

อิทธิพลของปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีต่อความผูกพัน
ในองค์กรธุรกิจโรงแรม
Influence of motivation and maintenance factors on
engagement of hotel business organization

เยาวภา นียากร
Yaowapha Neeyakorn
อาจารย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Lecturer, Mahasarakham University
yaowaair@gmail.com

Received: September 1, 2019

Revised December 12, 2019

Accepted: December 24, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนกับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม และ 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานโรงแรมของโรงแรมไทยเซน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานโรงแรม มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ปัจจัย โดยพนักงานโรงแรม มีระดับความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 47.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบในงาน ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ปัจจัยค้ำจุนด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ปัจจัยค้ำจุนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน และปัจจัยค้ำจุนด้านสถานภาพ (สถานะของอาชีพ)

คำสำคัญ: ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำ ความผูกพัน ธุรกิจโรงแรม

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the relationship of motivation and maintenance factors with employee engagement in hotel business organization and 2) to study the influence of motivation and maintenance factors on engagement of hotel business

organization. The samples were 300 hotel staff of Thai chain hotels in Bangkok. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The research found that the overall level of opinion of the hotel staff on motivation and maintenance factors with employee engagement in hotel business organization was at a very high level in both factors. Also, the overall level of engagement of the hotel staff in hotel business organization was at a high level. When considering each aspect, it was found that service provision was rated with the highest level, and work performance was rated with a high level, respectively. Motivation and maintenance factors were related to overall employee engagement in the hotel business organization with statistical significance at the level of .01, with a positive relationship at a moderate level.

In addition, it was found that motivation and maintenance factors could predict the engagement in the hotel business organization by 47.8% with statistical significance at the level of .05. The variables that can predict with statistical significance included the motivation factors in terms of job responsibilities and promotion and the maintenance factors in terms of compensation and benefits, physical environment in the workplace and status (career status).

Keywords: motivation factors, maintenance factors, relationship, hotel business

บทนำ

การเติบโตของธุรกิจโรงแรมทำให้ความต้องการบุคลากรที่มีพื้นฐานความรู้ ความชำนาญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่แรงงานที่มีประสบการณ์ก็มีทางเลือกที่จะทำงานในโรงแรมที่ให้ผลตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินที่ดีกว่า ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนแรงงานในธุรกิจโรงแรมอย่างมาก และจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม พบว่าการขาดแคลนแรงงานในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยยังเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากการลาออกจากการงานในอัตราที่สูงทั้งพนักงานในระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการที่ใช้ทักษะ (พวงเพ็ญ ชูรินทร์, 2552) นอกจากนี้บริษัทฮิววิทแอสโซซิเอตส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่ให้คำปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์รายงานว่าในปี 2555 ตัวเลขประมาณการอัตราการลาออกจากงาน (Turnover Rate) ของ ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยจะอยู่ที่ร้อยละ 15 ถึงร้อยละ 21 ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างเมื่อเปรียบเทียบกับ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 8 (ปรกรณ์ ลัมโยธิน, 2555) อีกทั้งคริสทอป เลอเฉอน รองประธานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ประจำแอดคอร์ทโฮเทล ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกเฉียงเหนือ ยังกล่าวว่า ในปี 2560 นี้แอดคอร์ทโฮเทลในไทยน่าจะต้องการบุคลากรเพิ่ม 1,500 อัตรา สิ่งที่ห่วงคือ บุคลากรฝ่ายปฏิบัติการที่มีทักษะระดับสากล เช่น พนักงานทำความสะอาด พ้อครัวพนักงานแผนกต้อนรับ มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด (คริสทอป เลอเฉอน, 2560) ดังนั้นการแก้ไขปัญหาการลาออกจากการงานของบุคลากร จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจโรงแรมต้องเข้าใจสาเหตุที่แท้จริง ซึ่งจะทำให้ได้แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้องค์การประสบความสำเร็จสูงสุด (Slattery, 2005; Yang, 2010; วิโรจน์ ลักขณาอดิศร, 2551) การที่บุคลากรตั้งใจจะลาออกจากการงาน มีเหตุจากหลายปัจจัย หนึ่งในปัจจัยเหตุเหล่านั้นอาจมาจากการขาดการดูแลและเอาใจใส่

