

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลาง และขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาว และ 5 ดาวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors Affecting Affective Organizational Commitment of Employees of Medium and Large 4-Star And 5-Star Hotels in Koh Samui District, Surat Thani Province

สุรินทร์ ชุมแก้ว, รัศมีศักดิ์ เหตุทอง, สุภาวดี สุทธิรักษ์, ณัฐฐากร พุ่มขำ,
สิขรินทร์ คชบริรักษ์, และ ภูวนาท คำสุข
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Surin Chumkaew, Rapassak Hetthong, Supawadee Suthirak, Natthakorn Pumkham,
Sikarin Kodchaborirak, and Phuwanat Kumsuk
Prince of Songkla University

ประวัติย่อ

1. อาจารย์สุรินทร์ ชุมแก้ว อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: surin.ch@psu.ac.th

2. อาจารย์รัศมีศักดิ์ เหตุทอง (Corresponding author) อาจารย์สาขาวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: rapassak.h@psu.ac.th

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี สุทธิรักษ์ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: supawadee.su@psu.ac.th

4. นายณัฐฐากร พุ่มขำ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: 6440410111@psu.ac.th

5. นายสิขรินทร์ คชบริรักษ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: 6440410145@psu.ac.th

6. นายภูวนาท คำสุข นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี e-mail: 6440410133@psu.ac.th

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ปีงบประมาณ 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน กับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรม และเพื่อศึกษาอำนาจการทำนายร่วมกันของตัวแปรอิสระดังกล่าวที่มีต่อตัวแปรตาม กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานคนไทยในระดับปฏิบัติการที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 184 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพและความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรสามารถร่วมกันทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรได้ร้อยละ 34.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: พนักงานโรงแรม, ความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร, ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน, ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร, การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ

Abstract

This study aimed to investigate whether there are relationships between three factors, namely occupational self-efficacy, organization-based self-esteem and supervisor-based self-esteem with affective organizational commitment among hotel employees. It also looked at how these factors could predict employees' affective organizational commitment. The study included 184 Thai employees working at the operational level in medium- and large-sized 4-star and 5-star hotels in Koh Samui district, Surat Thani province. A questionnaire was used to collect data. The analysis used Pearson's correlation coefficient and stepwise multiple regression. The results showed that all three factors were positively related to employees' affective commitment to their organizations with significance at the 0.01 level. Additionally, organization-based self-esteem and occupational self-efficacy together predicted 34.5% of employees' affective organizational commitment with significance at the 0.001 level.

Keywords: Hotel business, Organization-based self-esteem, Supervisor-based self-esteem, Occupational self-efficacy, Affective organizational commitment

บทนำ

จังหวัดสุราษฎร์ธานีถือเป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวของภาคใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอาทิเช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เขื่อนรัชชประภา วัดพระบรมธาตุไชยาราชวรวิหาร และสะพานแขวนวัดเขาพัง เป็นต้น จึงทำให้เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และเป็นอันดับสองของภาคใต้รองจากจังหวัดภูเก็ตที่ซึ่งเป็นจังหวัดหลักที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันพบว่าภาคการท่องเที่ยวและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวเช่น ธุรกิจโรงแรม (รวมทั้งพักและรีสอร์ท) ธุรกิจสปา ธุรกิจการค้าและของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจการขนส่ง กลับมาดำเนินธุรกิจเป็นปกติอีกครั้งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจเหล่านี้มีความต้องการกำลังแรงงานจำนวนมาก ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจใ่อุตสาหกรรมการบริการที่สำคัญที่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรด้านบุคลากรหรือพนักงานสูงกว่าปัจจัยอื่น ๆ โดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมในเกาะสมุยมีความต้องการการจ้างงานทั้งพนักงานประจำและลูกจ้างรายวันเพิ่มมากขึ้น

