

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความสุข
ในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร
Motivational Factors and Organizational Climate Affecting Job Happiness
of Employees in a Fast - Food Business Brand in Bangkok

จุฑาพร พรอินทร์¹ และ ทองฟู ศิริวงศ์²

มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2}

Jutaporn Pornin¹ and Tongfu Siriwongsee²

Ramkhamhaeng University^{1,2}

Corresponding Author, Email: Baifern.van@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาค่าระดับปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาค่าระดับบรรยากาศในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร และ 4) ศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยนี้มีรูปแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมดจำนวน 384 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า

1. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านความรับผิดชอบ บรรยากาศองค์การโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มากที่สุดในด้านโครงสร้างองค์การ ความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก มากที่สุดคือด้านครอบครัวดี

2. พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน ระยะเวลาในการทำงานต่อวันแตกต่างกันมีความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน

* ได้รับบทความ: 11 กุมภาพันธ์ 2568; แก้ไขบทความ: 13 มีนาคม 2568; ตอรับตีพิมพ์: 19 มิถุนายน 2568

3. แรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยจูงใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ปัจจัยค้ำจุน ด้านเงินเดือนหรือค่าตอบแทน ด้านการปกครองและการบังคับบัญชา บรรยากาศองค์การ ด้านความขัดแย้ง ด้านการให้รางวัลและบทลงโทษ ด้านความเสี่ยง และด้านโครงสร้างองค์การ ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 32.80 (Adjust R square = .328)

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน; บรรยากาศองค์การ; ความสุขในการทำงาน

Abstract

The purpose of this was to (1) examine the level of motivation factors influencing the job performance of fast-food business employees in Bangkok, (2) study the level of organizational climate among fast-food business employees in Bangkok, (3) assess the level of job happiness among fast-food business employees in Bangkok, (4) investigate the impact of motivation and organizational climate on job happiness among fast-food business employees in Bangkok. Data were analyzed using descriptive statistics. The sample consisted of 384 employees from a fast-food brand in Bangkok. Data analysis included descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis).

The results of the study revealed that :

1. overall motivation factors were at the highest level, with responsibility being the most significant factor. The overall organizational climate was also at the highest level, with organizational structure being the most notable aspect. Job happiness was at a high level, with family well-being ranked highest.

2. Employees with different gender, age, marital status, education level, job position, work experience, salary, and working hours per day showed no significant differences in job happiness.

3. Motivation factors such as responsibility, work achievement, salary, supervision, organizational climate, conflict management, rewards and punishments, risk, and organizational structure significantly influenced job happiness among fast-food business employees in Bangkok.

Keywords: Job Motivation; Organizational Climate; Job Happiness

บทนำ

แรงจูงใจ (Motivation) เป็นสภาวะของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทาง แรงจูงใจในการทำงานจึงเป็นปัจจัยให้บุคคลพยายามทำงานให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน เช่น ด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านการแข่งขัน ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี ทำให้พนักงานต้องเกิดการปรับตัว และการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน พร้อมทั้งการขับเคลื่อนเป้าหมายขององค์กรให้เติบโตและมีความยั่งยืน แรงจูงใจในการทำงานเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเช่นกัน แต่หากอยากให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด องค์กรก็ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสนับสนุนการเติบโตของพนักงาน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจมากขึ้นและยังสามารถเชื่อมโยงโดยตรงกับความสุขในการทำงาน บรรยากาศในองค์กร หรือ Organizational Climate คือ การรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ค่านิยมของคนในองค์กรที่แสดงออกมาจากความรู้สึก การรับรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีอิทธิพลกับพฤติกรรมการทำงานของบุคคลในองค์กร (สุริย์วัลย์ ใจงาม, 2560)

