

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ: กรณีศึกษาพนักงานโรงแรม
เครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
Factors Affecting Organizational Commitment: A Case Study of
Employees in Domestic Hotel Chain in Mueang District,
Chiang Mai Province.

สายสุนีย์ เกษม¹ บุญยัง วิษณุหิมาชัย² และ ชัชชัย สุวรรณรัตน์³

Saisunee Kasem, Boonyoung Visanumahimachai, and Chatchai Suwannarat

Received: February 21, 2020

Revised: March 7, 2020

Accepted: March 8, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การ และปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานโรงแรม โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 แห่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และแบบตามสะดวก สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ t-test ANOVA การเปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) และ ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์การในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ด้านลักษณะองค์การ และลักษณะงาน มีระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านประสบการณ์ในงาน มีระดับเห็นด้วยมาก ระดับความผูกพันต่อองค์การโดยรวม อยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ และด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์การ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ อยู่ในระดับมาก การพิสูจน์สมมติฐานที่ 1 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงานที่ต่างกัน มีผลให้ความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน การพิสูจน์สมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่ศึกษาสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การในระดับสูง

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์การ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ โรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: t.kasem27@gmail.com

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: boonyoung.vis@gmail.com

³ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ e-mail: chatsu9@gmail.com

Abstract

This research studied the level of organizational commitment and the factors that affect the organizational commitment of the hotel staff. This study used questionnaires to collect data from hotel staff working in 3 domestic networks in Mueang district, Chiang Mai province. This research used quota and convenience sampling methods. The statistics used to test the hypothesis were the t-test, ANOVA with Post Hoc analysis, and Pearson's correlation. Research result indicated the sample has a high level of organizational commitment. Factors affecting organizational commitment, organization characteristics and job characteristics are at the most agreed level, while work experience factors are at a very agreed level. The result exhibited overall organizational commitment is high. Considering each aspect, the strong confidence and acceptance of the organization's goals and values dimension and a willingness to devote an excellent effort for the organization's benefit dimension are at the highest level. The strong desire to maintain the membership of the organization dimension is at a high level. Test of hypothesis 1 found that differentiation in age, education level, and work positions relate to the variation of organizational commitment level. Test of 2nd, 3rd, and 4th hypotheses found three studied factors related to organizational commitment at a high level.

Keywords: Organizational commitment, Factors affecting organizational commitment, Domestic hotel network

บทนำ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคการแข่งขัน องค์กรต่างพยายามดึงดูด สรรหาและคัดเลือก คนที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ รวมทั้งมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกับองค์กร ให้เข้ามาทำงานร่วมกัน อีกทั้งต้องพยายามรักษาคนที่มีคุณภาพเหล่านี้ให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด โดยใช้ กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (พิชิต เทพวรรณ, 2554, น. 174) และถึงแม้ “คน” จะสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร แต่ผู้ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ มีเพียงพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรเท่านั้น เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้ พร้อมทุ่มเทและผลักดันให้องค์กร บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และช่วยลดต้นทุนขององค์กร จากผลการวิจัยหลายชิ้น (Arustei, 2013; Lam, Lo, & Chan, 2002; Yildirim, Acar, Bayraktar, & Akova, 2015) แสดงให้เห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับอัตราการลาออก การขาดงาน ผลิตภาพ คุณภาพของผลงาน และที่สำคัญ ความผูกพันต่อองค์กรจะช่วยรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไม่ให้ออกไปอยู่กับคู่แข่ง ดังนั้น การส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรจึงมีความสำคัญกับการดำเนินงานขององค์กร ประกอบกับในปัจจุบัน

พนักงานส่วนใหญ่ที่เป็นกำลังสำคัญให้องค์การประสบความสำเร็จ คือ พนักงานรุ่นใหม่ ซึ่งมีพฤติกรรมที่ไม่อยู่นิ่ง แสวงหาความสำเร็จอยู่ตลอดเวลา มีความจงรักภักดีต่อองค์กรในระดับที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับคนรุ่นก่อน และพร้อมที่จะเปลี่ยนงานเมื่อเขาพบโอกาสที่ดีกว่า (กังวาน ยอดวิศิษฐ์ศักดิ์, 2557, น. 7) องค์กรจึงควรให้ความสำคัญอย่างมากในการสร้างความผูกพันระหว่างองค์กรกับพนักงานรุ่นใหม่เพื่อประโยชน์ขององค์กร จึงทำให้ความผูกพันต่อองค์กรเป็นประเด็นที่นักวิชาการและนักบริหารยังคงให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (ณัฐพันธ์ เชนนันท์, 2551, น. 107; กังวาน ยอดวิศิษฐ์ศักดิ์, 2557, น. 2) ทั้งนี้ ความผูกพันต่อองค์กร คือ ภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกยึดมั่นในองค์กรของตน ยอมรับเป้าหมายขององค์กร เต็มใจที่จะทุ่มเทความอุตสาหะในการทำงานให้แก่องค์กร และปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป (Steers & Porter, 1979 อ้างใน ชูชัย สมิทธิไกร, 2554, น. 317)

