

ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรเมศวร์ จรัสเมธากุล¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองรวี ศิลาห้อย²

และนางสาวอังคณา ยิ่งคำแหง³

¹ กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ และอีเว้นท์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น อีเมล jporra@kku.ac.th

² กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ และอีเว้นท์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น อีเมล stongr@kku.ac.th

³ กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ และอีเว้นท์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น อีเมล angkana@kkumail.ac.th

Factors Affecting Employee Loyalty in The Accommodation Business after Covid 19

Pandemic

Asst. Prof. Porramate Jaratmetakul, Ph.D.¹, Asst. Prof. Tongrawee Silanoi, Ph.D.² and Angkana Yingkamhang³

¹ Department of Hospitality and Event, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, Email: jporra@kku.ac.th

² Department of Hospitality and Event, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, Email: stongr@kku.ac.th

³ Master's Degree Student, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, Email: angkana@kkumail.ac.th

Article Info

Article Type: Research Article

Article History:

Received: April 28, 2024

Revised: September 27, 2024

Accepted: September 30, 2024

คำสำคัญ

ความจงรักภักดี, ธุรกิจที่พักแรม,
สถานการณ์โควิด 19, ปัจจัยจูงใจ,
ปัจจัยค้ำจุน

Keywords:

Loyalty, Accommodation Business,
Covid-19, Motivation Factor,
Hygiene Factor

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมขนาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานโรงแรมขนาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถาม ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความสำเร็จของงาน 2) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3) ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 4) การได้รับความยอมรับนับถือ และ 5) ความรับผิดชอบในงาน และปัจจัยค้ำจุนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) เงินเดือน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน 3) สภาพการทำงาน 4) ความมั่นคงในการทำงาน และ 5)สวัสดิการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะประเด็นของโอกาสการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง (ปัจจัยจูงใจ) และระดับเงินเดือนที่ได้รับต้องเพียงพอต่อการดำรงชีวิต (ปัจจัยค้ำจุน) และความปลอดภัยในการทำงานที่ต้องให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น

Abstract

This research aims to study motivation and hygiene factors affecting employee loyalty in mid-sized accommodation businesses in the Northeastern region after the COVID-19 pandemic. The sample consisted of 385 employees from mid-sized hotels in the Northeastern region. A survey questionnaire and a purposive sampling technique were used in this study. The results revealed that motivation factors, including work achievement, work characteristics, career advancement, recognition, and work responsibilities, along with hygiene factors, including salary, relationship with colleagues and supervisors, working conditions, job security, and welfare benefits, influence employee loyalty in the accommodation business after the COVID-19 pandemic. Notably, promotion opportunities (Motivation Factor) and adequate salary (Hygiene Factor) are key factors. Greater consideration should also be given to work safety.

* Corresponding author: Asst. Prof. Tongrawee Silanoi

E-mail address: stongr@kku.ac.th

1. บทนำ (Introduction)

ธุรกิจที่พักแรมเป็นหนึ่งในประเภทธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมบริการของที่พักบริการประเภทต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าพัก ธุรกิจที่พักแรมมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, 2557) โดยวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจที่พักแรม คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจ

ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ (Kasambu & Sritharan, 2018) ธุรกิจที่พักรวมในประเทศไทยมีอัตราการแข่งขันที่สูงและมีจำนวนค่อนข้างมาก รวมถึงมีระดับการบริการที่หลากหลาย (พิชชาอร เอี่ยมวิบูลย์, 2557) จากสถิติที่แสดงอัตราส่วนจำนวนของธุรกิจที่พักรวมในประเทศไทยระบุว่า จำนวนโรงแรมในภาคใต้มีจำนวนร้อยละ 26.0 ภาคกลางมีจำนวนร้อยละ 25.6 และภาคเหนือมีจำนวนร้อยละ 20.8 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนร้อยละ 21.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2566) จากจำนวนของธุรกิจที่พักที่พักรวมจำนวนมากทำให้ประเทศมีรายได้ และยังช่วยเพิ่มอัตราการจ้างงานในประเทศที่มีมากขึ้น นอกจากนั้นธุรกิจที่พักยังช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้คนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานธุรกิจที่พักเพียงอย่างเดียวมิได้เป็นตัววัดว่า ธุรกิจที่พักนั้นประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจที่พักให้ประสบความสำเร็จประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานการให้บริการที่ดี ประสิทธิภาพในการบริการ สิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เช่น เศรษฐกิจและลักษณะสังคม เป็นต้น (สุทราสินี จำปาจิ, 2557; อนงค์นาถ และคณะ, 2561; Blengini & Heo, 2020)

การบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้ธุรกิจที่พักประสบความสำเร็จ ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีนั้น พนักงานเป็นกุญแจดอกสำคัญ เนื่องจากธุรกิจที่พักจำเป็นต้องมีพนักงานให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ณัฐติมา ลิ่นปราชญา, 2557) จากการศึกษาพบว่า ความรู้สึกของพนักงานส่งผลต่อการทำงานในองค์กร กล่าวคือ หากพนักงานมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนสำคัญหรือเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จะส่งผลต่อความรู้สึกทางด้านจิตใจ ทำให้มีความสุข ความผูกพันในการทำงานและยังส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีอีกด้วย (ณัฐติมา ลิ่นปราชญา, 2557; Khan et al., 2018) ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ จีรภัคร อเนกวิทย์ (2557) กล่าวว่า เมื่อพนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรจะส่งผลให้พนักงานมีความเต็มใจในการทำงานและจะปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถ รวมถึงมีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานต่อองค์กรสูงสุด นอกจากนั้นการศึกษาของ จีรภัคร อเนกวิทย์ (2557) และ Huo (2018) พบว่า ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมามีผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมบริการค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พัก ธุรกิจการเดินทาง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจการขนส่ง เป็นต้น (รัชตะ จันทรพาณิชย์, 2564; Bayat, 2020) ซึ่งธุรกิจที่พักได้รับผลกระทบอย่างมากในด้านอัตราการเข้าพัก การใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้กระบวนการทำงาน นโยบายและการบริหารจัดการของธุรกิจต้องปรับตัวค่อนข้างมาก นโยบายอาจจะส่งผลต่อความจงรักภักดีในการทำงานของพนักงาน เช่น ธุรกิจที่พักบางแห่งต้องปิดชั่วคราว หรือบางที่ปิดตัวลงอย่างถาวร เนื่องจากขาดรายได้และส่งผลกระทบต่อพนักงานโดยตรงในกระบวนการทำงานของพนักงานในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนไป การปรับเปลี่ยนสวัสดิการ หรือข้อจำกัดในการทำงานที่มากยิ่งขึ้น การพักงาน การลดเงินเดือน รวมถึงความสัมพันธ์และกิจกรรมระหว่างพนักงาน จำนวนลูกค้าที่จำกัดและน้อยลงและประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง คือ กระบวนการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงาน การส่งเสริมสุขภาพในการทำงาน เป็นต้น (สุพิชญา วงศ์วาสนา, 2564; Gorgenyi-Hegyes et al., 2021; Subedi & Kubickova, 2023) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อรายได้ กระบวนการทำงานที่เปลี่ยนไป รวมทั้งความรู้สึกและความเป็นอยู่ของพนักงานโดยตรง

ทั้งนี้ แม้ในปัจจุบันสถานการณ์โควิด-19 ได้คลี่คลายมาบ้างก็ตาม แต่นโยบายบางอย่างของธุรกิจที่พักก็ยังคงนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังส่งผลต่อความรู้สึกพนักงานที่มีต่อองค์กรและอาจจะส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งผลจากการศึกษาจะช่วยให้อุตสาหกรรมที่พักพัฒนา ความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรในอนาคต ดังที่ Huihui et al. (2024) กล่าวว่า หากพนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและประสิทธิภาพที่ดีขององค์กร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักขนาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังสถานการณ์โควิด-19

3. ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ความจงรักภักดี

ความจงรักภักดี หมายถึง ความรู้สึกและการแสดงออกของพนักงาน ซึ่งเคารพต่อองค์กรมีความเต็มใจปฏิบัติงานและอุทิศตนต่อองค์กร มีความผูกพัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สนใจและเอาใจใส่ ภูมิใจและสนับสนุนองค์กร ปกป้ององค์กรจากการต่อต้านของบุคคลอื่น ตระหนักในด้านดีขององค์กรมีความเชื่อถือและความไว้วางใจพร้อมที่จะช่วยเหลือองค์กร (สยาม เกิดจรัส, 2562) นอกจากนั้น ความจงรักภักดีต่อองค์กรยังส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเท อุทิศตน มีความเต็มใจในการปฏิบัติงาน รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร รู้สึกรักและผูกพันต่อองค์กรโดยสามารถปฏิบัติงานต่อไปด้วยความเต็มใจ (กรองกาญจน์ ทองสุข, 2554) ซึ่ง Phuong and Tran (2020) กล่าวว่า พนักงานเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ส่วน Yao et al. (2019) กล่าวว่า การสร้างความไว้วางใจรวมถึงความพึงพอใจและการส่งเสริมทักษะความรู้ให้แก่พนักงาน สามารถทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรในด้านทัศนคติและพฤติกรรมการแสดงออก โดยสิ่งเหล่านี้จะส่งผลทำให้อัตราการลาออกหรืออัตราการหมุนเวียนของพนักงานลดลงได้ ดังนั้น หากองค์กรสามารถสร้างความจงรักภักดีให้เกิดแก่พนักงานของตนเองได้ ก็จะส่งผลดีต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.2 ปัจจัยจูงใจ