แต่จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมและผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ดังกล่าว พบว่าธุรกิจโรงแรมในพื้นที่เกาะสมุยประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานและเกิดการแข่งขันกันสูงในการดึงดูดใจคนที่มีศักยภาพสูงทั้งที่มีและไม่มีประสบการณ์ตรงสายงาน รวมถึงนักศึกษาจบใหม่ที่จบตรงและไม่ตรงสายงานเข้ามาทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่าการแข่งขันของตลาดแรงงานไม่ได้มีเพียงแต่ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่เกาะสมุยเท่านั้น แต่ยังมีธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดภูเก็ตที่มีการปรับค่าตอบแทนที่สูงขึ้นมากเพื่อจูงใจพนักงาน รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับภาคการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่พบว่ามีความต้องการการจ้างงานเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมในเกาะสมุยไม่สามารถสรรหาคัดเลือกบุคลากรให้เพียงพอและตรงตามความต้องการได้ รวมทั้งยังมีความเสี่ยงจากการลาออกของพนักงานเก่าด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เป็นที่ทราบกันดีว่าการรับพนักงานใหม่มีต้นทุนสูงกว่าการรักษาพนักงานเก่าได้แก่ ต้นทุนที่เกิดจากการสรรหา การคัดเลือก การพัฒนา และต้นทุนค่าเสียโอกาสต่าง ๆ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้แต่ละโรงแรมต่างหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานในเชิงรุกมากขึ้น โดยหลายองค์กรได้พยายามนำแนวคิดการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการดูแลรักษาพนักงานเหล่านั้นให้อยู่กับองค์กรและกระตุ้นให้พนักงานสร้างผลปฏิบัติงานให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหนึ่งในแนวคิดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันคือ การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานให้อยู่ในระดับสูง (ธนภฤต สังข์เฉย และคณะ, 2564)

อย่างไรก็ตามถึงแม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้เสนอแนะว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนและการรับรู้ความสามารถแห่งตนถือเป็นปัจจัยเชิงเหตุที่สำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความภาคภูมิใจแห่งตนและการรับรู้ความสามารถแห่งตนในบริบทการทำงานและองค์กรสามารถทำนายทัศนคติในการทำงานได้ดีกว่าความภาคภูมิใจแห่งตนและการรับรู้ความสามารถแห่งตนแบบทั่วไป (Chen et al., 2004; Gardner & Pierce, 1998; Pierce et al., 1989; Tang & Gilbert, 1994) แต่จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาอำนาจการทำนายร่วมกันของการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ (Occupational self-efficacy: OSE) ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร (Organization-based self-esteem: OBSE) และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervisor-based self-esteem: SBSE) ที่มีต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร (Affective organizational commitment: AOC) ของพนักงานโรงแรมทั้งในบริบทระดับชาติและนานาชาติ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวในบริบทของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อปิดช่องว่างทางวิชาการและเสนอแนะแนวทางเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน กับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อศึกษาอำนาจการทำนายร่วมกันของการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ที่มีต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม เจ้าหน้าที่บริหารทรัพยากรบุคคล นักวิชาการ หรือที่ปรึกษาธุรกิจสามารถนำผลวิจัยและข้อเสนอแนะไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างและพัฒนาความภาคภูมิใจแห่งตนและการรับรู้ความสามารถแห่งตนให้กับพนักงานโรงแรมได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับโรงแรมอยู่ในระดับสูง

ทบทวนวรรณกรรม

ความผูกพันต่อองค์กร

Meyer and Allen (1991) กล่าวว่าความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของพนักงานนั้นเกิดจากสภาวะจิตใจ (Psychological state) ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยพวกเขาได้แบ่งองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่ ความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร (Affective commitment) หมายถึง ความรู้สึกยึดมั่นผูกพันทางอารมณ์ในองค์กร ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และความปรารถนาที่จะมีส่วนร่วมในองค์กร ส่วนความผูกพันกับองค์กรเชิงการลงทุน (Continuance commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดจากการคิดคำนวณหรือคิดคำนึงถึงประโยชน์ของบุคคล โดยมีพื้นฐานอยู่บนต้นทุนที่บุคคลได้ให้แก่องค์กร ทางเลือกที่มีอยู่ และผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์กรหรือการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่อาจจะสูญเสียไปหากออกจากองค์กร และความผูกพันกับองค์กรเชิงบรรทัดฐาน (Normative commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดจากการรับรู้ว่าตนเองมีพันธะหน้าที่ ความรับผิดชอบ หรือบุญคุณที่จะต้องคงอยู่และสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรต่อไป (ธนกฤต สังข์เฉย และคณะ, 2564) ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกศึกษาความผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดของ Meyer and Allen (1991) โดยเลือกศึกษาเฉพาะความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรเพียงด้านเดียวเท่านั้น เนื่องจากเป็นรูปแบบความผูกพันที่มีการสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางมากที่สุด (Sieger et al., 2011) ทั้งนี้กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ (ดังภาพที่ 1) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะของบุคคล (Personal characteristics) ตามกรอบแนวคิดวิจัยของ Dunham et al. (1994) โดยเลือกศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของบุคคล 3 ตัวแปรอิสระได้แก่ การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน

การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ และความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร

การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ (Occupational self-efficacy: OSE) หมายถึง ความรู้สึกเชื่อมั่นเกี่ยวกับทักษะความรู้ความสามารถของตนเองที่จะทำภารกิจหน้าที่ในงาน รวมทั้งการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี (Rigotti et al., 2008) ทั้งนี้งานวิจัยที่ผ่านมาของ Schyns and Von Collani (2002) พบว่า OSE มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์กร เช่นเดียวกัน

กับงานวิจัยของ Park and Jung (2015) ที่พบว่า OSE มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ AOC ของพนักงานจากหลากหลายองค์กร ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 1 ที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความภาคภูมิใจแห่งตนในบริบทการทำงานและองค์กร และความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร

ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร (Organization-based self-esteem: OBSE) หมายถึง ระดับความเชื่อที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีคุณค่า มีความสำคัญ และมีความสามารถขององค์กร (Pierce et al., 1989) OBSE เป็นรูปแบบเฉพาะของความภาคภูมิใจแห่งตนภายใต้บริบทขององค์กรโดยรวมที่กว้างครอบคลุมทุกแง่มุมของชีวิตการทำงานในองค์กร ส่วนความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervisor-based self-esteem: SBSE) เป็นความภาคภูมิใจแห่งตนที่เฉพาะเจาะจงในระดับความสัมพันธ์กับหัวหน้างานโดยตรงของพนักงานใต้บังคับบัญชา โดย Landry and Vandenberghe (2009) ได้ให้ความหมายของ SBSE ไว้ว่าหมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีคุณค่า มีความสำคัญ และมีความสามารถ อันเป็นการประเมินตนเองที่เกิดจากความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ทั้งนี้ตามแนวคิดทฤษฎีความสอดคล้องแห่งตน (Self-consistency theory) ได้เสนอแนะว่า พนักงานที่มีความภาคภูมิใจแห่งตนสูงมีแนวโน้มที่จะพัฒนาทัศนคติเชิงบวกต่องาน (เช่น AOC) โดยงานวิจัยของ Ekrot et al. (2016), Kim et al. (2021), Lin et al. (2018) และ Norman et al. (2015) พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง OBSE กับ AOC ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 2 และ 3 ที่สอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมาดังนี้

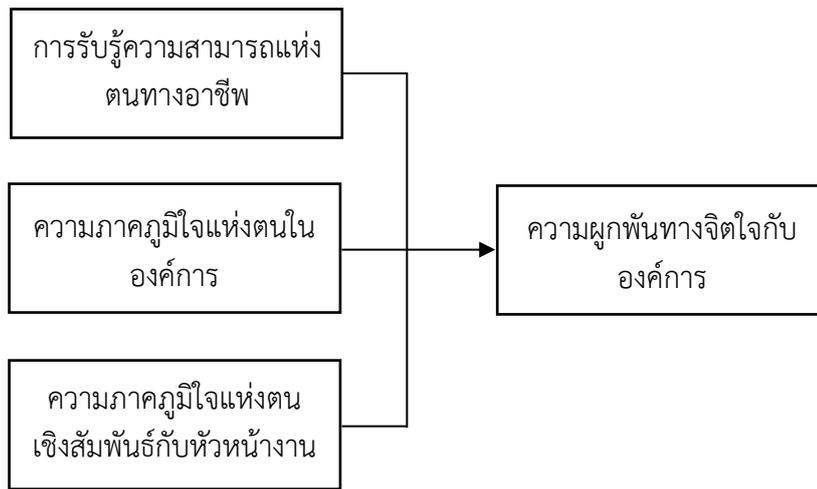
สมมติฐานที่ 2 ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานที่ 3 ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อำนาจการทำนายร่วมกันของการรับรู้ความสามารถแห่งตนและความภาคภูมิใจแห่งตน

