

# งานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 4 ปี 2020

วันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 2563 ณ โรงแรม Swissotel Ratchada

1.5 m Distancing

1.5 m

Safe Spot!!

## คำนำ

การจัดประชุมวิชาการระดับชาติของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในปีนี้นับเป็นครั้งที่ 4 และยังคงจัดภายใต้แนวคิดเดิมคือการสื่อสารและการจัดการ การจัดประชุมในครั้งนี้ นอกจากคณะกรรมการจัดการประชุมจะให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาด้านวิชาการเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมาแล้วยังมีความพิถีพิถันเป็นพิเศษในเรื่องความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการเนื่องจากการระบาดของไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกอย่างสั้นว่าโรค COVID-19

คณะกรรมการจัดการประชุมตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการแพร่กระจายของไวรัสจึงดำเนินการตามมาตรการในการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของทุกคนตามที่รัฐบาลกำหนดทุกประการเช่น การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค การจัดที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง การขอให้ผู้เข้าร่วมประชุมใส่หน้ากาก การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์รวมทั้งการลดความแออัดในห้องประชุม ในปีนี้จึงใช้ห้องประชุมย่อยจำนวนมากและกำหนดให้แต่ละห้องประชุมย่อยมีผู้เข้าร่วมประชุมน้อย

บทความวิชาการและบทความวิจัยส่วนใหญ่มาจากสาขาวิชาการจัดการ นิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์ บางบทความมีเนื้อหาจากการบูรณาการข้ามสาขา เช่น การผสมระหว่างสาขาวิชาสาธารณสุขและสังคมศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์และการจัดการ บทความที่ผ่านการประเมินคุณภาพตามหลักวิชาการและสามารถเผยแพร่ได้มีทั้งสิ้นจำนวน 71 บทความ โดยแบ่งเป็นการนำเสนอผ่านระบบออนไลน์จำนวน 13 บทความและนำเสนอในห้องประชุมจำนวน 58 บทความ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกสถาบันที่ช่วยประเมินผลงานวิชาการและให้ข้อเสนอแนะ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการรักษามาตรฐานวิชาการและความปลอดภัย คณะกรรมการจัดการประชุมเชื่อว่าการประชุมวิชาการระดับชาติจะเป็นประโยชน์ในฐานะที่เป็นเวทีวิชาการในการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยของกัลยาณมิตรทางวิชาการทุกคนในครั้งนี้และโอกาสต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



คำสั่ง คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ 004/2563

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการครั้งที่ 4

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2562

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นเหน่งเพ็ชร	ประธาน
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา เขียวแก้ว	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระหนักจิต ยุตยรรยง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณย์ เขมาวุฒานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ณัทภักดิ์ ปั่นจาด	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ปรีชญา แม่นมินทร์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา	กรรมการ

อาจารย์ ดร.โสภชา เอี่ยมโอภาส	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุจิตรา เปลียนรุ่ง	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี	กรรมการ
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุพร ปริญญากุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตติกาล เจนจัด	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์	กรรมการ

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 13 เมษายน 2563

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)  
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

## สารบัญ

1. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและ .....1 การป้องกันตนเองจากข่าวปลอม (Fake News) บนสื่อสังคมออนไลน์ กนกกาญจน์ บัญชาบุษบง และ จักรกฤษณ์ ทิวาศุภชัย	1
2. ความรักดีของผู้เล่นเกมที่มีต่อ Garena Online (Thailand) .....15 กนกวรรณ ศรีรักษา และ พิชญ์พัธ วยโซติ	15
3. การรับรู้การท่องเที่ยวตะวันออกกลางและเส้นทางการตัดสินใจซื้อ .....28 แพกเกจทัวร์ตะวันออกกลางจากบริษัทนำเที่ยวของผู้บริโภค กมลรัตน์ วิญญรัตน์ และ สุทธนิภา ศรีไสย์	28
4. การสร้างสรรค์บท Business 4D the Series ของ ธนาคารออมสิน .....43 ตอน D1 Disruptive Business Trend จิรเมน สังข์ชัย	43
5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่กับภาพลักษณ์และ .....60 ความสนใจในการเลือกศึกษาต่อ ที่มหาวิทยาลัยบูรพาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 18 ณัฐวิโรจน์ มหาศ สุกัญญา บุรณเดชาชัย ศักดินา บุญเปี่ยม และ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ	60
6. ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม .....75 กรณีศึกษาผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ดลนัสม์ โพธิ์ฉาย และ พิทักษ์ ศิริวงศ์	75
7. ความชื่นชอบอัตลักษณ์กระเป๋าสตางค์ของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล.....88 ดารินทร์ คำพันธ์ และ สุจิตรา เปลียนรุ่ง	88
8. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและคุณค่าตราสินค้า .....99 ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมที่ปราศจากน้ำตาลแล็กโทสของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ธัญญลักษณ์ จิโน และ พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ	99