ปัจจัยจูงใจ หมายถึง ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ช่วยเพิ่มความพยายามในการทำงานและมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน ที่จะส่งผลการกระตุ้นภายในตัวบุคคลจนทำให้เกิดการกระทำหรือชี้นำภายใต้ความคิด เพื่อให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาและยังช่วยเสริมสร้างคุณค่าในตัวบุคคลให้สมบูรณ์ (วิวัฒน์ แสงเพชร, 2558) ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับความต้องการภายในตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน หากพนักงานได้รับการตอบสนองปัจจัยเหล่านี้แล้วจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีแรงจูงใจและตั้งใจทำงานจนสุดความสามารถ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้ (นริศ กระชังแก้ว, 2563) ปัจจัยจูงใจประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 4) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ และ 5) ด้านความรับผิดชอบในงาน ซึ่ง Paais and Pattiruhu (2020) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในองค์กรและประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงอาจทำให้มีความจงรักภักดีต่อองค์กร การศึกษาของ จีรภัทร อเนกวิทย์ (2557) พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กร กล่าวคือ ปัจจัยจูงใจสามารถกระตุ้นให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน สร้างให้พนักงานมีความรักในงานที่กำลังทำ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยจูงใจสามารถตอบสนองความต้องการภายในตัวพนักงานได้ สุริดา ม่วงรุ่ง (2552) จากการศึกษา พบว่า แรงจูงใจจะช่วยผลักดันให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานที่สูงขึ้นด้วย (Hensel & Kacprzak, 2020; Musil & Hedija, 2020; Walumbwa et al., 2020) ดังนั้น การศึกษาจึงตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบสรุปผลได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยจูงใจส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักรวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังสถานการณ์โควิด-19

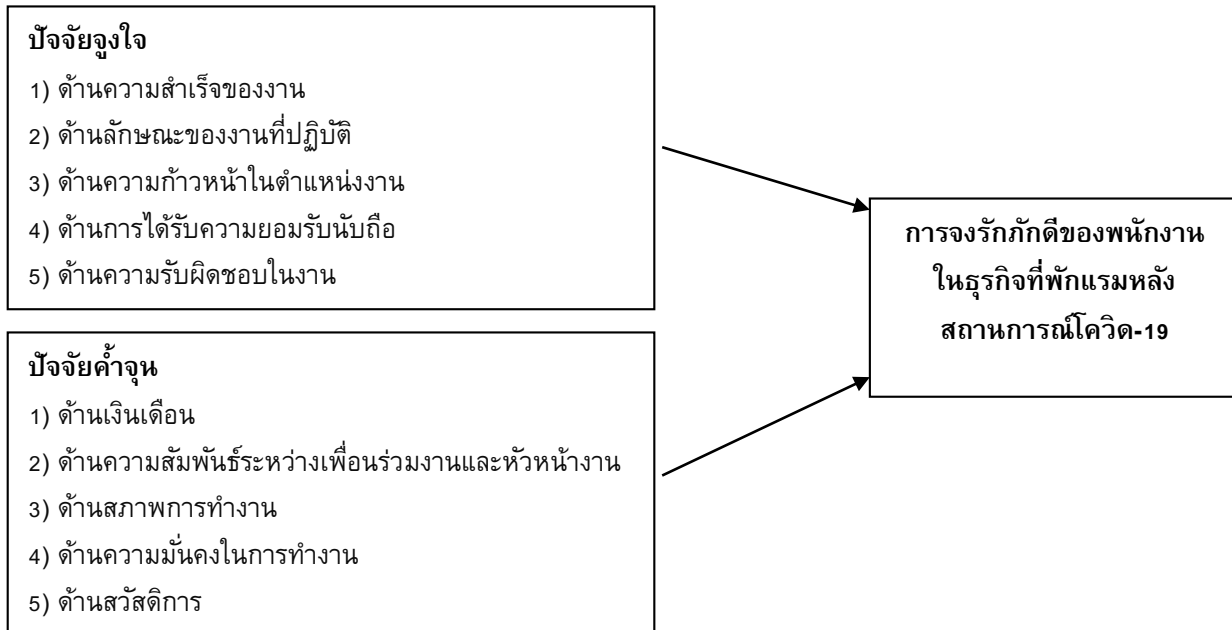
3.3 ปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบำรุงรักษาทางจิตใจ เป็นแรงจูงใจภายนอกที่มีไว้เพื่อความสัมพันธ์อันดีและความมั่นคงขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความก้าวหน้าและรักษาพนักงานหรือทรัพยากรบุคคลให้อยู่ยาวนานต่อไป (ธนากร ชันธพัต, 2557) หากองค์กรไม่มีปัจจัยค้ำจุนอาจจะทำให้พนักงานมีความไม่พึงพอใจหรือไม่ชอบในงานที่กำลังปฏิบัติ ปัจจัยค้ำจุนประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเงินเดือน 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน 3) ด้านสภาพการทำงาน 4) ด้านความมั่นคงในการทำงาน และ 5) ด้านสวัสดิการ (มณฑิรา มาตเมธา, 2557) การที่องค์กรส่งเสริมปัจจัยค้ำจุนต่าง ๆ ต่อพนักงานจะสามารถสร้างสิ่งยึดเหนี่ยวทางด้านจิตใจ ส่งเสริมให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานและช่วยเพิ่มความสำเร็จในอาชีพของพนักงาน (Lei et al., 2021) และยังป้องกันไม่ให้นักงานมีความเบื่อหน่ายหรือรู้สึกไม่มีกำลังใจในการทำงาน (สมภพ