งานวิจัยของ Kim et al. (2021), Lin et al. (2018) และ Panaccio and Vandenberghe (2011) แสดงให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญของ OBSE ที่มีต่อ AOC ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์อภิมาน (Meta analysis) ของตัวแปร OBSE โดย Bowling et al. (2010) และ Pierce and Gardner (2004) นอกจากนี้ผลการวิจัยของ Park & Jung (2015) และ Liu and Huang (2019) พบว่า OSE มีผลกระทบเชิงบวกต่อ AOC ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานที่ 4 ที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน สามารถร่วมกันทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาคือ พนักงานประจำคนไทยในระดับปฏิบัติการที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เหตุผลที่คณะผู้วิจัยเลือกศึกษาโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาว และ 5 ดาวเป็นประชากรในงานวิจัยครั้งนี้เพราะโรงแรมมีศักยภาพเพียงพอและมีมาตรฐานในการดำเนินงานภายในและงานด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานประจำคนไทยในระดับปฏิบัติการดังกล่าว โดยมีเกณฑ์คัดเข้าคือ ต้องปฏิบัติงานอยู่ภายใต้บังคับบัญชาของหัวหน้างานคนปัจจุบันมาแล้วไม่ต่ำกว่า 6 เดือน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่หัวหน้างานกับพนักงานได้มีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน และมีเกณฑ์คัดออกคือ ไม่อยู่ระหว่างการลาศึกษาต่อ ลาภักลาป่วย ลาคลอด และลาบวช การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามคำแนะนำของ Lounsbury et al., 2006 (อ้างถึงในบังอร โสฬส, 2555) ที่ได้แนะนำให้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 5 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งมีจำนวน 32 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 160 คน อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือตอบกลับมาแบบไม่สมบูรณ์และป้องกันการได้จำนวนตัวอย่างไม่ครบตามจำนวนดังกล่าว จึงเพิ่มเติมจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากเดิมอีกร้อยละ 20 (Burns & Grove, 2005) ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 192 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) ตามงานวิจัยของธนภุต สังข์เฉย และคณะ (2564) ทั้งนี้มีโรงแรม 6 แห่งที่อนุญาตให้เข้าทำวิจัยครั้งนี้ได้ จากนั้นทำการกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากโรงแรมตัวอย่าง 6 โรงแรม ๆ ละ 32 คน แล้วให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของแต่ละโรงแรมทำการจับฉลากรหัสประจำตัวพนักงานแบบไม่ใส่คืนตามรายชื่อของกลุ่มประชากรของแต่ละโรงแรมจนครบโรงแรมละ 32 คน โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลช่วยอำนวยความสะดวกพาคณะผู้วิจัยไปแจกและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงซึ่งใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ (เดือนธันวาคม 2566) ทั้งนี้ได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 192 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่มีการตอบข้อมูลโดยสมบูรณ์กลับคืนมา 184 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 95.83

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ตอนที่ 2 เป็นแบบวัดความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานของ Landry and Vandenberghe (2009) จำนวน 8 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 เป็นแบบวัดความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรของ Pierce et al. (1989) จำนวน 10 ข้อคำถาม ตอนที่ 4 เป็นแบบวัดการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพของ Rigotti et al. (2008) จำนวน 6 ข้อคำถาม และตอนที่ 5 เป็นแบบวัดความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของ Allen and Meyer (1990) จำนวน 8 ข้อคำถาม ทั้งนี้แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับที่ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินระดับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนเองนั่นคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดด้วยการตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่า Index of Item Objective Congruence (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำร่างแบบสอบถามไปทดสอบนำร่องจำนวน 30 ชุด และทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่าแบบวัดความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.821 แบบวัดความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.912 แบบวัดความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.842 และแบบวัดการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.858 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978) แสดงว่าแบบวัดมีความคงที่ในการวัดและมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) คือ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's product moment correlation coefficient: r) และวิเคราะห์หาอำนาจการทำนายร่วมกันของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีแบบขั้นตอน (Stepwise)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 96 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.17) ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี มีจำนวน 83 คน (คิดเป็นร้อยละ 45.11) และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมีจำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 62.50) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1 - 5 ปี มีจำนวน 94 คน (คิดเป็นร้อยละ 51.09) และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 96 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.17)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (ตามตารางที่ 1) พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร ($r = 0.507, p < 0.01$) เช่นเดียวกับกับความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรและความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานที่พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร ($r = 0.532, p < 0.01$ และ $r = 0.419, p < 0.01$ ตามลำดับ) ผลวิจัยดังกล่าวจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3