9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ .....111  
*รัชนิรมณ์ จันทรสุนทรณ์ ฉัญภรณ์ อเนกะเวียง กลวัชร เลิศล้ำสกุลการ อีราลักษณ์ สัจจะวาที*
10. ความต้องการเนื้อหาการตลาดของธุรกิจยานยนต์ในปัจจุบัน .....128  
*นรรวิชัย ศรีกลชีพ และ โสภาค พาณิชพาพิบูล*
11. ผู้แนะนำสินค้า (influencer) ของสินค้าประเภทสมาร์ตโฟน ผ่านคลิปวิดีโอสั้น .....141  
 บนสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทสมาร์ตโฟน  
*ปฎิภาณ ลพบุรี*
12. ความตั้งใจสนับสนุนสินค้าการตลาดอิงการกุศลของสถานบริการน้ำมัน .....153  
 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
*พิชชาภัทร์ ธนินต์ชัยกิตติ และ พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ*
13. ความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจใช้ในการทำงาน .....166  
 แอปพลิเคชัน DWR4THAI ของเกษตรกรในจังหวัดนนทบุรี  
*พิชญะ อมฤทธิ และ ประสพชัย พสุนนท์*
14. การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม .....179  
 ของบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร  
*รุจิเรศ หนูนนาค และ อมรินทร์ เทวตา*
15. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตกรุงไทยเอกซ่าของลูกค้านานาชาติกรุงไทย จังหวัดนครปฐม .....194  
*วาสนา จันทะ และ เกริกฤทธิ อัมพะวัต*
16. การสร้างภูมิคุ้มกันตนเอง: กรณีข้าวปลอม ข้าวลวง .....206  
*สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์*
17. แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงาน .....215  
 ธนาคารในสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง  
*ลัคนหจุฑา ชมภูษ และ อมรินทร์ เทวตา*

18. ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจ .....227  
ขนาดกลางและขนาดย่อมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้  
อัฟซา อาแว และ มัทนชัย สุทธิพันธุ์
19. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยในตัวแบบจำลองห้าปัจจัยของ .....237  
Fama and French และอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมบริการใน  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
อัมรัตน์ ต้นดีวัฒนะ และ วีรวิทย์ กษณะวิทย์
20. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการตรวจสอบข่าวปลอม (Fake news) .....252  
ของนักศึกษา : กรณีศึกษา ข่าวเกี่ยวกับภาวะระบาดของเชื้อโควิด (COVID-19)  
อิทธิพล วรานุศุมภากุล จินตวีร์ เกษมสุข และพิทยา พลະพลีวัลย์
21. แนวทางการสร้างสรรค์การตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ .....266  
กสานต์แสง กำเนิดมี และ โศภษา เอี่ยมโอภาส
22. พฤติกรรมการใช้งานและความต้องการเนื้อหาการสื่อสารการตลาดจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ .....278  
เกี่ยวกับการท่องเที่ยว  
กิตติพา ภาธรรัฐสิริ และ โสภาค พาณิชพาพิบูล
23. ความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสารผ่านแชทบอทบนเฟซบุ๊ก .....291  
เมสเซนเจอร์ของธุรกิจความงาม  
จินตนา ถาวรชัยเทศ และ พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ
24. พฤติกรรมการใช้บริการและประสบการณ์ลูกค้ากลุ่มคนเลี้ยงสุนัข .....305  
ที่มีต่อศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล อีสต์วิลล์  
ชรินทร์ นันทะ สุจิตรา เปลี๋ยนรุ่ง และ กนกกาญจน์ บัญชาบุษบง
25. การเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจ .....318  
ซื้อกระทู้สำเร็จรูปตราอัมพวาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
ชลณภัทร สุขสุดเดช และ โศภษา เอี่ยมโอภาส

26. การติดตามและบล็อกไลน์ออฟฟิเชียลแอดเคาท์ของผู้บริโภค .....331  
 ธีรวัฒน์ เอียรธนะรัตน์ และ พิชญ์พัชร์ ไวยโชติ
27. กลวิธีการสื่อสารของพนักงานบริการบนเครื่องบินภายใต้สถานการณ์วิกฤต : .....344  
 กรณีศึกษาสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย  
 ธีรพัล จิตประไพ ญัฐอร นพเคราะห์ มนวดี ศิริเปรมฤดี บุชบาบรรณ ไชยศิริ คิตานุช กิตติเสรีกุล และ  
 ไพโรจน์ วิไลนุช
28. รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการโฮสเทล .....360.  
 รัชมงคล ทองหล่อ ชมรมวี พกมณี และ ธีรวัตร สมบูรณ์สินชัย
29. ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs .....373  
 และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย  
 ต้นตระกูล ตั้งปริบูรณ์สุข และ รศ.ดร.ธนิษฐ์ รัตน์พงศ์ภิญโญ
30. รายการเกมโชว์ไทยยุคปัจจุบัน .....386  
 ประภาส นวลเนตร
31. ทศนคติต่อวิถีโอโฆษณาแทรกในวิถีโอบนเพชบุรี .....402  
 ปราวรณา ชันแข็ง
32. การรักษาความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค .....414  
 ในช่วงการรักษาระยะห่างทางกายภาพผ่านทางเนื้อหาของแบรนด์บนสื่อสังคมออนไลน์  
 พิชญ์พัชร์ ไวยโชติ
33. การศึกษารายการพอดแคสต์เดอะซีเคร็ตซอสของเดอะสแตนดาร์ด : .....428  
 กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารแบรนด์  
 พิชาภาพ บุญเลิศ และ พิชญ์พัชร์ ไวยโชติ
34. การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารการตลาดของกรณีศึกษา .....442  
 เพลง Thailongboat และ เพลง Fcแฟนเรือยาว  
 พิริยณัฐ สวนแก้ว



