขององค์กรโดยการสร้างคู่มือในการปฏิบัติงาน สร้างความเข้าใจร่วมกันในการทำงานทั้งพนักงาน ทุกระดับ ผู้บังคับบัญชามีอำนาจในการแจ้งข้อมูลลงไปสู่ระดับผู้ใต้บังคับบัญชาให้เป็นข้อมูลมีทิศทาง เดียวกันกับคู่มือที่สร้างขึ้น

2) ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน มีผลต่อ ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ ควรกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสาร ขององค์กรโดยการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถแสดงความคิดเห็นทั้งในเรื่องงานและ เพื่อนร่วมงาน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไปยังผู้บังคับบัญชาเป็นการส่วนตัวได้ เช่น ช่องทางไลน์ ช่องทางระบบอีเมล พุดคุยแบบเผชิญหน้า หรือพุดคุยผ่านช่องทางโทรศัพท์ เป็นต้น

3) ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารในแนวนอน มีผลต่อ ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ ควรกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสาร ขององค์กรระหว่างพนักงานระดับเดียวกันให้สามารถติดต่อสื่อสารประสานงานร่วมกัน และร่วมมือกัน ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สร้างกลุ่มไลน์แต่ละแผนก สร้างกลุ่มไลน์ทุกแผนกรวมกัน เพื่อใช้ในการ สื่อสารเกี่ยวกับเรื่องงานเป็นหลัก

4) ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารด้านการสื่อสารแนวทแยง มีผลต่อความผูกพัน ในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ ควรกำหนดนโยบายในการบริหารการสื่อสารขององค์กร

โดยอาจสร้างกิจกรรมมิตรสัมพันธ์ในที่ทำงานระหว่างพนักงานทุกระดับทุกแผนก เป็นการเชื่อมสัมพันธ์มิตรทั้งในเรื่องการทำงานและเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

5) ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาที่ดีควรมีความเป็นมิตรกับพนักงานทุกคน เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกไว้วางใจและพร้อมที่จะทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามที่ได้รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชา

6) ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจในระบบ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ดังนั้น องค์กรควรมีการกำหนดนโยบายมาตรฐานการประเมินผลงานของพนักงานทุกคนในองค์กรให้เป็นที่เป็นที่ประจักษ์ และกำหนดนโยบายมอบหมายงานที่ตรงกับสมรรถนะของบุคลากร

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เช่น คุณภาพชีวิตในการทำงาน ภาวะผู้นำ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาสร้างความผูกพันในองค์กรให้แก่พนักงานอยู่อย่างยาวนาน

2) ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงาน เพื่อให้ข้อมูลที่เชิงลึกและครอบคลุมเนื้อหามากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กนก ขวัญเรือน. (2564). ความไว้วางใจหัวหน้างาน การรับรู้ลักษณะภาวะผู้นำตามแนวคิดตาข่ายบริหารงาน ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ให้บริการทางโทรศัพท์ โดยมีการสื่อสารในองค์การเป็นตัวแปรสื่อ: กรณีศึกษา บริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- กวี โฉมเฉลา, มณฑิรา สีสภาพชากุล, นิพัทธ์พนธ์ สนิทเหลือ, นรธสรพร เล็กสุ และเฉลิมชาติ เมฆแดง. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัท ตั้งชุมชนสวัสดิการภัณฑ์ จำกัด. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 6(1), 507-519.
- กันตพัฒน์ ศรีสุวรรณไพท. (2562). ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท กรไทย จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต).
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2555). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จ็อบส์ ดีบี. (2566). 10 ขั้นตอนสร้างความผูกพันองค์กร. สืบค้นจาก <https://th.jobsdb.com/th/career-advice/article/สร้างความผูกพันองค์กร-2>
- จิรสุดา สุขสำอาจ. (2561). มาตรการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร และความไว้วางใจของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดปทุมธานี. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ฉัตรจิตตา เกตุจินดา และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจจา. (2565). คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อีเทอร์นีตี้ แกรนด์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน). วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย, 16(1), 15-25.
- ชนิกานต์ กระแก้ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและความสุขในการทำงานของพนักงานในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค: กรณีศึกษาบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. (2558). การสื่อสารในองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐกฤตา นันตา. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดสระบุรี ในช่วงที่มีการทำงานที่บ้าน (Work from Home). (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ณัฐพล ตานันชัย. (2566). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษา สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม. Procedia of Multidisciplinary Research, 1(7), 1-8.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ตุลยา อุดมศิลป์, เจษฎา นกน้อย และวรรณภรณ์ บริพันธ์. (2561). รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. ใน **รายงานการประชุมวิชาการครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา** (น. 528-538). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทศพร จันทร์เพชรสี, ทองฟู ศิริวงศ์ และลักษมี ทุ่งหว่า. (2567). ปัจจัยคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัททำจัดแมลงในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. **วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ**, 3(2), 38-51.
- ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ธิดานันท์ แก้วศรีนวล. (2563). รูปแบบการสื่อสารวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารกสิกรไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- นิธุมล มณีสว่างวงศ์. (2556). การสื่อสารในองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บริษัท เจ.อาร์.ดับเบิลยู. ยูทิลิตี้ จำกัด (มหาชน). (2567). การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์. สืบค้นจาก http://capital.sec.or.th/webapp/corp_fin/datafile/69/113900091401012010-04-29T06.PDF?ts=1275672164
- บริษัท อินฟราเซท จำกัด (มหาชน). (2562). ข้อมูลสรุป (Executive Summary). สืบค้นจาก <https://market.sec.or.th/public/ipos/IPOSGetFile.aspx?TransID=247492&TransFileSeq=334>
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2532). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: สหมิตรออฟเซต.
- พลอยทิพย์ ศรีศักดิ์ดา. (2564). ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ที่ปฏิบัติงานในองค์กรเอกชนเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พลอยลลิตน์ จันทร์มี. (2565). การสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- พัชรทัต จารุทวีผลบุญกุล, ธัญญณ วัทโธ และวิลาสิณี สุดประเสริฐ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด. **วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น**, 2(3), 27-39.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิมลรัตน์ วงษ์ษาประกร และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน. (2564). อิทธิพลของความยุติธรรมในองค์การ และความไว้วางใจในองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การ ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(1), 147-157.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2552). *วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 1*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- วรารกร ถีสุงเนิน และธรรมวิมล สุขเสริม. (2562). รูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา สายธุรกิจสุกรของบริษัท ซี พี เอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 14(3), 127-136.
- วันชัย มีชาติ. (2558). *พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2556). *การพัฒนาองค์การ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: ธนัชการพิมพ์.
- วิมลวรรณ เจริญวิลาวัณย์. (2564). อิทธิพลของการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิก และความไว้วางใจ ต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรผ่านความพึงพอใจในงานของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เขตภาคตะวันตก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วิโรจน์ โสวัณณะ. (2555). *คู่มือสู่ความสำเร็จอันไร้ขอบเขต*. กรุงเทพฯ: โลกทิพย์.
- ศักรินทร์ วรรณะปริญญา. (2562). ความไว้วางใจในหัวหน้างานที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเจนเอเรชั่นวาย กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดระยอง. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*, 11(2), 131-147.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2566). *เรียนรู้จากความล้มเหลว เพิ่มโอกาสสร้างความผูกพัน*. สืบค้นจาก <https://www.ftpi.or.th/2023/111786>
- สมคิด บางโม. (2562). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สัญญาติ พรหมแดง, นันทนา นิจอหอ และนาถรพี ชัยมงคล. (2561). การสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 50-59.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2541). *พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน. พ.ศ. 2541*. สืบค้นจาก <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2541/A/008/1.PDF>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *กิจกรรมการจ้างเหมาช่วงโดยได้รับค่าตอบแทนหรือตามสัญญาจ้าง (Outsourcing)*. สืบค้นจาก <https://statstd.nso.go.th/faq/downloadfile.aspx?id=46>
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- หทัยรัตน์ ทศนวงศ์วรา และทองฟู ศิริวงศ์. (2566). คุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท สยามอะกริ ซัพพลาย จำกัด. **วารสารการจัดการใช้คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ**, 2(2), 50-65.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิศักดิ์ อาจนันท์. (2557). ผลกระทบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรกับการทำงานเป็นทีมที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานไอที ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). **พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัศวิน สายจีน. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิต. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- 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, 1-18.
- Alomrana, A., Ahmeda, T., & Kassem, A. (2024). Impact of organizational trust on organizational commitment: the moderating effect of national identity. **Cogent Social Sciences**, 10(1), 1-26.
- Baron, R. A. (1986). **Behavior in organizations: Understanding and managing the human side of work** (8th ed.) Boston: Allyn and Bacon.
- Berraies, S., Hamza, K. A., & Chtioui, R. (2021). Distributed leadership and exploratory and exploitative innovations: Mediating roles of tacit and explicit knowledge sharing and organizational trust. **Journal of Knowledge Management**, 25(5), 1287-1318.
- Biswas, S., & Kapil, K. (2017). Linking perceived organizational support and organizational justice to employees' in-role performance and organizational cynicism through organizational trust. **The Journal of Management Development**, 36(5), 696-711.
- Cochran, W. G. (1963). **Sampling techniques** (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing** (5th ed.). New York: Collins.
- Davis, k., & Newstrom, J. W. (1989). **Human Behavior at Work** (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dessler, G. (1997). **Human resource management**. New Jersey: A Simon & Schuster,