ตารางที่ 1 ผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน

ตัวแปร	Mean	S.D.	1	2	3	4
1. ความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร	4.212	0.672	1			
2. การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ	4.314	0.634	0.507**	1		
3. ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร	4.260	0.600	0.532**	0.537**	1	
4. ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน	4.257	0.601	0.419**	0.449**	0.669**	1

หมายเหตุ ** = $p < 0.01$ (2-tailed test)

นอกจากนี้ผลการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อป้องกันปัญหาภาวะร่วมเส้นทางพหุ (Multicollinearity) ดังตารางที่ 1 พบว่า ทุกตัวแปรอิสระมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.449 - 0.669 ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้นั้นคือ ต้องมีค่าไม่เกิน 0.90 (Hair et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อมูลครั้งนี้สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

ผลการวิเคราะห์อำนาจการทำนายร่วมกันของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยผลการวิเคราะห์ในตัวแบบที่ 1 พบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรสามารถทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรได้มากที่สุด คือร้อยละ 27.9 ($R^2_{adj} = 0.279$, $F = 71.774$, $p < 0.001$) และเมื่อการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพเข้าร่วมทำนายกับความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรในตัวแบบที่ 2 พบว่า สามารถทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.9 เป็นร้อยละ 34.5 ($R^2_{adj} = 0.345$, $F = 49.129$, $p < 0.001$) ผลวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานไม่สามารถทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรได้ ดังตารางที่ 2

ทั้งนี้เมื่อนำตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรมาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\text{ความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร} = 9.522 + 0.402 (\text{การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ}) + 0.322 (\text{ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร})$$

สมการความสัมพันธ์ในรูปค่าคะแนนมาตรฐาน

$$Z_{\text{ความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร}} = 0.312 (Z_{\text{การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ}}) + 0.364 (Z_{\text{ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร}})$$

ดังสมการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การที่ค่าการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้ค่าความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรจะเพิ่มขึ้น 0.312 หน่วยมาตรฐาน เมื่อตัวแปรอื่นๆ คงที่ และเมื่อคะแนนความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้ค่าความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรจะเพิ่มขึ้น 0.364 หน่วยมาตรฐาน เมื่อตัวแปรอื่นๆ คงที่

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม (n=184)

ตัวแบบที่	ตัวแปรทำนาย	b	β	R ²	R ² _{adj}	F	Sig.
1	ค่าคงที่ (Constant)	13.647					
	ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร (X2)	0.470	0.532	0.283	0.279	71.774	0.000***
2	ค่าคงที่ (Constant)	9.522					
	ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร (X2)	0.322	0.364	0.352	0.345	49.129	0.000***
	การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ (X1)	0.402	0.312				