35. ทักษะคิดต่อเนื้อหาเรื่องราวที่เชื่อมโยงถึงตราสินค้า (BRANDED CONTENT) .....455  
 บนเว็บไซต์สำนักข่าวออนไลน์ : กรณีศึกษา THE STAND  
 มิถุนา ลีมีทองคำ และ มานะ ตริยาภิวัฒน์
36. การรับรู้แบรนด์ร้านอาหารกึ่งบาร์ผ่านประสบการณ์ของลูกค้า : .....469  
 กรณีศึกษา ร้านเสื้อ Café ราชพฤกษ์  
 วรพัทธ์ มิ่งมงคล และ ตระหนักจิต ยุตยรรยง
37. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์ .....480  
 วุฒดา ทองเนื้อสุก และ สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์
38. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดี .....497  
 ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่  
 วิมลลักษณ์ ทอมชิตเจริญ และ ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
39. เรื่องเล่าผู้ประกอบการค้าส่งรองเท้าสตรี ในตลาดสำเพ็ง เขตสัมพันธวงศ์ .....511  
 จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
 ศิลป์ชัย เกษมเทวินทร์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์
40. พฤติกรรมและรูปแบบการใช้งานกูเกิลเสิร์ชเพื่อการซื้อสินค้าออนไลน์ของ .....519  
 ผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร  
 อภิวัฒน์ อัมรपाल และ จิตพนธ์ ชุมเกต
41. การรับรู้และการใช้ทูตตราสินค้า KBank e-Girls ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) .....530  
 อรปภา พึ่งอาศัย ตระหนักจิต ยุตยรรยง และ พัฒน์ บุญฤทธิรุ่งโรจน์
42. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย .....543  
 อรวรรณ นิยมมั่งมี และ อมรินทร์ เทวดา
43. การรับรู้การสื่อสารการตลาดผ่าน Influencers ของผู้ใช้บริการ Fitness .....558  
 ที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร  
 อาทิตยา เบ็ญจะปัก และ ตระหนักจิต ยุตยรรยง

44. รูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจที่พักแรมแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) .....571	571
กรณีศึกษาที่พักแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร	
รัชมงคล ทองหล่อ กาญจนา มาสันเทียะ คณัฐวิภา นาคตรีธีรนนท์ อรอนงค์ ทะแพงพันธ์	
อาริยา ศรอินทร์ และ อิทธิพล พึ่งยอด	
45. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....586	586
ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ของคนไทยรุ่นใหม่	
Anoulack Chanthavong และ สุทธนิภา ศรีไสย์	
46. ความต้องการการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทชุดชั้นในของผู้หญิง Plus Size .....600	600
สุดารัตน์ เขตનો และ อัญชลี พิเชษฐพันธ์	
47. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊กคุณหญิงสุดารัตน์ เกตุราพันธ์ .....609	609
รวีภัทร์ จิรศักดิ์วัฒนา และ โสภาค พาณิชพาพิบูล	
48. การศึกษาการเล่าเรื่องผ่านคลิปวิดีโอของเพจบุ๊กแฟนเพจประเภทท่องเที่ยว : .....621	621
กรณีศึกษาเพจอาสาพาไปหลง	
อัจฉราภรณ์ ปิ่นสังข์ และ ตระหนักจิต ยุตยรรยง	
49. พฤติกรรมผู้อ่านและความคาดหวังที่มีต่อร้านหนังสืออีดีบุ๊ก .....634	634
อริชัย กฤตผลชัย สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง และ กนกกาญจน์ บัญชาบุษบง	
50. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว .....647	647
ในประเทศไทยในวิกฤตการณ์โรคระบาดร้ายแรง ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID19)	
รณภพ นพสุวรรณ ยคนันท์ แก้วโกมลมาลย์ จิรัชญานันท์ ผลัดรีน วงศกร โชติวิบูลธนวนศ์ และ	
ไพโรจน์ วิไลนุช	
51. กระบวนการสร้างเรื่องเล่าผ่านแมวเพื่อการสื่อสารการตลาด .....658	658
องค์เอิญ เพิ่มพูลผลิตผล และ อัญชลี พิเชษฐพันธ์	
52. การสื่อสารการตลาดและอัตลักษณ์ความงามของเพจบุ๊กผู้หญิงข้ามเพศ .....672	672
นิทัศน์ ตูลย์ธำรงกิจ	

53. พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดกับการเลือกซื้อของฝากประเภทสมุนไพรไทย .....683  
ของนักท่องเที่ยวชาว  
โสมนาร์ตนา และ โคมซา เอี่ยมโสภาส
54. อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า และ ภาพลักษณ์ ต่อความเต็มใจที่ .....694  
จะจ่ายต่อสินค้าและบริการผ่านความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารออมสิน เขตภาคตะวันตก  
ชุดิมา แก่นจันทร์ และ ชวนชื่น อัคคะวนิชชา
55. ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ชีวิตบล็อกเกอร์ในการรีวิวเครื่องสำอาง แบนด์ระดับบนของผู้ติดตาม .....709  
พริญาญา ใจสอน และ ตระหนักจิต ยุตยรรยง
56. พฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท ดุเม็กซ์ จำกัด .....719  
สุเมธ บังเกิด และ ชวนชื่น อัคคะวนิชชา
57. ความสัมพันธ์ของค่าความนิยมจากการรวมธุรกิจ อัตราส่วนทางการเงินที่คัดสรรกับ .....734  
อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
พรรณทิพา อรวินบูลย์ศิริ และ อีราลักษณ์ สัจจะวาที
58. การสร้างสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ตามแนวคิดทางพุทธศาสนา .....747  
สุวรรณ์ เขมาวุฒานนท์
59. ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติและพฤติกรรมการใช้ถุงพลาสติกและภาชนะโฟมบรรจุอาหาร .....757  
ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี  
ดารารัตน์ เพ็ญศิริมงคล นันทา ชูริวัน นพิษฐา จินตนะกนก และ นิชดา สารถวัลย์แพศย์
60. พฤติกรรมและความต้องการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ .....768  
ในห้องเรียนของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี  
มิ่งขวัญ นรเหรียญ วริศรา มีชัย รุ่งตะวัน รักไทยนิยม และ ศิริพร โสภาสวัสดิ์ชัย
61. การเห็นคุณค่าในตนเองของนักศึกษาพยาบาลศาสตรบัณฑิต .....785  
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี  
จินต์ศุจี ขำอุบลรัตน์ จุฬาลักษณ์ ทองสง่า ฉัฐนภา พันธรัักษ์ และ กมลรัตน์ เทอร์เนอร์

62. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลกับ Soft Skill .....796  
 ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี  
 สโรชา แก้วกัญญา ศศิณาท ไพฑูรย์ ศิริณยา ธรรมสละ และ มาสรีน ศุกลปักษ์
63. การรับรู้การสื่อสารการตลาดต่อผลิตภัณฑ์ฮอโรมันเพื่อความงามในกลุ่มสาวประเภทสอง .....808  
 สุพัญญาณ์ ภูพลับ และ อัญชลี พิเชษฐพันธ์
64. กลวิธีการสร้างชุดสัญลักษณ์จักรรยในการแสดงตีสนี้อยู่ออนไลน์ .....820  
 เรื่อง ผจญภัยแดนคำสาปราชินีหิมะ  
 ปภิมวิช อ่องบางน้อย และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์
65. การวิเคราะห์ตัวบทและการถอดรหัสของงานโฆษณาที่บ่งบอกความหลากหลาย .....833  
 ทางเพศของผู้บริโภคชาวไทย  
 ชนิดาภา เชียงแขก และ สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์
66. การวิเคราะห์เนื้อหาทางวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของสื่อออนไลน์ .....846  
 นฤมล ลิงหประเสริฐ
67. การสื่อสารการตลาดของร้านอาหารไทยทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ .....860  
 ตระหนักจิต ยุตยรรยง และ โสภาค พาณิชพาพิบูล
68. รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการโฮสเทล .....872  
 กรณีศึกษา แมด แพนด้า โฮสเทล หัวหิน  
 รัชมงคล ทองหล่อ ชนม์รวี พกมณี และ ญัฐวัตร สมบูรณ์สินชัย

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่  
The Correlation between work-life quality and corporate loyalty  
of Krung Thai Bank head office employees

วิมลลักษณ์ หอมชิตเจริญ<sup>1</sup> และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วัฒนธรรมองค์กร การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก และภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในวิจัย ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย แบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก 2) วัฒนธรรมองค์กร การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก และ ภาวะผู้นำ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ และ 3) คุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตการทำงาน ความจงรักภักดี วัฒนธรรมองค์กร การปรับตัว

Abstract

The purposes of this study were to study organizational culture, adaptation to external changes and leadership that affected work-life quality of Krung Thai Bank employees and to study the relationship between work-life quality and loyalty of Krung Thai Bank employees. The sample consisted of 400 Krung Thai Bank head office personnel. The questionnaire was used as a research

tool by Convenient and easy sampling. Data was analyzed and shown in the forms of frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypotheses were tested with multiple regression analysis and Pearson's correlation coefficient analysis.

The results of the study revealed that 1) the majority of the employees' loyalty to the organization of Krung Thai Bank head office is at a high level. 2) Adaptation to external changes and leadership affects the work-life quality of Krung Thai Bank Headquarters employees and 3) the work-life quality has a significant relationship with the corporate loyalty of Krung Thai Bank Head Office employees at the statistics significant level of 0.05.

**Keywords :** work-life quality, loyalty, Organizational culture, Adaptation

## บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจธนาคารมีสภาพการแข่งขันระหว่างธนาคารด้วยกันเองสูงโดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพการบริการ และความท้าทายสำหรับกิจการธนาคารไทยในอนาคต คือการถูกแย่งชิงตลาด อัตรากำไรลดลง การพัฒนาของตลาดทุน การตื่นตัวของธนาคารในประเทศเพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีความรู้ความทันสมัยมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจะต้องทำได้ถูกต้องและทันเวลาด้วย (ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ, 2556)

ธนาคารกรุงไทยมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความมั่นคงแก่ลูกค้า สร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม ตลอดจนสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น (ธนาคารกรุงไทย, 2562) เห็นได้จากในปี 2561 ที่ผ่านมามาตราฐานกรุงไทยมีกำไรสุทธิในไตรมาส 3/2561 ที่ 7,838 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยธนาคารได้ตั้งสำรองหนี้สูญ จำนวน 6,084 ล้านบาท ลดลง 38.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน ส่วนกำไรสุทธิของธนาคารในช่วง 9 เดือนอยู่ที่ 22,333 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิเพิ่มขึ้น 2.1% ขณะที่อัตราส่วนสินเชื่อด้อยคุณภาพ (NPL Ratio (gross)) ณ 30 กันยายน 2561 อยู่ที่ 4.42% ลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าที่อยู่ที่ 4.52% (ฝ่ายสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์ธนาคารกรุงไทย, 2561)

แต่เนื่องจากการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะต้องถูกต้องและทันเวลา คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Working Life ) จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งเสริมการทำงานของพนักงานให้มีแรงจูงใจในการทำงาน ในภาวะตึงเครียดตลอดเวลา เนื่องจากต้องพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพอยู่เสมอ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลต่อความภักดีในองค์กรอีกด้วย หากพนักงานมีความภักดีในองค์กรก็ย่อมจะมีพฤติกรรมที่ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีความตั้งใจทุ่มเทในการปฏิบัติงาน อย่างเต็มที่ มีการยอมรับและศรัทธาต่อ

องค์กร เป็นผลให้เกิดความรู้สึก อยากทำงานกับองค์กรนั้นไปยาวนาน โดยไม่ต้องการเปลี่ยนหรือย้ายที่ทำงาน (นิสาชล เรืองชู, 2557)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรและการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอกให้สอดคล้องกับคุณภาพชีวิต และความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย เป็นการส่งเสริมให้พนักงานธนาคารกรุงไทยปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
4. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
4. เป็นแนวทางต่อองค์กรที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรให้มีความผูกพันกับองค์กร ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

### แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรเป็นลักษณะที่แสดงถึงสภาพความเป็นอยู่ขององค์กรนั้นในแง่ของการเรียนรู้ร่วมกันในการแก้ปัญหาและมีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมภายนอกรวมทั้งปัญหาภายในองค์กรอย่างมีเหตุผล และ

ถ่ายทอดให้แก่ สมาชิกใหม่เพื่อเป็นแนวทางที่ถูกต้องที่จะยอมรับ คิด และรู้สึกถึงความเกี่ยวข้องกับปัญหา ดังนั้น องค์ประกอบพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรจะมีอยู่ 5 ส่วนด้วยกัน คือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ค่านิยม ผู้นำ พิธีและงานพิธี และเครือข่ายทางวัฒนธรรม 1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง แต่ละบริษัทจะมีรูปแบบการทำงานหรือสภาพแวดล้อมที่เจาะจงและแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่ที่ความต้องการของผู้บริหาร ว่าต้องการให้มีสภาพแวดล้อมในรูปแบบใด เพื่อให้บริษัทเจริญเติบโต ตามเป้าหมายที่วางไว้ 2) ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่คุณค่านิยมในองค์การนิยามที่ยึดถือร่วมกัน โดยค่านิยมจะเป็นเหมือนศูนย์รวมจิตใจของบุคลากรทุกคนในบริษัท โดยค่านิยมนั้นนิยามที่จะระบุไว้ในเป้าหมายหรือคำขวัญของบริษัท 3) ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่ถูกระบุไว้อย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรมองค์การ เพื่อให้บุคลากรทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้นำ หรือผู้บริหารที่จะถูกระบุให้ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมองค์การ 4) ธรรมเนียมปฏิบัติ หมายถึง รูปแบบกิจกรรมและเหตุการณ์ที่บริษัทต้องการให้บุคลากรทุกคนประพฤติปฏิบัติเป็นประจำ เพื่อให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และ 5) เครือข่ายทางวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบวัฒนธรรมองค์การนั้นจะถูกถ่ายทอดจากรุ่นที่สุ่รุ่นน้อง โดยเป็นรูปแบบการถ่ายทอดที่ไม่เป็นทางการ(Gordon, 1999)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัว

การปรับตัว (Adaptation) เป็นความสามารถของมนุษย์ที่จะจัดการกับปัญหาและความต้องการของสภาพแวดล้อม ซึ่งกระบวนการปรับตัวนั้น จะต้องอาศัย ขั้นตอนดังต่อไปนี้ แรงจูงใจ (Motive) ความคับข้องใจ (Frustration) ความขัดแย้ง (Conflict) ความวิตกกังวล (Anxiety) กลไกการป้องกันทางจิต (Defense) การเรียนรู้ (Learning) ความต้องการ (Needs) และอุปนิสัย (Characteristics) จึงจะสามารถนำไปวิเคราะห์ให้บุคคลนั้น ๆ เกิดการปรับตัวได้ ผู้วิจัยจึงนำมาศึกษาเป็นตัวแปรอิสระในกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ชั้นติยา สุกุมมา (2559)

#### แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ผู้นำหรือกลุ่มผู้นำระดับสูงที่มีความสามารถในการคาดการณ์ จะมีมุมมองระยะยาวและสร้างความยืดหยุ่นให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย โดยขอบเขตความรับผิดชอบงานทั้งองค์การ โดยกระบวนการในการกำหนดทิศทางและการกระตุ้นสร้างแรงบันดาลใจให้แก่องค์การในการริเริ่มสร้างสรรค์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อให้้องค์การอยู่รอดต่อไปได้ ซึ่งสิริวิษญ์ พรมตา (2555) ได้นำเสนอว่า ปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดศักยภาพในการเป็นผู้นำ ไว้ว่าประกอบด้วย 1) การบริหารความขัดแย้ง (Conflict Management) กล่าวคือ ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งภายในองค์การหรือหน่วยงานของตนเองได้ 2) ตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Awareness) กล่าวคือ ผู้นำจะต้องให้ความสำคัญกับคุณค่าของวัฒนธรรมองค์กรหรือค่านิยมขององค์กรเพื่อองค์กรจะได้นำงานอย่างเป็นระบบระเบียบ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน 3) ความจงรักภักดี ความซื่อสัตย์ (Integrity/ Honesty) กล่าวคือ ผู้นำจะต้องมีความจงรักภักดีและมีความซื่อสัตย์สุจริตในการบริหารและปฏิบัติงาน เพื่อเป็นตัวอย่าง