ถ้าบรรยากาศองค์การที่มีแต่ความเครียด ความกดดัน ไม่มีการลดหย่อนผ่อนปรนในการทำงานทำให้เกิดความเครียดและความกดดัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความรู้สึกที่เป็นทุกข์ จนเกิดความวิตกกังวลและไม่มั่นใจในจัดการปัญหาของตนเอง เพื่อช่วยในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น องค์กรก็ควรมีบรรยากาศที่เปิดกว้างและเป็นมิตรจะช่วยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพในการทำงาน การมีสภาพแวดล้อมที่เป็นบวกทำให้พนักงานรู้สึกมั่นคงและมีความสุข ซึ่งก็จะส่งผลให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีสิ่งหนึ่งที่หลายคนปรารถนานั้นก็คือ “ความสุขในการทำงาน” หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Happy at work ซึ่งการทำงานอย่างมีความสุขนั้น เป็นสิ่งที่บุคลากรทุกคนในองค์กรนั้นปรารถนา หากได้ทำงานในที่ทำงานที่รู้สึกมีความสุขจะรู้สึกผูกพัน สนุกสนาน ความรู้สึกเหนื่อยหน่ายในการทำงานจะลดลง และแปรเปลี่ยนเป็นความรู้สึกมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หากองค์กรใดที่สามารถทำให้สมาชิกมีความสุขในการทำงานมากขึ้นเท่าใด โอกาสที่องค์กรนั้นจะประสบผลสำเร็จได้มากขึ้นเท่านั้น (จิตถนอม สังขนันท์, 2564) เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จด้านคุณภาพพนักงานให้มีความสุขในการทำงาน การสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) คือ กระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2564)

จากความสำคัญข้างต้น จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การในการทำงานอาจเป็นภัยเงียบ ธุรกิจร้านอาหารจานด่วนเป็นธุรกิจที่เติบโตเร็วมาก และมักมีลูกค้าจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วน ทำให้พนักงานต้องทำงานแข่งกับเวลา พนักงานยังต้องรับมือกับคำสั่งซื้อมากมายในเวลา

จำกัด รวมถึงพนักงานยังต้องใช้ความรวดเร็วและแม่นยำ ส่งผลต่อให้เกิดความเครียดและความกดดัน รวมถึงในบริบทของงาน พนักงานมักประสบปัญหาด้านค่าตอบแทนที่ไม่สอดคล้องกับภาระงาน สภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความกดดันสูง และขาดโอกาสในการพัฒนาหรือความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งจากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Two-Factor Theory) กล่าวถึงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในงาน โดยแบ่งออกเป็น ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน พนักงานอาจไม่ได้รับการดูแลอย่างเพียงพอให้รู้สึกถึงความพึงพอใจในการทำงานหรือแรงจูงใจในการทำงานมากนัก จึงส่งผลให้พนักงานไม่มีความสุข (Herzberg, 1987 อ้างถึงใน สถาพร มณี, 2566) หากองค์กรไม่ใส่ใจและบริหารจัดการให้ดี ก็จะทำให้องค์กรไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

จากสาเหตุดังกล่าว จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในเรื่องของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้องค์กรสามารถป้องกัน ควบคุม ชี้นำ และวางแผน เพื่อช่วยพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้เกิดความสุขในการทำงาน โดยงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและบรรยากาศองค์การร่วมกัน ยังมีจำกัดในบริบทธุรกิจร้านอาหารจานด่วน การดูแลสุขภาพจิต ความสุขที่ดีและความเครียดที่ดี ส่งผลต่อสุขภาพที่ดี เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและประหยัดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้ในระยะยาว ตลอดจนองค์กรจะสามารถออกแบบบรรยากาศในการทำงานและระบบสนับสนุนอย่างไร เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและสร้างความสุขให้แก่พนักงานได้อย่างยั่งยืน เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นสิ่งมีค่ามากที่สุดขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาค่าระดับปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาค่าระดับบรรยากาศในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัย โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งเน้นการวิจัยด้วยการใช้เทคนิคในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเนื้อหาการนำเสนอประกอบไปด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตำแหน่ง คือ 1. ผู้จัดการร้าน 2. พนักงานรับชำระเงิน 3. พนักงานรับครัว 4. พนักงานประกอบอาหาร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก โดยสุ่มประชากรจำนวน 384 คน ใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) สำหรับประชากรไม่จำกัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาแบบสอบถามตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดจากหนังสือ เอกสารวิชาการทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน การรับรู้บรรยากาศในการทำงาน และความสุขในการทำงาน 2) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยให้ครอบคลุมเนื้อหาในด้านต่าง ๆ 3) สร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม 5) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างมื่อวิจัยและด้านการศึกษา จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งการพิจารณาความถูกต้อง ชัดเจนของภาษาที่ใช้ 6) วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC : Index of Item – Objective Congruence) (กฤษดา เขียววัฒนสุข และ สุกัญญา มีสมบัติ, 2557 : 55–56) โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.6 ขึ้นไป 7) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปทดลองใช้ (Tryout) เพื่อให้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของอัลฟา (Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าอยู่ในช่วง 0.745 – 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา, 2561 : 159 อ้างถึงใน ปวีณสุดา ปัญญาขันธ, 2566 : 67) แสดงว่าคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละตัวแปรมีความสอดคล้องกันดีแล้ว แล้วจึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นำไปเก็บกับข้อมูลตามจำนวนที่กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นเชิงปริมาณในการสำรวจใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ 1) ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ 2) ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม วิธีการกรอกแบบสอบถาม และระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3) ผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถามตอบกลับว่าสมบูรณ์ครบถ้วนก่อนนำไป