จากองค์กร (Hackman & Suttle, 1977) คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) หากองค์กรต่าง ๆ ถือว่าการดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นหน้าที่ที่นายจ้างพึงกระทำต่อลูกจ้าง โดยไม่เพียงแต่จัดให้ถูกต้องตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น ผลก็คือพนักงานจะมีความพึงพอใจในการทำงานและมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น (Layer, 2009; Koonmee, 2010) และในที่สุดองค์กรนั้นก็จะได้ประโยชน์จากการดูแลคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีของพนักงาน เช่น อัตราการลาและขาดงานลดลง อัตราการออกจากงานลดลง สามารถลดต้นทุนด้านการบริหาร ไม่เสียโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ สามารถเพิ่มระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมส่งผลให้ความพึงพอใจจากลูกค้าเพิ่มขึ้นด้วย (Kandasamy & Anceri, 2009)

อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ คือเรื่องของสวัสดิการและค่าตอบแทน ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของพนักงานและครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นค่าบริการ (Service Charge) สวัสดิการทางสังคม วันทำงาน ชั่วโมงทำงาน วันหยุดพักผ่อน หรือสวัสดิการอื่น ๆ สิ่งจูงใจทั้งหลายเหล่านี้ที่กล่าวมา เป็นเพียงส่วนหนึ่งของสิ่งจูงใจอีกหลากหลายประการที่โรงแรมต่าง ๆ ต้องหาทางสร้างและพัฒนาขึ้นมาควบคู่ไปกับการพัฒนาโรงแรมในด้านอื่น ๆ เพราะคุณค่าของโรงแรมเกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลัก 2 ส่วนคือ Hardware อันประกอบไปด้วยสินค้าที่มองเห็นและจับต้องได้ กับ Software อันประกอบไปด้วยการบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากพนักงาน ซึ่งความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของโรงแรมให้เกิดความแตกต่างจากโรงแรมทั้งหลายนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากมูลค่าเพิ่มทางด้าน Software ที่โรงแรมมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า (การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม, 2555) ดังนั้น การรักษาพนักงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูน กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม และอิทธิพลของปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม เพื่อที่จะหาแนวทางแก้ไขปัญหา ปรับปรุงและหลีกเลี่ยงปัจจัยการสูญเสียพนักงาน และการหาวิธีจูงใจให้มีความผูกพัน ตลอดจนพัฒนาระบบทรัพยากรส่วนบุคคล และนำข้อมูลที่น่าจะได้เหล่านี้เสนอให้ธุรกิจโรงแรมได้นำไปประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร ไปใช้อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูน กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานโรงแรมจากแผนกการจัดการงานส่วนหน้า แผนกการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน ในโรงแรมไทยเซน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 5 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมเอเชีย กรุงเทพฯ โรงแรมนารายณ์ โรงแรมรามารการ์เดน โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพฯ และโรงแรมไพรวิงส์ กรุงเทพฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 960 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของพนักงานโรงแรมจากแผนกการจัดการงานส่วนหน้า แผนกการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน ในโรงแรมไทยเซน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 282 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 5 % จากกลุ่มตัวอย่างเดิม ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็น 300 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเทียบสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2551)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยด้านทัศนคติต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 2 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ของโรงแรมไทยเซน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 โรงแรม เพื่อแนะนำตัวพร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับพนักงานโรงแรมจากแผนกการจัดการงานส่วนหน้า แผนกการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง พร้อมทั้งรื้อแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยด้านทัศนคติ กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-moment Correlation Coefficient)
4. วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของพนักงานโรงแรม

พนักงานโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.67 มีอายุระหว่าง 25-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.33 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.67 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.67 ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานจากแผนกการบริการอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 42.67 มีตำแหน่งเป็นพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 74.33 ตำแหน่งงานเป็นพนักงานประจำ (Full-time) คิดเป็นร้อยละ 90.00 โดยมียุทธศาสตร์ที่ทำงานอยู่ในธุรกิจโรงแรม 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.67 ซึ่งส่วนใหญ่เคยทำงานโรงแรมจนถึง