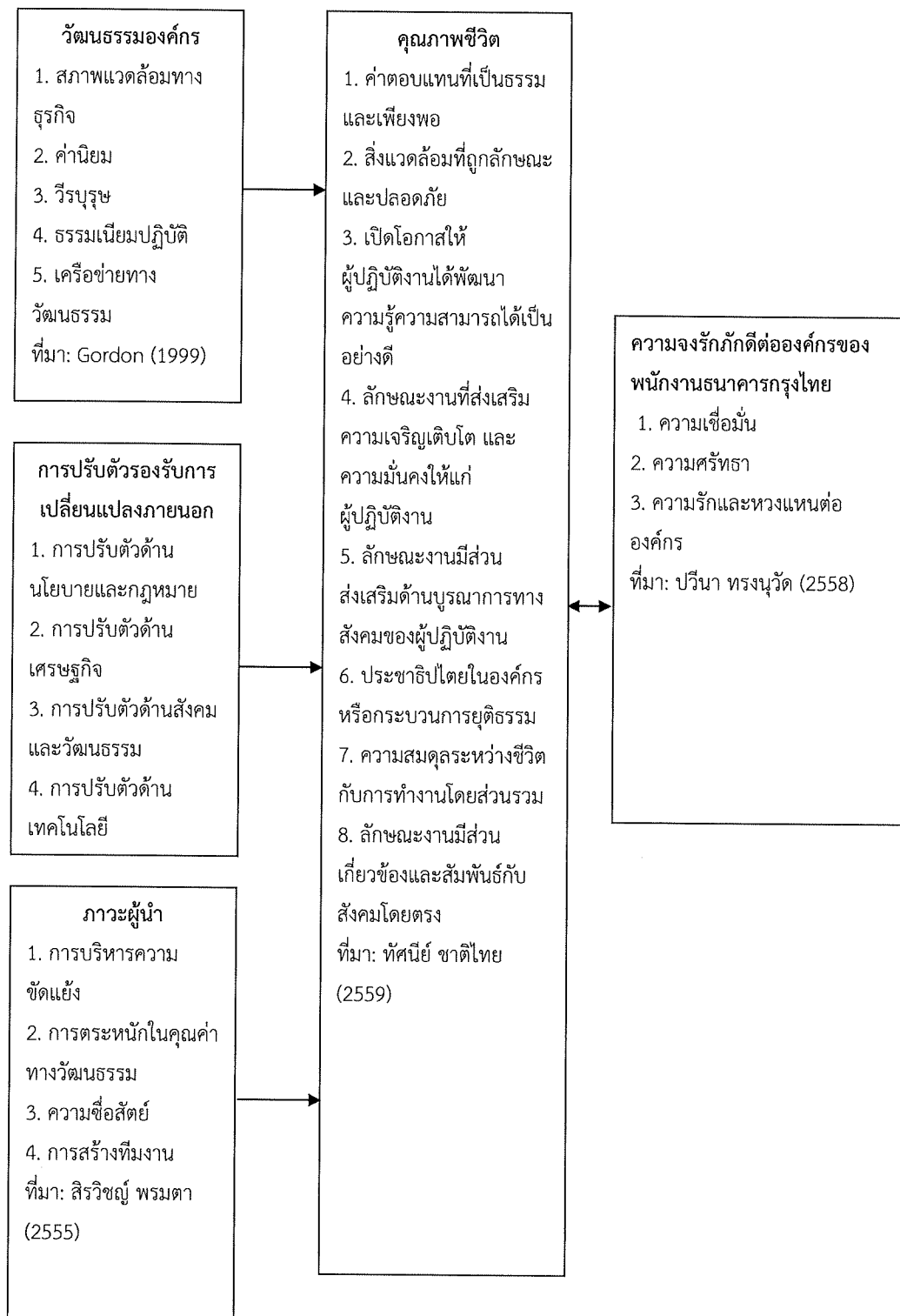
ให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาต่อไป และ 4) สร้างทีมงาน (Team Building) กล่าวคือ ผู้นำจะต้องมีทีมหรือสร้างทีมขึ้นมาเพื่อร่วมกันทำงาน โดยการดึงเอาความสามารถและความถนัดหรือทักษะต่าง ๆ ของผู้ใต้บังคับบัญชา ออกมาใช้ให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ผลงานที่ดี และมีประสิทธิภาพ

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

คุณภาพชีวิตการทำงาน คือ ทำให้บุคลากรในที่ทำงานได้รับความพึงพอใจในการทำงาน โดยเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาสำคัญขององค์กร ซึ่งWalton (1975) ได้กำหนดเกณฑ์ชีวิตคุณภาพชีวิตการทำงาน ดังนี้ 1) การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม (Adequate and Fair Compensation) คือการที่พนักงานได้รับค่าตอบแทนหรือเงินเดือน และผลประโยชน์ต่าง ๆ พอเพียงต่อการดำรงชีวิต 2) สภาพการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมคุณภาพ (Safe and Healthy Working Condition) คือ พนักงานควรมีมาตรฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน 3) โอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร (Opportunity to Use and Develop Human Capacities) คือ พนักงานต้องมีการพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีความเหมาะสม เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบุคลากรในการทำงาน 4) โอกาสที่ก้าวหน้าและมีความมั่นคงในการทำงาน (Opportunity of Continued Growth and Security) คือ การเปิดโอกาสให้กับพนักงานที่ต้องการจะพัฒนาตนเอง หรือใช้ความสามารถตนเองให้มากยิ่งขึ้น 6) มีความสอดคล้องกับกฎหมายรัฐธรรมนูญ (Constitutionalism) คือ ให้พนักงานหรือบุคลากรมีความอิสระทางความคิด อิสระทางการพูด อิสระในการแสดงความคิดเห็น เท่าเทียมกัน ป้องกันอาชญากรรมเอาเปรียบ 7) บทบาทของการทำงานที่มีความสมดุล (Balanced Role of Work) คือ การไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของพนักงาน ให้อิสระในการใช้ชีวิตและบริหารเวลาระหว่างการทำงานและครอบครัว โดยต้องการให้แบ่งเวลาให้เหมาะสม และ 8) คำนึงถึงประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Beneficial and Responsible Work) คือ การคำนึงถึงผลดีผลเสียที่จะนำไปสู่สังคม เพื่อพนักงานมีเข้าใจว่าองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการผลิต การกำจัดของเสีย การจ้างงาน

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่” มีกรอบแนวคิด ดังนี้



## วิธีการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ถึงหัวหน้าส่วน จำนวน 5,989 คน (ณ เดือนพฤศจิกายน 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คำนวณจากสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 % ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ระดับ .05