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การอภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลวิจัยครั้งนี้บ่งชี้ชัดว่าพนักงานโรงแรมที่มีความเชื่อว่าตนเองมีสมรรถนะและความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จและมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ ตามภาระหน้าที่ในงานของตนเอง โดยพนักงานเหล่านี้จะมีความรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรที่ตนเองทำงานในปัจจุบันด้วยเช่นกัน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu and Huang (2019) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพและความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schyns and Von Collani (2002) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานในประเทศเบลเยียม สเปน สวีเดน และเยอรมนีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลวิจัยครั้งนี้บ่งชี้ชัดว่า พนักงานโรงแรมที่มีความเชื่อเกี่ยวกับตนเองว่าเป็นบุคคลที่มีคุณค่า มีความหมาย และมีความสำคัญต่อสถานที่ที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบัน พนักงานเหล่านี้จะมีความรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรด้วยเช่นเดียวกัน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chen et al. (2004), Ekrot et al. (2016), Lin et al. (2018) และ Norman et al. (2015) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างเข้มแข็งระหว่างสองตัวแปรดังกล่าว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยบ่งชี้ชัดว่าพนักงานโรงแรมที่มีความเชื่อว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีคุณค่า มีความหมาย และมีความสำคัญต่อหัวหน้างานของพวกเขา พนักงานเหล่านี้จะมีความรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบันด้วยเช่นกัน และถึงแม้งานวิจัยที่ผ่านมาไม่เคยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรดังกล่าว แต่ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีความสอดคล้องแห่งตน (Self-consistency Theory) ที่อธิบายว่าความภาคภูมิใจแห่งตนของบุคคลที่เป็นผลมาจากประสบการณ์ในองค์กรและสังคมจะมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของพวกเขา (Korman, 1970, 1976)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรและการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพสามารถร่วมกันทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลวิจัยครั้งนี้บ่งชี้ชัดว่าหากพนักงานโรงแรมมีระดับความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรและการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพสูงขึ้นจะส่งผลให้พนักงานเหล่านี้มีระดับความรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรเพิ่มสูงขึ้นตามมาเช่นเดียวกัน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kim et al. (2021), Lin et al. (2018) และ Panaccio and Vandenberghe (2011) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu and Huang (2019) และ Park and Jung (2015) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพเป็นปัจจัยเชิงเหตุที่สำคัญของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยตามสมมุติฐานที่ 4 ยังพบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานไม่สามารถทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ระดับ 4 และ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานเป็นความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงความสัมพันธ์ (Relational self-esteem) ซึ่งเป็นการประเมินแห่งตนเชิงสัมพันธ์ (Relational self-evaluation) ของพนักงานที่เป็นผลมาจากความสัมพันธ์ที่เฉพาะเจาะจงกับหัวหน้างานของพวกเขาเท่านั้น ดังนั้นความรู้สึกลึกภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานจึงเป็นความรู้สึกเพียงส่วนหนึ่งในบริบทของการทำงานและองค์การที่อาจส่งผลทางอ้อม (Indirect effect) ต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรโดยส่งผ่านตัวแปรคั่นกลางอื่น ๆ อาทิเช่น ส่งผลกระทบต่อความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์การ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรม ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรหาแนวทางส่งเสริมให้พนักงานได้ประสบประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในหน้าที่ความรับผิดชอบในงานโดยพยายามมอบหมายให้พนักงานได้ลงมือทำงานหรือทำโครงการจนประสบความสำเร็จด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้บริหารควรปฏิบัติตนให้เป็นต้นแบบหรือโมเดลในการสร้างความสำเร็จที่บรรลุเป้าหมายในงานและในองค์การเพื่อเป็นอีกกลไกหนึ่งที่จะทำให้พนักงานนั้นรับรู้ว่าคุณมีความสามารถที่จะทำได้หรือประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกันถ้าหากมีความอดทนพยายามรวมถึงควรใช้คำพูดเพื่อโน้มน้าว ชักจูง แนะนำ และชื่นชมให้พนักงานเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในตัวเองว่าพนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จะทำงานหรือทำเป้าหมายในอาชีพการงานให้ประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ผู้บริหารต้องพยายามใช้วิธีการกระตุ้นทางอารมณ์ในการทำงานให้กับพนักงานเพื่อให้พวกเขามีอารมณ์เชิงบวกต่อตนเองหรือสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของตัวเองหรือเห็นตนเองมีคุณค่า โดยอารมณ์หรือความรู้สึกเชิงบวกเหล่านี้จะส่งผลให้พนักงานมีความเชื่อในความสามารถของตนเองเพิ่มขึ้นตามมา

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรม ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรต้องส่งเสริมให้พนักงานเกิดความเชื่อเกี่ยวกับตนเองว่าพวกเขาเป็นบุคคลที่มีความหมาย มีประโยชน์ และมีความสำคัญต่อองค์การ อาทิเช่น การจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่จูงใจ การเสริมสร้างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน การเสริมสร้างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ การเสริมสร้างภาวะผู้นำของผู้บริหาร การเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์การและการเสริมสร้างความรู้สึกรับผิดชอบในงาน เป็นต้น ซึ่งการเสริมสร้างความรู้สึกลึกภาคภูมิใจเหล่านี้ให้กับพนักงานจะส่งผลให้พวกเขามีระดับความภาคภูมิใจแห่งตนที่เป็นสมาชิกของโรงแรมเพิ่มขึ้น อันส่งผลต่อเนื่องทำให้พวกเขาเกิดความรู้สึกผูกพันทางใจต่อโรงแรมเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