วิเคราะห์ รวมถึงการคัดกรองข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออกจากชุดข้อมูล และนับจำนวนแบบสอบถามครบถ้วน เมื่อได้ครบตามจำนวน 384 ตัวอย่าง แล้วผู้วิจัยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน ระยะเวลาในการทำงานต่อวัน 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้แก่ การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองชุด (T-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA หรือ F-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน ระยะเวลาในการทำงานต่อวัน และเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-28 ปี มีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้จัดการร้าน มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1-3 ปี มีเงินเดือน 10,000 - 15,000 บาท และมีระยะเวลาในการทำงานต่อวัน 7-12 ชั่วโมง ผู้วิจัยจึงได้สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน และปัจจัยค่าจ้าง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านเงินเดือนหรือค่าตอบแทน ด้านการปกครองและการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน	ระดับแรงจูงใจในการทำงาน		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านปัจจัยจูงใจ			
ด้านความสำเร็จของงาน	4.100	.860	มาก
ด้านการยกย่องและการยอมรับ	4.220	.700	มากที่สุด
ด้านลักษณะงาน	4.190	.665	มาก
ด้านความรับผิดชอบ	4.230	.620	มากที่สุด
ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน	4.180	.593	มาก
รวมด้านปัจจัยจูงใจ	4.180	.555	มาก
ด้านปัจจัยค้ำจุน			
ด้านนโยบายและการบริหาร	4.230	.601	มากที่สุด
ด้านเงินเดือนหรือค่าตอบแทน	4.200	.565	มาก
ด้านการปกครองและการบังคับบัญชา	4.220	.600	มากที่สุด
ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน	4.190	.560	มาก
ด้านความมั่นคงในงาน	4.370	.524	มากที่สุด
รวมด้านปัจจัยค้ำจุน	4.240	.461	มากที่สุด
รวมแรงจูงใจในการทำงาน	4.210	.469	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความรับผิดชอบ รองลงมา คือ ด้านการยกย่องและการยอมรับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน

1. ผลการศึกษาระดับบรรยายภาคองค์การ ประกอบด้วย ปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่โครงสร้างองค์กร ความอบอุ่น การสนับสนุน การให้รางวัลและบทลงโทษ ความขัดแย้ง มาตรฐานการปฏิบัติงาน การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรความเสี่ยง ดังที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบรรยากาศองค์การ

บรรยากาศองค์การ	ระดับบรรยากาศองค์การ		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านโครงสร้างองค์การ	4.490	.573	มากที่สุด
ด้านความอบอุ่น	4.330	.575	มากที่สุด
ด้านการสนับสนุน	4.190	.577	มาก
ด้านการให้รางวัลและบทลงโทษ	4.220	.579	มาก
ด้านความขัดแย้ง	4.170	.636	มาก
ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน	4.240	.573	มากที่สุด
ด้านการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	4.320	.545	มากที่สุด
ด้านความเสี่ยง	4.250	.617	มากที่สุด
รวมบรรยากาศองค์การ	4.280	.433	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับบรรยากาศองค์การของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านโครงสร้าง รองลงมา คือ ด้านความอบอุ่น และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความขัดแย้ง

1. ผลการศึกษาระดับความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย ปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ สุขภาพดี น้ำใจงาม สังคมดี ผ่อนคลาย หาความรู้ ทางสงบ ปลอดภัย ครอบคลุม ดังที่แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสุขในการทำงาน

ความสุขในการทำงาน	ระดับความสุขในการทำงาน		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านสุขภาพดี	2.880	.921	ปานกลาง
ด้านน้ำใจงาม	3.640	.743	มาก
ด้านสังคมดี	3.760	.711	มาก
ด้านผ่อนคลาย	3.860	.658	มาก
ด้านหาความรู้	3.860	.645	มาก
ด้านทางสงบ	3.610	.770	มาก
ด้านปลอดภัย	3.840	.656	มาก
ด้านครอบคลุม	3.900	.824	มาก
รวมความสุขในการทำงาน	3.670	.541	มาก