ปัจจุบันมา 1-2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีระยะเวลาในการทำงาน 2 ปี 1 เดือน -4 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.34 และส่วนใหญ่มีอัตราเงินเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.67

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูงต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม

2.1 พนักงานโรงแรม มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยจิตใจต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านเนื้องานที่ทำ (ลักษณะงานที่ปฏิบัติ) ($\bar{X} = 4.34$) 2. ด้านความรับผิดชอบในงาน ($\bar{X} = 4.31$) 3. ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{X} = 4.25$) 4. ด้านการได้รับการยอมรับ ($\bar{X} = 4.24$) และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ($\bar{X} = 3.97$) 2. ด้านความเจริญก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

2.2 พนักงานโรงแรม มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคำจูงต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ในหมู่พนักงานด้วยกัน ($\bar{X} = 4.23$) และอยู่ในระดับมาก 6 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร ($\bar{X} = 4.14$) 2. ด้านสถานภาพ (สถานะของอาชีพ) ($\bar{X} = 4.10$) 3. ด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน ($\bar{X} = 4.04$) 4. ด้านความมั่นคงของงาน ($\bar{X} = 4.02$) 5. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.00$) 6. ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

3. ระดับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม

พนักงานโรงแรม มีระดับความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 4.27$) และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูง กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม

4.1 ปัจจัยจิตใจมีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลางกับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.447 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้องานที่ทำ (ลักษณะงานที่ปฏิบัติ) ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านการได้รับการยอมรับ และด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.480 0.476 0.452 และ 0.415 ตามลำดับ ส่วนด้านความเจริญก้าวหน้า และด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.352 และ 0.275

4.2 ปัจจัยคำจูงมีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.532 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานภาพ (สถานะของอาชีพ) ด้านความมั่นคงของงาน ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร ด้านความสัมพันธ์ในหมู่พนักงานด้วยกัน และด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.551 0.514 0.508 0.499 0.479 และ 0.432 ตามลำดับ ส่วนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.378

5. อิทธิพลของปัจจัยจิตใจและปัจจัยค่าจ้างที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม

ปัจจัยจิตใจและปัจจัยค่าจ้างสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันในองค์กร ได้ร้อยละ 47.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยจิตใจด้านความรับผิดชอบในงาน ปัจจัยจิตใจด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ปัจจัยค่าจ้างด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ปัจจัยค่าจ้างด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน และปัจจัยค่าจ้างด้านสถานภาพ (สถานะของอาชีพ)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยจิตใจและปัจจัยค่าจ้างมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิม สุขเจริญ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = 0.464$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบและด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เช่นเดียวกับพรทิพย์ เกิดขำ (2557) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรกรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน เขตปทุมธานี-บางบัวทอง พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับภัทรนันท์ ศิริไทย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน สามารถทำให้พนักงานเกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้นทางโรงแรมควรมีการส่งเสริม สนับสนุน แรงจูงใจในการทำงานที่เป็นทั้งปัจจัยจิตใจ (Motivators Factors) และปัจจัยค่าจ้าง (Hygiene Factors) ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของพนักงานในโรงแรมอยู่เสมอ เพื่อสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานได้เป็นอย่างดี และจะสามารถส่งผลดีต่อประสิทธิผลในภาพรวมขององค์กรได้อีกด้วย

2. ปัจจัยจิตใจและปัจจัยค่าจ้างสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 47.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยจิตใจด้านความรับผิดชอบในงาน ปัจจัยจิตใจด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ปัจจัยค่าจ้างด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ปัจจัยค่าจ้างด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน และปัจจัยค่าจ้างด้านสถานภาพ (สถานะของอาชีพ)

ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยค่าจ้าง (Hygiene Factors) ได้แก่ เงินเดือน อาหาร ชุดยูนิฟอร์ม ประกันสังคม วันหยุด และค่าบริการ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน ที่ช่วยทำให้บุคลากรนั้นสามารถที่จะจูงใจให้เกิดการปฏิบัติงานต่อไปได้ หากไร้ซึ่งการให้เงินเดือนการปฏิบัติงานนั้นก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เช่นเดียวกับความก้าวหน้า ความสัมพันธ์ในหน่วยงาน สถานะ นโยบายองค์กร สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคง และหลักการปกครองที่ผู้บริหารปฏิบัติกับลูกน้องนั่นเอง ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบด้านปัจจัยค่าจ้าง (Hygiene Factors) ถ้ามีลักษณะที่เป็นลบหรือเกิดจากความไม่พอใจของบุคลากรในองค์กร บุคลากรจะไม่มีความรู้สึกต่อสิ่งนั้นหรือเกิดความไม่พึงพอใจในงานขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น เงินเดือนเป็นปัจจัย

ค่าจูงให้เกิดความต้องการปฏิบัติงานต่อบุคลากรรวมไปถึงการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรนั้นอีกด้วย แต่เมื่อบุคคลนั้นได้เข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรแล้วเงินเดือนไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ผลของการปฏิบัติงานนั้นก็อาจจะไม่มีประสิทธิภาพที่ดีเพียงพอจนทำให้เกิดการมองหางานใหม่ ตำแหน่งใหม่หรือการย้ายสถานที่ปฏิบัติงาน เป็นต้น ดังนั้น องค์ประกอบทางด้านปัจจัยค่าจูง (Hygiene Factors) จึงมีหน้าที่ค่าจูงหรือบำรุงรักษาบุคลากรเกิดความพึงพอใจในงานและสามารถปฏิบัติงานต่อไปได้ด้วยความสุขและความคาดหวังที่จะประสบความสำเร็จใน ลำดับชั้นของปัจจัยจิตใจ (Motivators Factors) เช่น ความสำเร็จ การยอมรับ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นต้น ซึ่งจากงานวิจัยนี้พบว่าเรื่องปัจจัยพื้นฐานที่องค์กรต้องตอบแทนให้กับบุคลากรเมื่อเข้ามาปฏิบัติงาน อย่างเช่น เงินเดือน อาหาร ชุดยูนิฟอร์ม ประกันสังคม วันหยุด และค่าบริการ นั้นไม่ใช่ปัจจัยค่าจูงที่จะทำให้พนักงานอยากทำงานต่อไปหรือปิดโอกาสในการหางานใหม่ เพราะเนื่องจากว่า ธนากร ชันธพัต (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยจิตใจ ปัจจัยค่าจูง และคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ซึ่งได้สรุปผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยค่าจูงด้านค่าตอบแทน (โบนัส) และด้านเงินเดือน ว่าไม่ส่งผลต่อความภักดีในองค์กรของผู้ปฏิบัติงานในการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยเช่นเดียวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน แต่ทางด้านสวัสดิการและด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรนั้นส่งผลต่อความภักดีในองค์กร เช่นเดียวกับ ปราโมทย์ ทองวัฒน์, วิรงรอง บุญจรัส และวิรัชชัยยศ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคารกับความผูกพันและความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคาร เช่น ด้านนโยบายของธนาคาร ด้านสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนร่วมงาน ด้านการฝึกอบรม และด้านความสำเร็จและโอกาสก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความผูกพันและความจงรักภักดีต่อองค์กร ส่วน กัณณ วิระกรพานิช (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การคาดหวังและแรงจูงใจของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษา พนักงานของบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด พบว่าสิ่งที่แตกต่างไปจากงานวิจัยอื่น อาทิเช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรต่างกัน ด้านสถานภาพสมรสและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรต่างกัน ความก้าวหน้าในอาชีพแตกต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่างกัน และพนักงานที่มีแรงจูงใจด้านความสำเร็จ ด้านความผูกพัน และด้านการมีอำนาจที่ต่างกันนั้นมีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่างกันอีกด้วย ส่วน รสสุคนธ์ ฤทธาเกียรติกุล (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการธนาคาร HSBC ประเทศไทย ที่มีผลต่อความจงรักภักดีในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า พนักงานระดับปฏิบัติการที่มี อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงานเป็นบุคลากรของธนาคารที่ต่างกันนั้นมีความจงรักภักดีในองค์กรแตกต่างกันไปตามลำดับ และได้สรุปข้อเสนอแนะว่าผู้บริหารควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน เช่น ส่งเสริมและพัฒนา นโยบายในด้านพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานก็จะส่งผลอันดีต่อความจงรักภักดีในองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ ธนาคาร HSBC ประเทศไทย และทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรบุคคลต่อไป และจากงานวิจัยของเอกพล บุญญะฤทธิ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางทัศนคติที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา: การไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่ เพชรบูรณ์ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางทัศนคติด้านชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการมากที่สุด และความรับผิดชอบต่อหน้าที่และความซื่อสัตย์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด แต่ปัจจัยทางทัศนคติด้านการยอมรับจากหัวหน้างานกลับมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการน้อยที่สุด ซึ่งจากงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงในข้างต้นทั้งที่เกี่ยวข้องกับ แรงจูงใจ (Motivators