1.3 ผลการวิจัยพบว่า ความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานโรงแรม ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความเชื่อเกี่ยวกับตนเองว่าพวกเขานั้นเป็นบุคคลที่มีคุณค่า มีความหมาย และมีประโยชน์ต่อผู้บริหารหรือหัวหน้างานของพวกเขา ทั้งนี้ผู้บริหารโรงแรมอาจให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน การเสริมสร้างความรู้สึกลึกภาคภูมิใจต่อผู้บริหาร การส่งเสริมบทบาทภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับผู้ตาม (Leader-member exchange) การสร้างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived supervisor support) และการแสดงออกถึงบทบาทการเป็นพี่เลี้ยงทางอาชีพ

โดยหัวหน้างาน (Supervisor career mentoring) เป็นต้น ทั้งนี้การเสริมสร้างปัจจัยดังกล่าวให้เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การมีความรู้สึผูกพันต่อโรงแรมเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัวแปรได้แก่ การรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กร และความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ซึ่งผลวิจัยพบว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร อย่างไรก็ตามมีเพียงตัวแปรการรับรู้ความสามารถแห่งตนทางอาชีพและความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรเท่านั้นที่สามารถร่วมกันทำนายตัวแปรตามได้และทำนายได้เพียงร้อยละ 34.5 จึงน่าจะยังมีตัวแปรอื่นที่สามารถเข้าร่วมทำนายความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรเพิ่มเติมได้อาทิเช่น การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร การไว้วางใจต่อองค์กร เป็นต้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อให้ผู้วิจัยได้เข้าใจเกี่ยวกับตัวทำนายของความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรได้อย่างครบถ้วนและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 ผลวิจัยพบว่าความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร แต่ตัวแปรอิสระดังกล่าวไม่สามารถเข้าร่วมการทำนายตัวแปรตามได้ ดังนั้นการวิจัยในอนาคตจึงควรเพิ่มการศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรความภาคภูมิใจแห่งตนเชิงสัมพันธ์กับหัวหน้างานที่มีต่อความผูกพันทางจิตใจกับองค์กร โดยผ่านตัวแปรคั่นกลางนั้นคือ ความภาคภูมิใจแห่งตนในองค์กรเพื่อทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.3 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะตัวทำนายของความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงาน แต่ไม่ได้ศึกษาผลลัพธ์ที่น่าพึงปรารถนาของตัวแปรดังกล่าว ซึ่งตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าความผูกพันทางจิตใจกับองค์กรของพนักงานช่วยให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพวกเขาหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานเชิงบวกของพนักงาน ตลอดจนมีผลการปฏิบัติงานในระดับที่สูงด้วยเช่นกัน ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่น่าพึงปรารถนาเหล่านี้เพิ่มเติม

2.4 การวิจัยครั้งนี้มีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อย รวมทั้งได้ศึกษากับโรงแรมตัวอย่างเพียง 6 โรงแรมเท่านั้น ตลอดจนยังศึกษาเฉพาะโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงสามารถนำผลวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ได้เฉพาะในบริบทของโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตจึงควรศึกษากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่มากขึ้นหรือศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักหรือศึกษาในโรงแรมในทุกกลุ่มจังหวัดภาคใต้ หรือในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้นักวิชาการได้ทราบความสัมพันธ์และการทำนายของตัวแปรที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