ธุรกิจโรงแรมมีความจำเป็นต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก และแตกต่างจากธุรกิจภาคการผลิต เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการ (Service oriented) และมีความแปรปรวนของความต้องการ (Demand variation) ที่ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (สุภาภรณ์ ประสงค์พันธ์, 2555) อีกทั้งยังอ่อนไหวมากต่อผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง มีอัตราการแข่งขันสูง เนื่องจากมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลโดยตรงต่ออัตราการเข้าออกงานของพนักงานทุกระดับ โดยเฉพาะโรงแรมในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมจึงหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการรับพนักงานใหม่ให้เพียงพอและตรงตามความต้องการขององค์กร จะมีต้นทุนสูงกว่าการรักษาพนักงานเก่า ต้นทุนเหล่านี้ ได้แก่ การสรรหา การคัดเลือก การพัฒนา และค่าเสียโอกาส เป็นต้น อีกทั้งงานโรงแรมต้องอาศัยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะการให้บริการเป็นอย่างดี มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีการปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ มีความภาคภูมิใจในอาชีพ และมีค่านิยมที่สอดคล้องกับองค์กร ซึ่งพนักงานที่มีลักษณะข้างต้นคือ พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั่นเอง (ภูวดล บุญอ่ำ, 2558, น. 12)

สาเหตุที่คณะผู้วิจัยเลือกศึกษาโรงแรมเครือข่ายในประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญ มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ดี จากข้อมูลปี 2558 มีนักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้นจำนวน 9,286,307 คน โดยมีการเข้าในสถานประกอบการที่พักแรมทั้งสิ้นจำนวน 7,109,038 คน ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบริการและท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจที่พักและโรงแรมที่มีอัตราการเข้าพักอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง จำนวนห้องพักรายวันอย่างก้าวกระโดดจากปี 2552 ที่มีห้องพักจำนวน 22,493 ห้อง เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 34,510 ห้อง (กรมการท่องเที่ยว, 2559) จังหวัดเชียงใหม่จึงถือเป็นทำเลที่มีการแข่งขันสูง ทั้งจากโรงแรมที่เป็นเครือข่ายและโรงแรมที่เป็นของกลุ่มทุนท้องถิ่น (กิตตินันท์ นาคทอง, 2560) ซึ่งอาจนำมาซึ่งอัตราการลาออกของพนักงานสูง เนื่องจากการแย่งตัวบุคลากรระหว่างกิจการ หรือการเปลี่ยนงานของพนักงาน เนื่องจากมีองค์กรให้เลือกมากขึ้น การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กร จึงอาจนำมาซึ่งแนวทางที่ช่วยลดปัญหาเหล่านี้ ช่วยสร้างให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร รวมถึงช่วยพัฒนาความสามารถในการดำเนินการให้กับธุรกิจโรงแรมได้