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการส่งผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเป็นผู้ตรวจสอบ และมีการทดสอบแบบสอบถามก่อนใช้จริง จำนวน 30 ชุด ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามจากการทบทวนเรียบเรียงเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือที่ใช้ เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับเรื่องที่จะดำเนินการศึกษามากที่สุด เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่แบบเลือกตอบ เป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านค่านิยม ด้านวีรบุรุษ ด้านธรรมเนียมปฏิบัติ และด้านเครือข่ายทางวัฒนธรรม เป็นแบบสอบถามรูปแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับตัวด้านนโยบายและกฎหมาย ด้านการปรับตัวด้านเศรษฐกิจ ด้านการปรับตัวด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านการปรับตัวด้านเทคโนโลยี จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 ภาวะผู้นำ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารความขัดแย้ง ด้านตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรม ด้านความซื่อสัตย์ และด้านสร้างทีมงาน จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 5 คุณภาพชีวิต 8 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ด้านเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี ด้านลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโต และความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ด้านประชาธิปไตยในองค์กรหรือกระบวนการยุติธรรม ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม และด้านลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรงจำนวน 40 ข้อ

ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try-out) กับ พนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 ซึ่งมากกว่า 0.80 ถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยของข้อมูลส่วนบุคคล วัฒนธรรมองค์กร การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก ภาวะผู้นำ และคุณภาพชีวิต
2. การทดสอบสมมติฐาน ด้วย Multiple Regression เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่
3. การทดสอบสมมติฐาน ด้วย Pearson Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่

### ผลการศึกษาและอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 มีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5
2. ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร พบว่าพนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านวิบุรุษ โดยรวมอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านธรรมเนียมปฏิบัติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่านิยม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านเครือข่ายทางวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอกพบว่าพนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการปรับตัวด้านการปรับตัวด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการปรับตัวด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการปรับตัวด้านเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านนโยบายและกฎหมาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4. ปัจจัยภาวะผู้นำพบว่าพนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นใน ด้านการตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารความขัดแย้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความซื่อสัตย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการสร้างทีมงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

5. ปัจจัยคุณภาพชีวิตพบว่าพนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านประชาธิปไตยในองค์กรหรือกระบวนการยุติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยส่วนรวม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโต และความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านความศรัทธา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรักและห่วงหาพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านความเชื่อมั่น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

#### 7. เมื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทยสำนักงานใหญ่ พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ทำนาย วัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ได้ร้อยละ 76.70 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณวัฒนธรรมองค์กร กับ คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย

คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (constant)	1.186	.096	12.330	.000*
ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ( $X_1$ )	.103	.020	5.203	.000*
ด้านค่านิยม( $X_2$ )	.069	.022	3.197	.002*
ด้านวีรบุรุษ( $X_3$ )	.134	.024	5.641	.000*
ด้านธรรมเนียมปฏิบัติ( $X_4$ )	.131	.019	6.788	.000*
ด้านเครือข่ายทางวัฒนธรรม( $X_5$ )	.231	.019	11.942	.000*
R square = 0.767	F = 259.996	Sig = 0.000*		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอกส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ทำนาย การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ได้ร้อยละ 71.90 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก กับ คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย

คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (constant)	.650	.094	6.912	.000*
ด้านการปรับตัวด้านนโยบายและกฎหมาย(X <sub>1</sub> )	.241	.023	10.385	.000*
ด้านการปรับตัวด้านเศรษฐกิจ(X <sub>2</sub> )	.202	.024	8.533	.000*
ด้านการปรับตัวด้านสังคมและวัฒนธรรม(X <sub>3</sub> )	.146	.022	6.520	.000*
ด้านการปรับตัวด้านเทคโนโลยี(X <sub>4</sub> )	.231	.018	13.110	.000*
R square = 0.719      F = 252.240      Sig = 0.000*				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า ภาวะผู้นำ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ทำนาย ภาวะผู้นำ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ได้ร้อยละ 77.80 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณภาวะผู้นำ กับ คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย

คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (constant)	1.262	.063	19.997	.000*
ด้านการบริหารความขัดแย้ง(X <sub>1</sub> )	.292	.015	19.738	.000*
ด้านการตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรม(X <sub>2</sub> )	.167	.023	7.386	.000*
ด้านความซื่อสัตย์(X <sub>3</sub> )	.092	.022	4.271	.000*
ด้านการสร้างทีมงาน(X <sub>4</sub> )	.096	.015	6.430	.000*
R square = 0.778      F = 346.391      Sig = 0.000*				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ณ ระดับค่า “r” เท่ากับ .000 ทุกด้าน

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะ พนักงานมีความศรัทธาต่อธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ รวมถึงคณะผู้บริหาร อีกทั้งมีส่วนในการผลักดันให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้น และภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานในธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิขยา บุญเจริญ (2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ พบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรเน้นสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในองค์กรวัฒนธรรม เน้นความรู้สึกเป็นชุมชน วัฒนธรรมเน้นการเอาใจใส่ และวัฒนธรรมเน้นความเชื่อใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2) วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ มีบรรยากาศในที่ทำงานเต็มไปด้วยความเป็นมิตร มีรูปแบบการทำงานไม่ได้ตั้งเครียดจนเกินไป จึงทำให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรรกพร สุขเกษม และคณะ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรกับระดับความสุขของบุคลากรในสถานศึกษา จังหวัดพิจิตร พบว่า วัฒนธรรมองค์กรในด้านวัฒนธรรมที่เน้นงานและด้านวัฒนธรรมแบบเป็นผู้นำ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานธนาคาร A สำนักงานใหญ่ (บางเขน)

3) การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะพนักงานสามารถปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจในปัจจุบัน และมีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายได้จึงทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันวณี ประกอบของ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรโรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การให้ความสำคัญต่อค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร ที่เน้นถึงความรักช่วยขัดเกลาจิตใจผ่านการทำกิจกรรมสามารถสร้างให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้สึกรัก มีความผูกพันและเชื่อมั่น ส่งผลในด้านพฤติกรรมการทำงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า ภาวะผู้นำ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะผู้บังคับบัญชาและลูกน้องรับรู้มีความเข้าใจการสร้างวัฒนธรรมอันดีร่วมกันจึงร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรและยังช่วยลดปัญหาความขัดแย้งได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gordon and DiTomaso (1992: 783-798) ศึกษาวิจัยเรื่อง Predict Corporate Performance from Organizational Culture ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่แกร่ง (Strong Corporate Culture) และ ระดับผลการปฏิบัติงาน ในบริษัทประกันภัยของสหรัฐอเมริกา พบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่แกร่ง จะมุ่งเน้นความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ทำให้องค์กรมีผลดำเนินงานทางการเงินที่สูงขึ้นในปีต่อ ๆ มา

5) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ คุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะเมื่อเกิดปัญหาในการทำงาน พนักงานมักจะได้รับความร่วมมือช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน และไม่รู้สึกรังเกียจใจ เมื่อต้องขอความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุลศักดิ์ ชาญณรงค์ (2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรระบบราชการ ความเมตตา และ คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า วัฒนธรรมองค์กรระบบราชการ และ คุณภาพชีวิตการทำงาน รวมถึง ความเมตตา และ คุณภาพชีวิตการทำงาน ของข้าราชการสังกัดกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐานวัฒนธรรมองค์กร พบว่าส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อาจเป็นเพราะบรรยากาศในที่ทำงานเต็มไปด้วยความเป็นมิตร และรูปแบบการทำงานไม่ได้ตึงเครียดจนเกินไป ดังนั้นธนาคารจึงควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานนี้ไว้และควรสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีความต้องการอยากเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยประกาศและยกย่องพนักงานดีเด่นในแต่ละเพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีขึ้น

2. เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐานการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงภายนอก พบว่าส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อาจเป็นเพราะพนักงานสามารถเข้าใจและยอมรับค่านิยมใหม่ๆที่เกิดขึ้นในเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ จึงต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นธนาคารจึงควรผลักดันและเปิดโอกาสให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมทางการศึกษาเพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการปรับตัวในอนาคต



3. เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐานภาวะผู้นำ พบว่าส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อาจเป็นเพราะผู้บังคับบัญชาและลูกน้องมีความเข้าใจการสืบทอดภาระการในกรำงานร่วมกันตั้งนั้น ธนาคารจึงควรส่งเสริมสนับสนุนความคิดริเริ่มสร้างผลงานใหม่ๆ เพื่อสร้างการเป็นพนักงานที่มีภาวะผู้นำให้กับองค์กรต่อไป

4. เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อาจเป็นเพราะพนักงานมักจะได้รับความร่วมมือช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน และไม่รู้สึกรู้สิดใจ เมื่อต้องขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน ดังนั้นธนาคารจึงควรสนับสนุนให้มาตรฐานมีอยู่ต่อไปเพื่อให้พนักงานอยากร่วมงานกับองค์กร และจงรักภักดีต่อองค์กรต่อไปในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ในเชิงลึกคือศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมทั้งวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่การศึกษาเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้ ทำให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษา เพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ในการวิจัย ที่อาจส่งผลต่อการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เช่น ภาวะผู้นำ เพื่อให้ได้ข้อมูลการสร้างภาวะผู้นำที่ชัดเจนขึ้น และสามารถนำปัจจัยภาพของพนักงานพัฒนาปรับปรุงการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานกับความจงรักภักดีของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

#### บรรณานุกรม

ชั้นติยา สุภณา. (2559). พฤติกรรมการปรับตัวด้านการทำงานของแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี ภายหลังเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จุลศักดิ์ ชาญณรงค์. (2557). วัฒนธรรมองค์กรระบบราชการ ความเมตตา และ คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสังกัดกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ตรรกพร สุขเกษม และคณะ. (2558). ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรกับระดับความสุขของบุคลากรในสถานศึกษา จังหวัดพิจิตร. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพง.

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ธนาคารกรุงไทย. (2562). ข่าวธนาคารกรุงไทย ล่าสุด. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.ryt9.com/tag/ธนาคารกรุงไทย>.
- ฉันทน์ ประกอบของ. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรโรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- นิศาชล เรืองชู. (2557). คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีในองค์กรของ. พนักงานธนาคารต่างชาติแห่งหนึ่งในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ฝ่ายสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์ธนาคารกรุงไทย. (2561). ข่าวประชาสัมพันธ์ "ธนาคารกรุงไทย ktb". [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipr.net/search>
- สิริวิชญ์ พรมตา. (2555). ภาวะผู้นำ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.kroobannok.com/krubondoy>
- อภิชชยา บุญเจริญ. (2556). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Gordon, G. G., & DiTomaso, N. (1992). Predicting corporate performance from organizational culture. *Journal of management studies*, 29(6), 783-798.
- Gordon, G. J. (1999). Approximate solutions to Markov decision processes (No. CMU-CS-99-143). CARNEGIE-MELLON UNIV PITTSBURGH PA SCHOOL OF COMPUTER SCIENCE.
- Walton, J. M. (1975). Synthesis of the types of optimal transfers between hyperbolic asymptotes. *AIAA Journal*, 13(8), 980-988.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*, and New York: Harper and Row.