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hair, Jr., Black, J. F. Babin, W. C., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Luhmann, N. (1979). **Trust and Power**. New York: John Wiley and Sons.
- Mishra, A. K. (1996). **Organizational responses to crisis: The centrality of trust**. In trust in organizations: Frontiers of theory and research. USA: Sage.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). **Linkages : The psychology of commitment absenteeism and turnover**. New York: Academic Press.
- Ndlovu, T., Quaye, E. S., & Saini, Y. K. (2021). Predicting organisational commitment: The role of line manager communication, employee trust and job satisfaction. **South African Journal of Business Management**, 52(1). doi:10.4102/sajbm.v52i1.2355
- Oh, J., Kim, D. H., & Kim, D. (2023). The impact of inclusive leadership and autocratic leadership on employees' job satisfaction and commitment in sport organizations: The mediating role of organizational trust and the moderating role of sport involvement. **Sustainability**, 15(4). doi:10.3390/su15043367
- Putri, L. Z. A., & Kusuma, K. A. (2022). The effect of job satisfaction, organizational culture, and perceived organizational support on organizational citizenship behavior on employee in company. **Indonesian Journal of Law and Economics Review**, 18(1). doi: 10.21070/ijler.v18i0.879
- Rampal, S., Arora, N., Nawaz, N., Gupta, S. K. & Kapoor, S. (2023). An assessment of demographic variables affecting employees' organizational commitment in India's thermal power sector. **Problems and Perspectives in Management**, 21(2), 701-710.
- Reynolds, L. (1997). **The trust effect: Creating the high trust high performance organization**. London: Nicholas Brealey.
- Robinson, S. L. (1996). Trust and breach of the psychological contract. **Administrative Science Quarterly**, 41, 574-599.
- Robbins, S. P. (2005). **Essentials of Organizational Behavior** (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Salleh, S. M., Zahari, A. S. M., Aziz, N. U. A., & Majid, M. A. (2015). Exploring the Relationship between Interpersonal Trust and Job Satisfaction on Organizational Commitment. **Journal of Basic and Applied Scientific Research**, 5(1), 85-90.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcome of organizational commitment. **Administrative Science Quarterly**, 22, 68-70.
- Steers R. M., & Porter L. W. (1991). **Motivation and work behavior** (6th ed.) New York: McGraw-Hill Book.
- Whitney, J. O. (1996). **The economics of trust: Liberating profits and restoring corporate vitality**. New York: McGraw-Hill.
- Yasir, M., Imran, R., Irshad, M. K., Mohamad, N. A., & Khan, M. M. (2016). Leadership styles in relation to employees' trust and organizational change capacity: Evidence from non-profit organizations. **SAGE Open**, 6(4).
doi:10.1177/2158244016675396
- Zhang, Y., Zhang, C., & Liu, M. (2022). Effects of top-down, bottom-up, and horizontal communication on organizational commitment: Evidence from Chinese Internet firms. **IEEE Transactions on Professional Communication**, 65(3), 411-426.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม
เรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพัน
ของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ธุรกิจสื่อสาร คือ บริษัทที่ทำงานเป็นผู้จำหน่าย ติดตั้งงานระบบ Network และ Wiring สายสัญญาณต่าง ๆ ทั้งสาย Lan สาย Fiber optic บริษัทเอกชนผู้รับเหมาช่วงหรือผู้รับเหมารายย่อยที่มีพนักงานไม่เกิน 20 คน