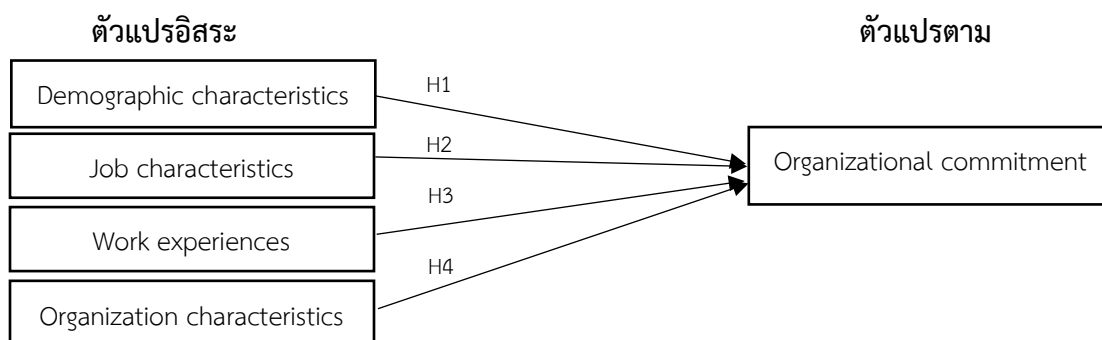
นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังเล็งเห็นว่า พนักงานโรงแรมที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเชียงใหม่อย่างมาก การศึกษาครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องและแนวทางในการสร้างเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้น โดยได้ทำการศึกษาพนักงานที่ทำงานในโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่มีศักยภาพสูงในการแข่งขันและการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และได้ใช้กรอบแนวคิดของ Mowday, Porter, and Steers (1982, p. 31) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะงาน ประสบการณ์ในงาน และลักษณะองค์การ มีผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร คณะผู้วิจัยคาดว่า ผลจากงานวิจัยนี้ จะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อการบริหารบุคลากรและหน่วยงานของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะนำไปสู่การบรรลุซึ่งเป้าหมายสูงสุดขององค์กรได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

โดยมีการกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

1. พนักงานที่มีปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน (H1)
2. ปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร (H2)
3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร (H3)
4. ปัจจัยด้านลักษณะองค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร (H4)

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้กำหนดขอบเขตการวิจัยโดยสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับและปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ โดยมีประชากรที่ศึกษา คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 3 เครือข่าย คือ โรงแรมในเครือดุสิตอินเตอร์เนชั่นแนล โรงแรมในเครือไมเนอร์ และ โรงแรมในเครือเซ็นทารา มีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน และปัจจัยด้านลักษณะองค์การ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์การ ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า และการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์การ และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ทำงานในโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากร จากนั้นจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงแรมตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วย โรงแรมดุสิตดีทู เชียงใหม่ สุ่มตัวอย่างจำนวน 59 คน โรงแรมอนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท สุ่มตัวอย่างจำนวน 102 คน และโรงแรมคุ้มพญา รีสอร์ท แอนด์ สปา เซ็นทารา บุติก คอลเลกชั่น สุ่มตัวอย่างจำนวน 51 คน รวมทั้งหมดจำนวน 212 คน ซึ่งที่มาของข้อมูลมาจากงานทะเบียนผู้ประกันตน สำนักงานประกันสังคมเชียงใหม่ (ณ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) เกินกว่า 0.50 โดยมีการปรับปรุงคำถามบางข้อตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีคำถามดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การจำนวน 13 ข้อ และ ตอนที่ 3 ความผูกพันต่อองค์การจำนวน 15 ข้อ โดยแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 มีค่า Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ .854 และ .822 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นสูง มีความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยรูปแบบของแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท Likert scale (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, น. 77)

โดยกำหนดรูปแบบการตอบคำถามเป็นระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ประสานงานและทำหนังสือในนามมหาวิทยาลัยไปยังโรงแรมที่จะทำการศึกษา ทั้ง 3 แห่ง เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูลครั้งแรก สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ใช้ได้เพียง 177 ชุด ทางคณะผู้วิจัยจึงได้ขอเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ใช้ได้จำนวน 215 ชุด ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) ที่ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้แก่ t-test, ANOVA และการเปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้สถิติ Pearson's product moment correlation เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 โดยการแปลค่าสัมประสิทธิ์อ้างอิงจาก Hinkle, William, and Stephen, (1998, p. 118)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถามจำนวน 215 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา เป็นเพศชายจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และ 41-50 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ มีสถานะโสดจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และสมรสจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมามีการศึกษาในระดับ ม.6/ปวช. มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และ ระดับ ปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ ทำงานในตำแหน่งพนักงานมีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาทำงานในตำแหน่งหัวหน้างานมีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนใหญ่มีอายุงานไม่เกิน 5 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีอายุงาน 6-10 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนในระดับ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนในระดับต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ของความผูกพันต่อองค์กรทั้งรายด้านและโดยรวม ดังตารางที่ 1 (Table 1)

Table 1 Mean, Standard deviation, and Interpretation of overall and each aspect of organizational commitment