2.5 การวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาเฉพาะโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในระดับ 4 ถึง 5 ดาวเท่านั้น ดังนั้นนักวิจัยหรือนักวิชาการที่สนใจควรทำการศึกษาเพิ่มเติมทั้งโรงแรมระดับ 3 ถึง 5 ดาวหรือควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโรงแรม 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว เพื่อช่วยให้นักวิจัยหรือผู้บริหารโรงแรมได้เข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรและการทำนายของตัวแปรได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนกฤต สังข์เฉย, พรหมมาตร จินดาโชติ และ สไบทิพย์ มงคลนิมิต. (2564). เจนเนอเรชันวาย: ความผูกพันเชิงความรู้สึกกับองค์กรและความตั้งใจคงอยู่ในงาน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 41(3), 50-62.
- บั้งอร โสฬส. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*. บริษัท เอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซช จำกัด.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(1), 205-250.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18.
- Bowling, N. A., Eschleman, K. J., Wang, Q., Kirkendall, C., & Alarcon, G. (2010). A meta-analysis of the predictors and consequences of organization-based self-esteem. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(3), 601-626.
- Burns, N., & Grove, S. K. (2005). *The practice of nursing research: Conduct, critique & utilization* (5th ed.). W. B. Saunders.
- Chen, G., Goddard, T. G., & Casper, W. J. (2004). Examination of the relationships among general and work-specific self-evaluations, work-related control beliefs, and job attitudes. *Applied Psychology*, 53(3), 349-370.
- Dunham, R. B., Grube, J. A., & Castenada, M. B. (1994). Organizational commitment: The utility of an integrative definition. *Journal of Applied Psychology*, 79(3), 370-380.
- Ekrot, B., Rank, J., & Gemünden, H. G. (2016). Antecedents of project managers' voice behavior: The moderating effect of organization-based self-esteem and affective organizational commitment. *International Journal of Project Management*, 34(6), 1028-1042.
- Gardner, D. G., & Pierce, J. L. (1998). Self-esteem and self-efficacy within the organizational context: An empirical examination. *Group & Organization Management*, 23(1), 48-70.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Kim, J. S., Milliman, J. F., & Lucas, A. F. (2021). Effects of CSR on affective organizational commitment via organizational justice and organization-based self-esteem. *International Journal of Hospitality Management*, 92, Article 102691.
- Korman, A. K. (1970). Toward an hypothesis of work behavior. *Journal of Applied Psychology*, 54(1), 31–41.
- Korman, A. K. (1976). Hypothesis of work behavior revisited and an extension. *Academy of Management Review*, 1(1), 50-63.
- Landry, G., & Vandenberghe, C. (2009). Role of commitment to the supervisor, leader-member exchange, and supervisor-based self-esteem in employee-supervisor conflicts. *The Journal of Social Psychology*, 149(1), 5-28.

- Lin, X. S., Chen, Z. X., Ashford, S. J., Lee, C., & Qian, J. (2018). A self-consistency motivation analysis of employee reactions to job insecurity: The roles of organization-based self-esteem and proactive personality. *Journal of Business Research, 92*, 168–178.
- Liu, E., & Huang, J. (2019). Occupational self-efficacy, organizational commitment, and work engagement. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 47*(8), 1-7.
- Lounsbury, J. W., Loveland, J. M., Sundstrom, E. D., Gibson, L. W., Droege, A. M., & Hamrick, F. L. (2006). An investigation of psychometric properties of the Big Five personality traits in relation to job satisfaction of business professionals. *Journal of Management Development, 25*(1), 65-77.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review, 1*(1), 61–89.
- Norman, S. M., Gardner, D. G., & Pierce, J. L. (2015). Leader roles, organization-based self-esteem, and employee outcomes. *Leadership & Organization Development Journal, 36*(3), 253-270.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Panaccio, A., & Vandenberghe, C. (2011). The relationships of role clarity and organization-based self-esteem to commitment to supervisors and organizations and turnover intentions. *Journal of Applied Social Psychology, 41*(6), 1455-1485.
- Park, I. J., & Jung, H. (2015). Relationships among future time perspective, career and organizational commitment, occupational self-efficacy, and turnover intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 43*(9), 1547–1562.
- Pierce, J. L., & Gardner, D. G. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization-based self-esteem literature. *Journal of Management, 30*(5), 591-622.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal, 32*(3), 622–648.
- Rigotti, T., Schyns, B., & Mohr, G. (2008). A short version of the occupational self-efficacy scale: Structural and construct validity across five countries. *Journal of Career Assessment, 16*(2), 238-255.
- Schyns, B., & Von Collani, G. (2002). A new occupational self-efficacy scale and its relation to personality constructs and organizational variables. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 11*(2), 219-241.
- Sieger, P., Bernhard, F., & Frey, U. (2011). Affective commitment and job satisfaction among non-family employees in family firms. *Institutional Economics: Macroeconomic Aspects of Institutions eJournal*.
- Tang, T. L. P., & Gilbert, P. R. (1994). Organization-based self-esteem among mental health workers: A replication and extension. *Public Personnel Management, 23*(2), 199-234.