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านทำงานในองค์กรธุรกิจการสื่อสาร ซึ่งรับงานตรงจากบริษัทเอกชน หรือ รับเหมาช่วงใช่หรือไม่
☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบการตอบข้อมูลแบบสอบถาม)
2. บริษัทที่ท่านทำงานมีพนักงานไม่เกิน 20 คน ใช่หรือไม่
☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบการตอบข้อมูลแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ
☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ
☐ 1) 20- 25 ปี ☐ 2) 26-35 ปี
☐ 3) 36-45 ปี ☐ 4) 46-55 ปี
3. อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน
☐ 1) ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2) 1-3 ปี
☐ 3) มากกว่า 3 ปี-5 ปี ☐ 4) มากกว่า 5 ปี
4. ระดับการศึกษา
☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมต้น ☐ 2) มัธยมต้น
☐ 3) มัธยมปลาย/ ปวช. ☐ 4) สูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส.
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 2) ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท
☐ 3) มากกว่า 20,001 บาท

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การสื่อสารจากบนลงล่าง					
1. ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งคำสั่งผ่านคู่มือการทำงาน และแบบแสดงลักษณะวิธีการทำงานก่อนทำงานให้พนักงานทราบเสมอ					
2. ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งพนักงานถึงข้อบังคับหรือกฎเกณฑ์ทั้งในเวลางาน และนอกเวลางานก่อนเริ่มทำงาน					
3. ผู้บังคับบัญชาแจ้งผลการทำงานให้พนักงานทราบว่าเป็นอย่างไรมาก่อน เพื่อให้ทราบข้อดี และข้อเสียของตนเอง					
4. ผู้บังคับบัญชาได้ชี้แจงให้พนักงานทราบถึงภารกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในองค์กร					
การสื่อสารจากล่างขึ้นบน					
5. พนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาเพื่อบอกถึงความก้าวหน้าของงาน หรือปัญหาที่เกิดขึ้นให้ผู้บังคับบัญชาทราบได้					
6. พนักงานสามารถแจ้งผู้บังคับบัญชาถึงปัญหาที่พนักงานไม่สามารถหาทางออกได้ และต้องการความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา					
7. พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานให้ผู้บังคับบัญชาได้รับทราบ					
8. พนักงานสามารถเปิดเผยความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องงาน หรือเพื่อนร่วมงานให้หัวหน้าได้รับรู้					

การสื่อสารในแนวนอน					
9. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงานได้					
10. ท่านสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานให้เพื่อนร่วมงานได้รับฟัง					
11. ท่านและเพื่อนร่วมงานมีการประสานงานกันและร่วมมือในการแก้ไขปัญหา					
12. ท่านรับฟังปัญหา หรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี					
การสื่อสารแนวทแยง					
13. ท่านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ					
14. ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ					
15. ท่านติดต่อประสานงานกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ เพื่อลดขั้นตอนในการสื่อสาร					
16. ท่านประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความไว้วางใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา					
1. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชา มีความห่วงใยเกี่ยวกับความปลอดภัย ในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา					
2. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถ ประเมินผลการทำงานอย่างยุติธรรม					
3. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถ ใช้ความรู้สอนงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาได้					
4. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถ เชื่อถือได้ทั้งคำพูดและการกระทำ					
5. ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชาสามารถให้ การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็นต่อ การทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา					
ความไว้วางใจในระบบ					
6. ท่านยอมรับในวิสัยทัศน์ พันธกิจของ องค์กร					
7. ท่านไว้วางใจในระบบการมอบหมาย ที่ตรงตามความสามารถของพนักงาน					
8. ท่านไว้วางใจในระบบการประเมินผล การปฏิบัติงาน					
9. ท่านไว้วางใจในระบบการจ่าย ค่าตอบแทนพนักงาน เช่น จ่ายแบบรายวัน จ่ายแบบรายเดือน เป็นต้น					
10. ท่านไว้วางใจในสมรรถนะขององค์กรว่า สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้					