Organizational commitment	Mean	S.D.	Interpretation
The strong confidence and acceptance of the organization's goals and values dimension	4.2320	.5710	highest
A willingness to devote an excellent effort for the organization's benefit dimension	4.2253	.6143	Highest
The strong desire to maintain the membership of the organization dimension	4.1250	.6030	High
Overall organizational commitment	4.1941	.5413	High

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะองค์การและด้านลักษณะงานมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านประสบการณ์ในการทำงานมีระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลดังตารางที่ 2 (Table 2)

Table 2 Mean, Standard deviation, and Interpretation of factors affecting organizational commitment

Factors affecting organizational commitment	Mean	S.D.	Interpretation
Job characteristics factors	4.2038	.5742	Most agreed
Work experiences factors	4.1620	.5872	Very agreed
Organization characteristics factors	4.2151	.6071	Most agreed

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) พบว่าพนักงานที่มีคุณลักษณะทางประชากรด้าน อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านอายุ กลุ่มผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุ 31-40 และ 41-50 ปี ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าผู้มีการศึกษาระดับ ปวส. และ ปวช. และ ผู้ที่มีตำแหน่งพนักงานจะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าผู้ที่มีตำแหน่งผู้จัดการ ขณะที่พนักงานที่มีคุณลักษณะด้าน เพศ สถานภาพสมรส อายุงาน และ รายรับต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3 (Table 3)

Table 3 The results of the test of variation in an organizational commitment based on demographic characteristics differences

Demographic characteristics	Comparison between groups		
	T/F test	Test results	Sig
Gender	-1.332		$p > .05$
Age	5.688	31-40 and 41-50 > less than 30	$p < .01^*$
Marital status	0.765		$p > .05$
Education level	2.491	High Voc. cert and Voc. cert > Bachelor degree	$p < .05^*$
Work positions	3.144	Manager > staff	$p < .05^*$
Years' experience	0.401		$p > .05$
Monthly income	0.156		$p > .05$

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ และสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านลักษณะองค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ นั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ (r) กับความผูกพันต่อองค์การอยู่ระหว่าง .688 - .724 ดังตารางที่ 4 (Table 4)

Table 4 Pearson's correlation coefficient between factor affecting organizational commitment and organizational commitment.

	r	Sig
Job characteristics factors	.688	$p < .01^*$
Work experiences factors	.724	$p < .01^*$
Organization characteristics factors	.710	$p < .01^*$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ระดับคะแนนความผูกพันต่อองค์การภาพรวมอยู่ในระดับมาก และคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะงานและด้านลักษณะองค์การอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านประสบการณ์ในการทำงานอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-40 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์การในระดับมากที่สุด และรองลงมา คือ

กลุ่มที่มีอายุ 41-50 ปี รวมกันแล้วมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 63 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีที่มีสัดส่วนร้อยละ 32 เท่านั้น มีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด จึงส่งผลให้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า เมื่ออายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ผลประโยชน์ที่ได้รับจากองค์การจะมีมากขึ้น ในขณะที่การหางานใหม่เป็นไปได้ยากขึ้น จึงทำให้พนักงานกลุ่มนี้ตกอยู่ในภาวะที่รู้สึกว่าจะต้องพึ่งพา และจำเป็นต้องทำงานอยู่กับองค์การมากกว่ากลุ่มอายุน้อย ที่มีโอกาสเปลี่ยนองค์การมากกว่า จึงทำให้กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป รู้สึกผูกพันต่อองค์การในระดับมาก หรือมีมุมมองที่ดีต่อองค์การเพื่อให้ตนเองรู้สึกทำงานอย่างมีความสุข

2. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 8 ปัจจัย ที่ทำการศึกษา นั้น มีผลทำให้มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันใน 3 ปัจจัย คือ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาบุคลากรของสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์ ของ ศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559, น. 101) บางส่วนที่พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านเพศเท่านั้นที่ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพสมรส ด้านอายุงาน และ ด้านตำแหน่งงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของกลุ่มตัวอย่าง และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, ณภัทร วุฒิวงศา, ภรภัทร ชูแซ, และปิยวุฒิ ศิริมงคล (2558, น. 105) บางส่วนที่พบเช่นกันว่า พนักงานที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระยะเวลาทำงาน และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.1 ในด้านอายุนั้น ผลการวิจัยเรื่องนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, ณภัทร วุฒิวงศา, ภรภัทร ชูแซ, และปิยวุฒิ ศิริมงคล (2558, น. 105) และ ศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559, น. 69) ที่พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มพนักงานรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความผูกพันต่อองค์การน้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุเกินกว่า 30 ปีขึ้นไปค่อนข้างมาก ซึ่งอาจเนื่องมาจากกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีโอกาสเปลี่ยนงานได้ง่ายกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมโรงแรมที่มีอัตราการลาออกที่สูง (Choi, 2006, p. 322) เพื่อแสวงหาค่าตอบแทน และ/หรือตำแหน่งที่สูงขึ้น จึงทำให้กลุ่มที่มีอายุน้อยไม่ค่อยผูกพันกับองค์การมากเท่ากลุ่มอายุมาก ที่อาจเปลี่ยนงานได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดด้านอายุ และมีรายได้ที่ได้รับจากองค์การในระดับสูง จึงไม่อยากจะเปลี่ยนงาน สอดคล้องกับ กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, ณภัทร วุฒิวงศา, ภรภัทร ชูแซ, และปิยวุฒิ ศิริมงคล (2558, น. 106) ที่พบด้วยว่า รายได้มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

2.2 สำหรับปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์การต่างกันนั้น สอดคล้องกับการศึกษาในภาคราชการของ ศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559, น. 73) ที่พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาในระดับ ปวช. และ ปวส. มีความผูกพันสูงกว่ากลุ่มมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เนื่องจากยังมีการศึกษาสูงอาจมีแรงจูงใจที่พิจารณาองค์การที่มากกว่า มีความคาดหวังต่อองค์การที่สูงกว่า ตลอดจนมีความละเอียดในการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ขององค์การมากกว่า อีกทั้งในการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า อัตราค่าตอบแทนของพนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. กับระดับปริญญาตรี

ไม่ต่างกันมากนัก เนื่องมาจากลักษณะงานของธุรกิจโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับผลงานค่อนข้างมาก ทำให้เห็นว่า ระดับการศึกษาไม่ได้ทำให้ค่าตอบแทนแตกต่างกันมากนัก จึงทำให้พนักงานที่มีระดับการศึกษาไม่ถึงระดับปริญญาตรี มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาแตกต่างจากงานของ ภูวดล บุญอ่ำ (2558, น. 14) ที่ศึกษาพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งอาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความใกล้เคียงกันมากกว่าการศึกษานี้ จึงทำให้ไม่พบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2.3 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงาน ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งงานที่ต่างกันมีผลทำให้ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันนั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของภูวดล บุญอ่ำ (2558, น.15) และศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559, น. 86) คือ พนักงานที่มีตำแหน่งในระดับสูงหรือผู้บริหารจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นไปได้ว่าตำแหน่งที่สูงขึ้นทำให้ได้มาซึ่งค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจที่สูงขึ้น มีผลให้พนักงานที่มีตำแหน่งงานในระดับสูงมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูงขึ้น ตลอดจนผู้ที่ตำแหน่งสูงนั้นค่อนข้างมีอายุมาก ทำให้การหางานใหม่ในตำแหน่งระดับเดียวกันนั้นทำได้ค่อนข้างยาก จึงทำให้รู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงตามไปด้วย

3. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 พบว่า ปัจจัยที่ศึกษาทั้ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน และปัจจัยด้านลักษณะองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์ (r) กับความผูกพันต่อองค์กรเท่ากับ .688, .724 และ .710 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรรณวิภา นิลวรรณ (2554, น. 95-96) และ ศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559, น. 95) ที่พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้านนั้น มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในทางบวกเช่นกันในทั้งสามด้าน ทำให้เห็นว่ามุมมองของพนักงานในทางบวกต่อทั้งลักษณะงานที่ทำ ประสบการณ์ในการทำงาน และลักษณะองค์กรเป็นปัจจัยที่มีผลสูงมากในการทำให้พนักงานรู้สึกมีความผูกพันต่อองค์กรที่ทำงานอยู่มากขึ้นได้