จากตารางที่ 3 ระดับความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านครอบครัวดี รองลงมา คือ ด้านหาความรู้ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านสุขภาพดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน ระยะเวลาในการทำงานต่อวันที่แตกต่างกัน มีความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การอย่างน้อยหนึ่งตัวส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise ดังที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การอย่างน้อยหนึ่งตัวส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจร้านอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.014	.266		4.479	.001*		
ด้านเงินเดือนหรือค่าตอบแทน (Sal)	.168	.055	.176	3.033	.003*	.522	1.915
ด้านการให้รางวัลและบทลงโทษ (Rew)	.159	.052	.170	3.044	.003*	.561	1.781
ด้านความขัดแย้ง (Conf)	.138	.047	.163	2.949	.003*	.578	1.731
ด้านความรับผิดชอบ (Res)	.138	.049	.158	2.825	.005*	.561	1.782
ด้านการปกครองและการบังคับบัญชา (Gov)	.133	.053	.163	2.497	.013*	.505	1.980
ด้านความเสี่ยง (Rsk)	.113	.046	.128	2.438	.015*	.632	1.581
ด้านโครงสร้างองค์การ (Str)	-.108	.049	-.114	-2.194	.029*	.648	1.543
ด้านความสำเร็จของงาน (Ach)	-.106	.031	-.169	-3.393	.001*	.707	1.415

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

Adjusted R Square = .328 F = 4.816 Sig. = .029

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การกับความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า เงินเดือนหรือค่าตอบแทน การให้รางวัลและบทลงโทษ ความขัดแย้ง ความรับผิดชอบ การปกครองและการบังคับบัญชา ความเสี่ยง โครงสร้างองค์การ และความสำเร็จของงาน ส่งผลทางบวกต่อความสุขในการทำงานต่อ ค่า Adjusted R Square มีค่าเท่ากับ .328 แสดงว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วน

แบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 32.80 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยเงินเดือนหรือค่าตอบแทนมีผลต่อความสุขในการทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ การให้รางวัลและบทลงโทษ ความขัดแย้ง ความรับผิดชอบ การปกครองและการบังคับบัญชา ความเสี่ยง โครงสร้างองค์การ และความสำเร็จของงาน ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 67.20 เป็นการส่งผลจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยไม่นำมาศึกษา

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน ระยะเวลาในการทำงานต่อวัน) ของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันมีความสุขในการทำงานแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน และระยะเวลาในการทำงานต่อวัน) ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วน ในกรุงเทพมหานคร ความสุขในการทำงานอาจเป็นผลจากปัจจัยด้านบริบทหรือวัฒนธรรมองค์กรมากกว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรมีความเท่าเทียมในการดูแลพนักงาน อาจสื่อได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่ได้มีผลโดยตรงต่อความสุข แต่ปัจจัยอื่น เช่น บริบทองค์กรอาจมีอิทธิพลมากกว่า สอดคล้องกับ ณัฐธินันท์ ศรีนุกูล, สามารณ อัยกร, และชาติชัย อุดมกิจมงคล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรสังกัดกระทรวงแรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 เป็นการศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลต่างมีความสุขในการทำงาน ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคลากรสังกัดกระทรวงแรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 หน่วยงานมีความมั่นคง มีการสนับสนุนด้านโอกาสและความก้าวหน้าให้กับบุคลากรอย่างเท่าเทียม ลักษณะงานที่ไม่แบ่งประเภทงานสำหรับเพศชายหรือเพศหญิง มีนโยบายและการบริหารงานให้ความสำคัญต่อบุคลากรอย่างเท่าเทียม เพื่อให้เกิดความร่วมมือภายในองค์กรในการทำงานร่วมกันอย่างเต็มที่ ไม่ว่าบุคลากรจะอยู่สถานะใดก็ตาม ก็เกิดความสุข ความสบายใจในการทำงานในองค์กร

2. การศึกษาคำระดับปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบ เป็นแรงจูงใจสูงสุด และด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญกับการได้รับมอบหมายงาน และอิสระในการตัดสินใจ มากกว่าความสัมพันธ์ในเชิงสังคมภายในองค์กร สอดคล้องกับ ปริญญา ปานาเต และฐิตารีย์ ศิริมงคล (2567) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความสุข

ในการทำงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดมหาสารคาม ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านความรับผิดชอบ ส่วนปัจจัยค้ำจุน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านการบริหารจัดการการบังคับบัญชา ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดมหาสารคาม มีความมั่นคง และมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดี สร้างความสุขแก่บุคลากร มีผู้บังคับบัญชาที่มีความสามารถในการปกครองและการบังคับบัญชาในการดำเนินงานและให้คำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างดี รวมถึงการช่วยเหลือซึ่งกันในการทำงานจากผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน มีการกำหนดความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีอิสระในการตัดสินใจในการทำงานตามขอบเขตหน้าที่ อีกทั้งการองค์กรยังเปิดโอกาสให้บุคลากรได้เจริญก้าวหน้าในอาชีพ

3. การศึกษาคำระดับบรรยากาศในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า บรรยากาศองค์การของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยบรรยากาศองค์การด้านโครงสร้าง ได้คะแนนสูงสุด เป็นจุดดี สะท้อนถึงโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนช่วยให้พนักงานเข้าใจบทบาทหน้าที่ ลดความคลุมเครือ และเพิ่มประสิทธิภาพงาน และด้านความขัดแย้ง ได้คะแนนต่ำที่สุด อาจเป็นผลมาจากองค์กรอาจจะยังไม่เปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ บุญลดา คุณาเวชกิจ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของบรรยากาศองค์การ การรับรู้คุณค่าในตน การปรับตัวในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า บรรยากาศองค์การของพนักงาน ด้านโครงสร้างองค์การ และการสนับสนุนที่ดีจากองค์กรที่ช่วยส่งเสริมการสร้างบรรยากาศที่ดี เหมาะสมแก่การทำงาน มีการบังคับบัญชาที่ดี สร้างบรรยากาศการทำงานแบบเปิด ทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานร่วมกับองค์กรอย่างมีความสุข

4. การศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและบรรยากาศองค์การกับความสุขในการทำงานของพนักงานธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยจูงใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ปัจจัยค้ำจุน ด้านเงินเดือนหรือค่าตอบแทน ด้านการปกครองและการบังคับบัญชา บรรยากาศองค์การ ด้านการให้รางวัลและบทลงโทษ ด้านความขัดแย้ง ด้านความเสี่ยง ด้านโครงสร้างองค์การ วิเคราะห์ได้ดีหลายปัจจัยสามารถร่วมกันทำนายความสุขได้ สะท้อนให้เห็นว่าความสุขในการทำงานไม่ได้เกิดจากปัจจัยเดียวแต่เป็นผลรวมของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) และสภาพแวดล้อมในองค์กร (Organizational Climate) ซึ่งความพึงพอใจในการทำงานที่เกิดจากปัจจัยจูงใจ (Motivators) เช่น ความสำเร็จ ความก้าวหน้า และความรับผิดชอบ เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความสุขในการทำงานและแรงจูงใจในเชิงบวก ขณะที่ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เช่น เงินเดือน การบริหาร

จัดการ และบรรยากาศแวดล้อมในการทำงาน แม้จะไม่สามารถสร้างแรงจูงใจโดยตรง แต่หากขาดหรือมีในระดับที่ไม่เหมาะสม ก็อาจส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจและลดทอนความสุขในการทำงานได้ ดังนั้น การส่งเสริมทั้งปัจจัยจูงใจและค้ำจุนร่วมกันจึงมีความสำคัญในการสร้างความสุขและแรงจูงใจอย่างยั่งยืน ในองค์กรธุรกิจอาหารจานด่วน สอดคล้องกับ ธัญญา ยอเซฟ และ อังคณา ธนานุภาพพันธุ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์การ ที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน คือ โครงสร้าง ความอบอุ่น การเปลี่ยนแปลงในองค์การ ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน คือ ความสำเร็จของงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ดังนั้นองค์การควรมีการปรับโครงสร้างให้เหมาะสมกับงานแต่ละแผนก วางแผนขั้นตอนการทำงานไม่ให้ความซ้ำซ้อน มีการจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ของคนในองค์การ การจัดฝึกอบรมพนักงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความสุขให้กับบุคลากรที่ทำงานอยู่ภายในองค์กรนี้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. องค์กรควรมีนโยบายเกี่ยวกับการจ่ายเงินเดือนหรือค่าตอบแทนอย่างมีหลักเกณฑ์และมีความชัดเจน การพิจารณาสวัสดิการเพิ่มเติมที่จะช่วยให้คุณภาพชีวิตของพนักงานดีขึ้น รวมถึงมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการเงินให้กับบุคลากรในองค์การ เพื่อความมั่นคงทางการเงิน และเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นว่าการทำงานร่วมกันกับองค์การสามารถทำให้พนักงาน มีความมั่นคงในงานและการเงินที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ

2. องค์กรควรมีเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการทำงานกับพนักงานทุกระดับ หรือการแสดงศักยภาพของตนเอง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคงทางวิชาชีพ รวมถึงการจัดโปรแกรมการพัฒนาและฝึกอบรมที่ช่วยให้พนักงานมีการเติบโตในสายงาน ทั้งการมีระบบการให้รางวัลและยอมรับผลงานที่ชัดเจน เห็นเป้าหมายการทำงานร่วมกันกับองค์การ

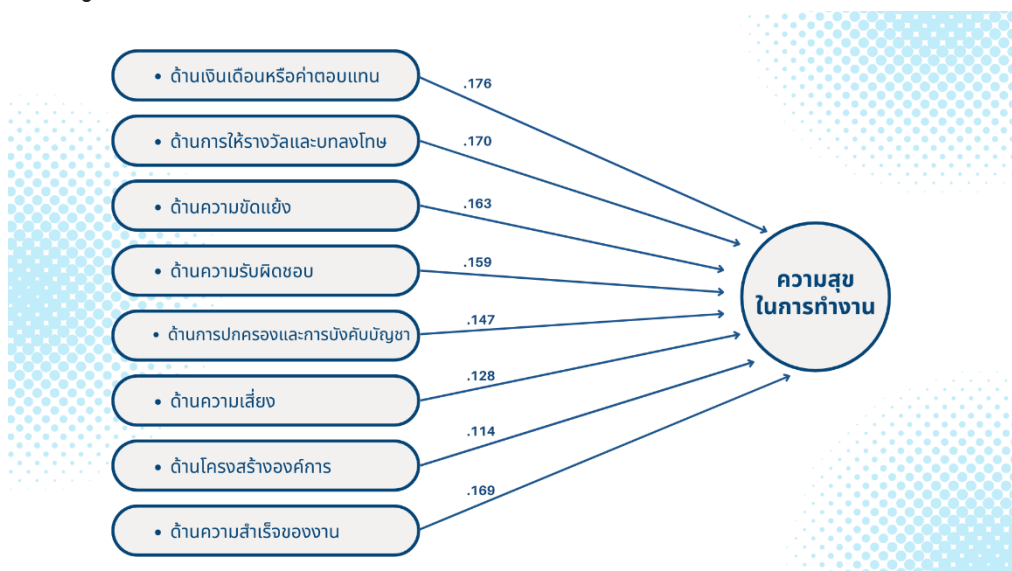
3. องค์กรควรเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารงาน รวมถึงการปรับปรุงระบบการบริหารงานภายในให้โปร่งใส การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนและให้ความอบอุ่นแก่พนักงาน การลดความขัดแย้งภายในองค์การโดยการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันภายในองค์การ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังธุรกิจอาหารจานด่วนแบรนด์อื่น หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านสุขภาพจิตของพนักงานที่อาจมีผลต่อความสุขในการทำงานในครั้งถัดไปควรใช้วิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจได้ละเอียดขึ้น

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 ตัวแบบ (Model) ที่ได้จากการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- บุญลดา คุณาเวชกิจ. (2567). อิทธิพลของบรรยากาศองค์การ การรับรู้คุณค่าในตนการปรับตัวในการทำงานที่ส่งผลต่อความสุขของพนักงาน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.), 30(1), 101-122.
- ปริญญา ปานาเต และฐิตารีย์ ศิริมงคล. (2567). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในจังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 14(3), 180-194.
- ปวีณสุตา ปัญญาจันทร์. (2566). ความพึงพอใจในงานและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหงมหาวิทยาลัย).

- ธัญญา ยอเซฟ และ อังคณา ธนานุภาพพันธุ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน
กรณีศึกษาของบริษัทแห่งหนึ่ง. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *Happy Workplace คือ ?*. สำนักสนับสนุน
สุขภาวะองค์กรสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). [https://happy8
workplace.thaihealth.or.th/about/what-is-it](https://happy8workplace.thaihealth.or.th/about/what-is-it)
- สถาพร มณี. (2566). *ปลุกไฟในใจพนักงานด้วยทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg*. Warinchamrab
Medicine Knowledge Management. [https://warinmed.wordpress.com/2024/02/07/
ปลุกไฟในใจพนักงานด้วยท/](https://warinmed.wordpress.com/2024/02/07/ปลุกไฟในใจพนักงานด้วยท/)