แสงจันทร์ และคณะ, 2555) จากงานวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านนอกนอกจากจะสามารถส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (มพิสา สุธดา และคณะ, 2564; Ingsih et al., 2021; Ridwan et al., 2020) ยังสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในองค์กร (Mehrad, 2020) รวมไปถึงความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานได้ (ภัทรานันท์ อยู่เกิด และคณะ, 2564) ดังนั้น การศึกษาจึงตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคำจูงส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักรวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังสถานการณ์โควิด-19

ซึ่งจากสมมติฐานทั้ง 2 สามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานที่ทำงานในธุรกิจที่พักแรมขนาดกลางขึ้นไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีธุรกิจที่พักแรมเป็นจำนวนมาก เก็บข้อมูลโดยวิธีการแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่าง (Purposive Sampling) จำนวน 385 คน ด้วยแบบสอบถามปลายปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งมีจำนวน 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษารายได้ ตำแหน่ง ขนาดของธุรกิจที่พักแรมและช่วงเวลาการทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ 5 ด้าน ๆ ละ 3 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 4) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ และ 5) ด้านความรับผิดชอบในงาน จำนวนทั้งหมด 15 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคำจูง 5 ด้าน ๆ ละ 3 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านเงินเดือน 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน 3) ด้านสภาพการทำงาน 4) ด้านความมั่นคงในการทำงาน และ 5) ด้านสวัสดิการ จำนวนทั้งหมด 15 ข้อ และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ โดยคำถามส่วนที่ 2-4 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับ ที่ได้รับการพัฒนาจากงานวิจัยที่ทำการศึกษานี้ในบริบทของประเทศไทย ตัวอย่าง ภาคพร กระจาดทอง (2561) ศึกษาในบริบทปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของเซฟโรงแรมในประเทศไทย กฤตธัช วุฒิวงศา (2561) ศึกษาในบริบทแรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษา

โรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร วิวัฒน์ แสงเพชร (2558) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลแรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณทล และจีรภัค เอนกวิถิ (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานกรณีศึกษาโรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ท เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์โดยสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาหาอิทธิพลตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุนเป็นรายข้อในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในภาพรวม

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

พนักงานธุรกิจที่พักแรม ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.5 ช่วงอายุระหว่าง 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.7 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.8 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตำแหน่งในการทำงานเป็นพนักงานในแผนกส่วนหน้า คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเป็นพนักงานในแผนกส่วนหลัง คิดเป็นร้อยละ 46.2 ตำแหน่งประสบการณ์ในการทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการทำงาน 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.4