จากค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสามด้านกับความผูกพันต่อองค์กรที่อยู่ในระดับสูง (.688 - .724) ทำให้เห็นว่า ปัจจัยทั้งในส่วนของคุณลักษณะของงานที่ได้ใช้ทักษะที่หลากหลาย ตรงกับความสามารถของพนักงาน และมีข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับการทำงานในด้านประสบการณ์ในการทำงานที่ทำให้พนักงานมีความรู้สึกดีต่อทั้งบุคคลอื่นในองค์กรและองค์กร ตลอดจนลักษณะองค์กรที่มีความชัดเจนในเรื่องการบริหารงาน และการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหาร ล้วนเป็นปัจจัยที่องค์กรควรให้ความสำคัญ เพื่อทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์การในระดับที่ต่างกัน รวมทั้งปัจจัยที่ศึกษาทั้ง 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน และปัจจัยด้านลักษณะองค์การนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์การ และเป็นสิ่งที่โรงแรมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางในการนำผลการวิจัยมาพัฒนาและสร้างความผูกพันต่อองค์การให้แก่กลุ่มพนักงานโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานที่มีอายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน จะมีผลทำให้ความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันนั้น ผู้บริหารและองค์การควรให้ความสนใจกับกลุ่มพนักงานรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี หรือพนักงานรุ่นใหม่ให้มาก เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้ มีระดับความผูกพันต่อองค์การต่ำกว่าพนักงานกลุ่มอื่นอย่างมาก โดยอาจใช้รูปแบบของการปฐมนิเทศ การฝึกอบรมและพัฒนา ที่มีการออกแบบให้เหมาะกับพนักงานแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น โดยอาจนำเอาระบบสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถเลือกเข้ารับการปฐมนิเทศ ฝึกอบรม และพัฒนาได้ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น และจัดให้มีการใช้ระบบโค้ชและพี่เลี้ยง (Coaching and mentoring) เพื่อให้พนักงานกลุ่มนี้ได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องของลักษณะงาน การทำงาน และลักษณะองค์การที่ถ่องแท้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจในการเข้ามาเป็นสมาชิกใหม่ของโรงแรม ซึ่งอาจจะช่วยให้พนักงานกลุ่มนี้เข้าใจองค์การและมีมุมมองต่อองค์การในทางที่ดีขึ้น ตลอดจนมีข้อมูลมากขึ้นในการเปรียบเทียบกับองค์การที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งการศึกษาของ Lam, Lo, and Chan (2002, p. 228) ได้เสนอแนะไว้ว่า ผู้บริหารโรงแรมควรมีส่วนร่วมในการให้การสนับสนุนและให้กำลังใจแก่พนักงาน โดยเฉพาะพนักงานใหม่ เพื่อช่วยให้พนักงานรู้สึกผูกพันและพึงพอใจกับโรงแรมได้ดียิ่งขึ้น

2. สำหรับปัจจัยด้านลักษณะงาน Ozturk, Hancer, and Im (2014, pp. 306-308) มีผลการศึกษาที่สนับสนุนว่า งานที่ค่อนข้างมีอิสระ งานที่มีการให้ข้อมูลป้อนกลับ และงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์การ ทั้งในเรื่องงานและนอกเรื่องงานนั้น ทางโรงแรมสามารถนำการจัดการความรู้ (Knowledge management) เข้ามาใช้ในองค์การเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่เป็น Talent หรือมีประสบการณ์สูง ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องการทำงานที่ไม่ปรากฏชัดแจ้ง (Tacit knowledge) แก่พนักงานผู้อื่น เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการทำงานของตนเอง และพัฒนามาตรฐานการทำงานให้ดียิ่งขึ้นได้

3. สำหรับปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน องค์การอาจปรับปรุงให้พนักงานได้รับประสบการณ์ในการทำงานที่ดีขึ้นในระหว่างที่ร่วมงานกับองค์การ และ/หรือให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญของตัวพนักงานเอง เช่น การให้พนักงานที่เป็น Talent ได้มีโอกาสพบปะ รับประทานอาหารหรือทำงานร่วมกับผู้บริหารของโรงแรม มีการได้รับสิทธิพิเศษในการใช้บริการโรงแรมในเครือ

ทั้งในและต่างประเทศ หรือมีการศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยน โอนย้ายไปทำงานในบริษัทในเครือ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ทำงาน

4. สำหรับปัจจัยด้านลักษณะองค์การ ในเรื่องของข้อบังคับในการทำงาน โครงสร้างองค์การ และคำอธิบายลักษณะงานนั้นอาจถือได้ว่ามีมาตรฐานที่ตืออยู่แล้ว แต่อาจจะต้องยกระดับในแง่ของการสื่อสาร และการนำมาปฏิบัติใช้จริง ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการทำงาน และสามารถนำวิธีการทำงานของตนเองเข้ามาใช้งานจริงได้มากขึ้น รวมถึงอาจมีการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์การการเรียนรู้ (Learning organization) ซึ่งเป็นรูปแบบขององค์การที่เอื้อต่อการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงตัวเองของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์การสามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