Factors) ปัจจัยค่าจูน (Hygiene Factors) หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรนั้น สามารถชี้วัดให้ทราบได้ถึงปัจจัยค่าจูน (Hygiene Factors)

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivators Factors) เป็นเพียงสิ่งที่ตอบสนองเฉพาะรายบุคคลเท่านั้น เช่น ความต้องการ ความปรารถนา เป็นต้น แต่ปัจจัยค่าจูน (Hygiene Factors) นั้นเป็นปัจจัยที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก เช่น สภาพบรรยากาศ ลักษณะทางกายภาพ หรือภาพรวมของสถานปฏิบัติงาน ดังนั้นการสร้างปัจจัยจูงใจจึงต้องทำการกำหนดเป้าหมายให้กับบุคคลเป็นรายคน หน้าที่ รูปแบบธุรกิจ ความเสี่ยงของงานด้วย แต่การสร้างปัจจัยค่าจูนนั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนและผลักดันจากปัจจัยภายนอกที่เราให้เกิดความรู้สึกต่อการปฏิบัติงานได้โดยตรง ดังนั้น ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูนจึงเป็นเสมือนปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ต้องใช้การวิเคราะห์รูปแบบที่ปรับเปลี่ยนไปตามกาลสมัย การขยายตัวหรือหดตัวของระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องต่อองค์กรอีกด้วย เช่น ธุรกิจโรงแรมนั้นเป็นธุรกิจการให้บริการที่เริ่มต้นจากในส่วนของปัจจัยค่าจูนที่สะอาดสายตาของผู้ที่มาใช้บริการจากภายนอกนั้นคือ สภาพแวดล้อมของโรงแรมที่เอื้อต่อการพักผ่อนและจากสภาพแวดล้อมที่ดีนั้นจะส่งผลต่อบุคลากรที่ทำหน้าที่โดยตรงเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ดีนั้นจะส่งผลต่อสุขภาพจิตใจที่สดชื่น แจ่มใส เพิ่มบรรยากาศและรอยยิ้มให้กับภาพลักษณ์ของโรงแรมได้โดยอัตโนมัติอีกด้วย ดังนั้นธุรกิจโรงแรมควรจะต้องทำการปรับสภาพแวดล้อมของโรงแรมให้เหมาะสมกับการพักผ่อนที่เป็นจุดขายของตนเองเป็นอันดับแรกด้วยการทำ SWOT ให้กับปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน เพราะสำหรับธุรกิจโรงแรม ตัวบุคลากรถือว่าสภาพแวดล้อมของโรงแรมด้วยเช่นกัน ตรงกันข้ามหากบุคลากรโรงแรมไม่มี Service mind จะทำให้บรรยากาศของโรงแรมนั้นเป็นบรรยากาศที่ไม่เหมาะสมที่จะใช้บริการอย่างมาก

2. ฝ่ายที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารอาคารสถานที่ของโรงแรมจะต้องทำการเก็บข้อมูลทั้งในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ อาทิเช่น ข้อมูลรายบุคคลและข้อมูลรายแผนก และข้อมูลทุติยภูมิ อาทิเช่น ทัศนศึกษา หรือการสร้างบรรยากาศในองค์กรตาม บทความ วารสาร สื่อออนไลน์ หรือการทัศนศึกษาดูงานองค์กรที่สร้างบรรยากาศในการปฏิบัติงานให้กับพนักงานได้อย่างยอดเยี่ยม เช่น บริษัท Google หรือบริษัท Facebook ที่สร้างบรรยากาศให้มีความผ่อนคลายเสมือนพนักงานนั้นมาท่องเที่ยวมากกว่ามาทำงาน นั่นจึงทำให้พนักงานไม่มีความเครียด และทำให้ได้งานที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์นั้นผุดขึ้นในทุก ๆ ตารางเมตรขององค์กรได้