ส่วนที่ 5 ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความผูกพันในองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านความรู้สึก					
1. ท่านรู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีที่ได้เป็นบุคลากรในองค์กร					
2. ท่านเชื่อมั่นและศรัทธาในองค์กรแห่งนี้เสมอ					
3. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีบุคคลภายนอกกล่าวชื่นชมองค์กร					
ด้านความต่อเนื่อง					
4. ท่านตั้งใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเสมอ					
5. ท่านตั้งใจทำงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จ ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรค					
6. ท่านเต็มใจทำงานนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย					
7. ท่านพร้อมที่จะนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการทำงานที่องค์กรอย่างเต็มที่					
ด้านบรรทัดฐานทางสังคม					
8. ท่านกล้าที่จะบอกใคร ๆ ว่าองค์กรแห่งนี้ เป็นสถานที่น่าทำงานเป็นอย่างยิ่ง					
9. ถึงแม้จะมีทางเลือกที่ดีกว่า ท่านก็ไม่ลาออกจากองค์กร					
10. ท่านพร้อมที่จะปกป้องชื่อเสียงและศักดิ์ศรีขององค์กร					

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๕๗๖๘



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญทริกา วงษ์วานิช

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายยุทธชัย สีหิรัญวงศ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

จิราพร อมระ

(อาจารย์อติศร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายยุทธชัย สีหิรัญวงศ์

โทร. ๐๘๐ ๕๕๘ ๑๘๘๙

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๕๗๖๙



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐาภัส เคาท์เทน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายยุทธชัย สิริธัญวงศ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(อาจารย์อติศร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายยุทธชัย สิริธัญวงศ์

โทร. ๐๘๐ ๕๕๘ ๑๘๘๙

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๕๗๗๐



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.ณัฐปภัสร์ จุ้ยเจริญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายยุทธชัย สีหิรัญวงศ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนธทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

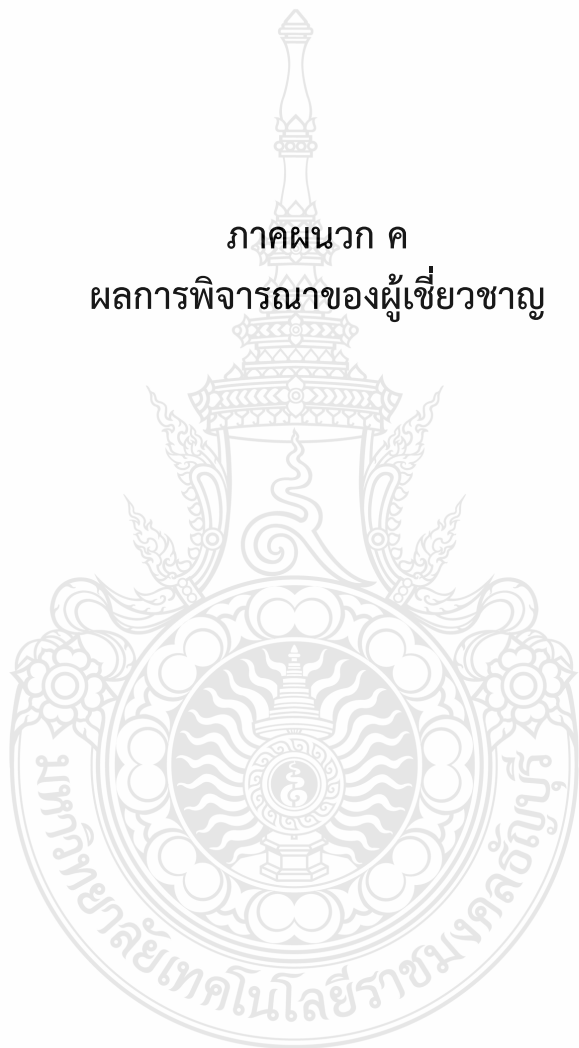
โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายยุทธชัย สีหิรัญวงศ์

โทร. ๐๘๐ ๕๕๘ ๑๘๘๙

ภาคผนวก ค
ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพัน
ของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

คำชี้แจง

แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือวิจัยเรื่องปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารและความไว้วางใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำให้การประเมินความเที่ยงตรง โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

-1 = แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใดในกรณีที่ท่านมีความเห็นหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิยามและข้อคำถามแต่ละข้อโปรดเขียนข้อเสนอแนะของท่านลงในช่องเสนอแนะโดยตรงแก่ผู้วิจัย จักเป็นพระคุณอย่างยิ่งซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ

ส่วนที่ 5 ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
1	ท่านทำงานในองค์กรธุรกิจ การสื่อสาร ซึ่งรับงานตรง จากบริษัทเอกชน หรือ รับเหมาช่วงใช่หรือไม่ ☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบการ ตอบข้อมูลแบบสอบถาม)	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
2	บริษัทที่ท่านมีพนักงาน ไม่เกิน 20 คน ใช่หรือไม่ ☐ 1) ใช่ ☐ 2) ไม่ใช่ (จบการ ตอบข้อมูลแบบสอบถาม)	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
1	เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
2	อายุ ☐ 1) 20- 25 ปี ☐ 2) 26-35 ปี ☐ 3) 36-45 ปี ☐ 4) 46-55 ปี	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
3	อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน ☐ 1) ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2) 1-3 ปี ☐ 3) 3-5 ปี ☐ 4) มากกว่า 5 ปี ปรับแก้ ☐ 1) ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 2) 1-3 ปี ☐ 3) มากกว่า 3 ปี-5 ปี ☐ 4) มากกว่า 5 ปี	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุงาน 3 ปี ต้องเลือกข้อไหน (ควรเขียนให้ชัดเจน)
4	ระดับการศึกษา ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมต้น ☐ 2) มัธยมต้น/ ปวช. ☐ 3) มัธยมปลาย/ ปวส. ☐ 4) สูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส. ปรับแก้ ☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมต้น ☐ 2) มัธยมต้น ☐ 3) มัธยมปลาย/ ปวช. ☐ 4) สูงกว่ามัธยมปลาย/ ปวส.	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 มัธยมต้นไม่ได้เทียบเท่า ปวช. มัธยมปลายเทียบเท่า ปวช.

ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 2) ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาท ☐ 3) มากกว่า 20,001 บาท	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารในองค์กร

ข้อ	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
การสื่อสารจากบนลงล่าง							
1	ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งคำสั่งผ่านคู่มือการทำงาน และแบบแสดงลักษณะวิธีการทำงานก่อนทำงานให้พนักงานทราบเสมอ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 ผู้บังคับบัญชา = หัวหน้า งาน?
2	ผู้บังคับบัญชาได้แจ้งพนักงานถึงข้อบังคับ หรือกฎเกณฑ์ทั้งในเวลางานและนอกเวลางานก่อนเริ่มทำงาน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
3	ผู้บังคับบัญชาแจ้งผลการทำงานให้พนักงานทราบว่าเป็นอย่างไรมาก่อน เพื่อให้ทราบข้อดี และข้อเสียของตนเอง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
4	ผู้บังคับบัญชาได้ชี้แจงให้ พนักงานทราบถึงภารกิจ วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วม ในองค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
การสื่อสารจากล่างขึ้นบน							
5	พนักงานสามารถแจ้ง ผู้บังคับบัญชาเพื่อบอกถึง ความก้าวหน้าของงาน หรือ ปัญหาที่เกิดขึ้นให้ ผู้บังคับบัญชาทราบได้	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
6	พนักงานสามารถแจ้ง ผู้บังคับบัญชาถึงปัญหา ที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ปรับแก้ พนักงานสามารถแจ้ง ผู้บังคับบัญชาถึงปัญหาที่ พนักงานไม่สามารถหาทาง ออกได้ และต้องการ ความช่วยเหลือจาก ผู้บังคับบัญชา	+1	-1	+1	0.33	ไม่ สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2 พนักงาน สามารถแจ้ง ผู้บังคับบัญชา ถึงปัญหาที่ พนักงานไม่ สามารถ หาทางออก ได้ และ ต้องการความ ช่วยเหลือจาก ผู้บังคับบัญชา
7	พนักงานสามารถแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานให้ ผู้บังคับบัญชาได้รับทราบ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
8	พนักงานสามารถเปิดเผยความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องงานหรือเพื่อนร่วมงานให้หัวหน้าได้รับรู้	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
การสื่อสารในแนวนอน							
9	ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงานได้	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
10	ท่านสามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานให้เพื่อนร่วมงานได้รับฟัง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
11	ท่านและเพื่อนร่วมงานมีการประสานงานกันและร่วมมือในการแก้ไขปัญหา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
12	ท่านรับฟังปัญหา หรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
การสื่อสารแนวทแยง							
13	ท่านมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
14	ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บังคับบัญชาของแผนกอื่น ๆ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
15	ท่านติดต่อประสานงานกับ ผู้บังคับบัญชาของแผนก อื่น ๆ เพื่อลดขั้นตอน ในการสื่อสาร	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 ไม่เข้าใจว่าถ้า ติดต่อ ผบ.บ. ได้ จะลด ขั้นตอนฯ อย่างไร ใน เมื่อมันต้อง ทำงานเป็นไป ตาม กระบวนการ
16	ท่านประสานงานกับแผนก อื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 ดูเป็นส่วน ขยายของข้อ 13 - 14 มากกว่า