เมื่อพนักงานได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการในด้านต่าง ๆ แล้ว พนักงานจะมีความรู้สึกที่ดีขึ้นต่อผู้บริหารและองค์การที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การเพิ่มขึ้น และนำไปสู่การมีความเชื่อมั่นและการยอมรับในตัวองค์การ มีความพยายามทุ่มเททำงานให้กับองค์การ และมีความรู้สึกเต็มใจที่จะอยู่ทำงานกับองค์การต่อไปในอนาคต ซึ่งความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์การนั้น สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการที่ได้รับ (Ozturk et al., 2014, p. 308) ตลอดจนส่งผลต่อคุณภาพการบริการและความสามารถในการแข่งขันขององค์การ (Arustei, 2013, p. 499) และสามารถมีส่วนช่วยลดความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์การของพนักงานได้อีกด้วย (Kalidass & Bahron, 2015, p. 87; Yildirim et al., 2015, p. 133)

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

สำหรับผู้ที่จะนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์หรืออ้างอิง งานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะพนักงานโรงแรมเครือข่ายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น จึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำผลการวิจัยไปใช้ด้วย
2. ผู้สนใจทำการวิจัยในครั้งต่อไป ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในอุตสาหกรรมหรือพื้นที่อื่น หรือทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์การของคนรุ่นใหม่ เพื่อให้เห็นถึงความผูกพันต่อองค์การของกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การกับความผูกพันต่อองค์การในรายด้าน อาจทำให้เห็นถึงรายละเอียดและความเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์การที่ลึกซึ้ง เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนาความผูกพันต่อองค์การที่ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). *สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ*, สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561. https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8848.
- กังวาน ยอดวิเศษศักดิ์. (2557). การสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยแนวคิดองค์การแห่งความสุขในกลุ่มคน Gen-Y. *WMS Journal of Management*, 3(2), 1-10.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, ณภัทร วุฒิวงศา, ภรภัทร ชูแซ, และปิยวุฒิ ศิริมงคล. (2558). อิทธิพลของความพึงพอใจในการทำงานและการเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อความผูกพันต่อองค์การเมื่อควบคุมและไม่ควบคุมปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานโรงแรม. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7(1), 99-115.
- กิตตินันท์ นาคทอง. (2560). *บัดเจ็ทโฮเทล แข่งขันดุ ที่พักหลักร้อยละของนักท่องเที่ยว*, สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561. <https://mgronline.com/columnist/detail/9600000082455>.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์ พรินท์.
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ภูวดล บุญอ่ำ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(1), 9-16.
- วรรณวิภา นิลวรรณ. (2554). *ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิตศึกษาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากร สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์*. นนทบุรี: กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2555). *ความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ: การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมไทยในยุค AEC*, สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2561. cs.human.ku.ac.th/art_attachments/art55.pdf.
- Arustei, C. (2013). Employees' organizational commitment challenges-A hotel industry perspective. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(3), 497-520.
- Choi, K. (2006). A structural relationship analysis of hotel employees' turnover intention. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4), 321-337.
- Hinkle, D.E, William, W., & Stephen G.J. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences* (4th ed). New York: Houghton Mifflin.

- Kalidass, A., & Bahron, A. (2015). The relationship between perceived supervisor support, perceived organizational support, organizational commitment and employee turnover intention. *International Journal of Business Administration*, 6(5), 82-89.
- Lam, T., Lo, A., & Chan, J. (2002). New employees' turnover intentions and organizational commitment in the Hong Kong hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(3), 217-234.
- Mowday, R.T., Porter, L.W., & Steers, R. (1982). *Organizational linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. San Diego, CA: Academic Press.
- Ozturk, A.B., Hancer, M., & Im, J.Y. (2014). Job characteristics, job satisfaction, and organizational commitment for hotel workers in Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(3), 294-313.
- Yildirim, M., Acar, A., Bayraktar, U., & Akova, O. (2015). The effect of organizational commitment and job commitment to intention to leave of employment: a research in hotel management. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 128-137.