เอกสารอ้างอิง

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม. (2555). สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2559, จาก

<http://www.ihotelguru.com/index.php?>

กัณณ์ วีระกรพานิช. (2554). *การคาดหวังและแรงจูงใจของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาพนักงานของบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

คริสทอป เลอเฉอน. โรงแรมยังขาดแคลนแรงงาน (2560). สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560, จาก <https://www.posttoday.com/biz/news/473869>.

- เฉลิม สุขเจริญ. (2557). แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร
องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธนากร ชันธพัต. (2558). ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยคำจูง และคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความ
จงรักภักดีของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:
จามจุรีโปรดักท์.
- ปกรณ์ ลิ้มโยธิน. (2555). ความตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานโรงแรม. เอกสารประกอบการประชุม
วิชาการด้านการบริหารจัดการ. ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปราโมทย์ ทองวัฒน์, วิรงรอง บุญจรัส และวีรยา ชัยยศ. (2551). ทศนคติของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ
ธนาคารกับความผูกพันและความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรทิพย์ เกิดขำ. (2557). ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กร
กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน เขตปทุมธานี-บางบัวทอง.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พวงเพ็ญ ชูรินทร์. ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ ความเครียด และความพึงพอใจ ในงานที่มีผล
ต่อความคงอยู่ของพนักงานโรงแรมในเขตภาคใต้ตอนบนภายใต้สถานการณ์ของภาวะเศรษฐกิจ
ตกต่ำ. วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 3 (มิถุนายน 2552):1-15.
- ภัทรนันท์ ศิริไทย. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของบุคลากร
วิทยาลัยชุมชนสระแก้ว. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการ
บริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รสสุคนธ์ ฤชาเกียรติกุล. (2550). ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานระดับ
ปฏิบัติการธนาคาร HSBC ประเทศไทย ที่มีผลต่อความจงรักภักดีในองค์กร. วิทยานิพนธ์
ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิโรจน์ ลักษณะอดิสร. (2551). กลยุทธ์ HR ที่จับต้องได้. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริม
เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- เอกพล บุญญะฤทธิ์. (2551). ปัจจัยทางทัศนคติที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการ
กรณีศึกษา: การไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่ เพลินจิต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Hackman, R. E. & Suttle, L. J. (1977). *Improving Life at Work: Behavioral Science Approach
to Organizational Change*. Santa Monica, California: Goodyear Publishing.
- Kandasamy, I. & Ancheri, S. (2009). *Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative
study*. International Journal of Hospitality Management, 28: 328-337.
- Layer, J. K., Waldema, K. and Allen, F. (2009). *The effect of cognitive demands and
perceived quality of work life on human performance in manufacturing
environments*. International Journal of Industrial Ergonomics, 39: 413-421
- Slattery, J.P. (2005). *Antecedents to Temporary Employee's Turnover Intentions*. Annual
Meeting in Midwest Academy of Management. Northeastern State University.

Translated Thai References

- Hackman, R. E. & Suttle, L. J. (1977). Improving Life at Work: Behavioral Science Approach to Organizational Change. Santa Monica, California: Goodyear Publishing.
- GLOBAL HOTEL RANKING. (2015). (Online) (Cited November 15, 2016). Available from: <http://hospitality-on.com>
- Kandasamy, I. & Ancheri, S. (2009). Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative study. International Journal of Hospitality Management, 28: 328-337.
- Layer, J. K., Waldema, K. and Allen, F. (2009). The effect of cognitive demands and perceived quality of work life on human performance in manufacturing environments. International Journal of Industrial Ergonomics, 39: 413-421
- Slattery, J.P. (2005). Antecedents to Temporary Employee's Turnover Intentions. Annual Meeting in Midwest Academy of Management. Northeastern State University.