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานในธุรกิจการสื่อสารที่มีต่อความไว้วางใจ

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา							
1	ท่านไว้วางใจว่า ผู้บังคับบัญชา มีความห่วงใยเกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการทำงาน ของผู้ใต้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
2	ท่านไว้วางใจว่า ผู้บังคับบัญชาสามารถ ประเมินผลการทำงาน อย่างยุติธรรม	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
3	ท่านไว้วางใจว่า ผู้บังคับบัญชาสามารถ ใช้ความรู้สอนงานให้กับ ผู้ใต้บังคับบัญชาได้	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
4	ท่านไว้วางใจว่า ผู้บังคับบัญชาสามารถ เชื่อถือได้ทั้งคำพูดและ การกระทำ	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 ไม่แน่ใจว่าจะ ได้คำตอบที่ตรง หรือไม่ และจะ ดู sensitive หรือไม่
5	ท่านไว้วางใจว่าผู้บังคับบัญชา สามารถให้การสนับสนุน ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการ ทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ข้อ	ข้อความถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
ความไว้วางใจในระบบ							
6	ท่านยอมรับในวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
7	ท่านไว้วางใจในระบบ การมอบหมายที่ตรงตาม ความสามารถของพนักงาน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
8	ท่านไว้วางใจในระบบ การประเมินผลการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
9	ท่านไว้วางใจในระบบ การจ่ายค่าตอบแทน พนักงาน ปรับแก้ ท่านไว้วางใจในระบบ การจ่ายค่าตอบแทน พนักงาน เช่น จ่ายแบบ รายวัน จ่ายแบบรายเดือน เป็นต้น	+1	+1	0	0.67	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 ยกตัวอย่างด้วย ก็จะดี เพราะ พจน. ก็น่าจะมี การจ่ายเงิน เป็นระบบอยู่ แล้ว เช่น จ่าย รายวัน ราย เดือน แบบนี้ หรือไม่
10	ท่านไว้วางใจในสมรรถนะ ขององค์กรว่าสามารถ บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3 บางคนอาจจะ ไม่ทราบว่า สมรรถนะคือ อะไร แล้วเค้า จะตอบหรือ ทราบไหม อัน นี้ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 5 ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจการสื่อสาร

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม ผล	แปลผล	
1	ท่านรู้สึกมีเกียรติและศักดิ์ศรีที่ได้เป็นบุคลากรในองค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
2	ท่านเชื่อมั่นและศรัทธาในองค์กรแห่งนี้เสมอ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
3	ท่านตั้งใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเสมอ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
4	ท่านตั้งใจทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรค	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
5	ท่านเต็มใจทำงานนอกเหนือจากหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
6	ท่านพร้อมที่จะนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการทำงานที่องค์กรอย่างเต็มที่	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
7	ท่านกล้าที่จะบอกใคร ๆ ว่าองค์กรแห่งนี้เป็นสถานที่นำทำงานเป็นอย่างยิ่ง	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
8	ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีบุคคลภายนอกกล่าวชื่นชมองค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
9	ถึงแม้จะมีทางเลือกที่ดีกว่า ท่านก็ไม่ลาออกจากองค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	
10	ท่านพร้อมที่จะปกป้องชื่อเสียงและศักดิ์ศรีขององค์กร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง	

ภาคผนวก ง
ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม



Reliability

Scale: การสื่อสารจากบนลงล่าง

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	4

Reliability

Scale: ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	5

Reliability

Scale: การสื่อสารจากล่างขึ้นบน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	4

Reliability

Scale: ความไว้วางใจในระบบ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

Reliability

Scale: การสื่อสารในแนวนอน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	4

Reliability

Scale: ความผูกพันในองค์กร

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.989	10

Reliability

Scale: การสื่อสารแนวทแยง

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	4

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นาย ยุทธชัย สี่หิรัญวงศ์

ที่อยู่

988/181 ม.ไทยวันดี วชิรธรรมสาธิต 57 แยก 20 ถ.สุขุมวิท 101/1

อำเภอพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260

การศึกษา

ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมการผลิต

ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประสบการณ์ทำงาน

ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัท นารา อินเทอร์เน็ต จำกัด

เบอร์โทรศัพท์

080-558-1889

อีเมล

yuttachai_s@mail.rmutt.ac.th