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยจูงใจส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยจูงใจ	Beta	Sig.	R ²	Result
ด้านความสำเร็จของงาน				
1. ความกระตือรือร้นอยู่เสมอที่จะปฏิบัติงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จ	0.421	<.001	0.522	✓
2. การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด	0.159	.005		✓
3. การปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด	0.183	<.001		✓
ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ				
1. ลักษณะงานที่ทำให้มีความน่าสนใจ ไม่จำเจ	0.476	<.001	0.660	✓
2. ลักษณะงานที่ทำตรงกับความรู้ความสามารถของตนเอง	0.319	<.001		✓
3. ลักษณะงานที่ทำให้มีความท้าทาย	0.081	.055		-
ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน				
1. องค์กรที่ทำอยู่มีโอกาสดำเนินการเลื่อนตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง	0.513	<.001	0.621	✓
2. หัวหน้างานเปิดโอกาสให้เสนอความคิดเห็นหรือนำเสนอแนวคิดงานใหม่ๆ อยู่เสมอ	0.328	<.001		✓

ปัจจัยจูงใจ	Beta	Sig.	R²	Result
3. การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานในการเลื่อนตำแหน่ง	0.034	0.544		-
ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ				
1. การได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้างาน	0.328	<.001	0.632	✓
2. ผลงานเป็นที่ยอมรับจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน	0.280	<.001		✓
3. ความรู้สึกว่างานที่ทำมีเกียรติและเป็นที่ยอมรับจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน	0.246	<.001		✓
ด้านความรับผิดชอบในงาน				
1. การได้รับความไว้วางใจให้ปฏิบัติงานสำคัญ	0.398	<.001	0.589	✓
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย	0.286	<.001		✓
3. การได้รับโอกาสในการปฏิบัติงานใหม่ ๆ	0.170	<.001		✓

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญที่ 0.05, ✓ = ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจที่พักแรม หลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยปัจจัยจูงใจได้แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 4) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ และ 5) ด้านความรับผิดชอบในงาน โดยการวิเคราะห์ในแต่ละด้านจะผ่านคำถามเป็นรายข้อ ด้านละ 3 ข้อ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จของงานหลังช่วงสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ความกระตือรือร้นอยู่เสมอที่จะปฏิบัติงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จ 2. การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด 3. การปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.421, 0.159 และ 0.183 ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 2 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ลักษณะงานที่ทำมีความน่าสนใจ ไม่จำเจ 2. ลักษณะงานที่ทำตรงกับความรู้ความสามารถของตนเอง มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.476 และ 0.319 ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 2 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. องค์กรที่ทำอยู่มีโอกาสดำเนินการเลื่อนตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง 2. หัวหน้างานเปิดโอกาสให้เสนอความคิดเห็นหรือนำเสนอแนวคิดงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.513 และ 0.328 ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับนับถือในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 3 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. การได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้างาน 2. ผลงานเป็นที่ยอมรับจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน 3. ความรู้สึกว่างานที่ทำมีเกียรติและเป็นที่ยอมรับจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.328, 0.280 และ 0.246 ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจด้านความรับผิดชอบในงานช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 3 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. การได้รับความไว้วางใจให้ปฏิบัติงานสำคัญ 2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย 3. การได้รับโอกาสในการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.398, 0.286 และ 0.170 ตามลำดับ

จากผลข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยจูงใจส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยคำจูงส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยคำจูง	Beta	Sig.	R ²	Result
ด้านเงินเดือน				
1. เงินเดือนที่ได้รับเพียงพอต่อการดำรงชีพในชีวิต	0.543	<.001	0.561	✓
2. นโยบายการจัดการการเงินหลังสถานการณ์โควิด-19 ของโรงแรมมีความชัดเจน	0.239	<.001		✓
3. การจ่ายค่าตอบแทนยืดหยุ่นแก่ความรู้ ความสามารถและทักษะ	0.090	.072		-
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน				
1. ความไว้วางใจเพื่อนร่วมงานในเรื่องความปลอดภัยแม้หลังสถานการณ์โควิด-19	0.377	<.001	0.515	✓
2. การทำงานมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม	0.368	<.001		✓
3. ความสุขในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน	0.078	.107		-
ด้านสภาพการทำงาน				
1. สถานที่ทำงานมีการจัดการที่ดีและกระตุ้นให้อยากทำงาน	0.373	<.001	0.590	✓
2. สถานที่ทำงาน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยหลังสถานการณ์โควิด-19	0.260	<.001		✓
3. ที่ทำงานมีอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงานอย่างเหมาะสมและเพียงพอ	0.187	<.001		✓
ด้านความมั่นคงในการทำงาน				
1. ความเชื่อมั่นต่ออนาคตองค์กรแม้เกิดสถานการณ์โควิด-19	0.467	<.001	0.575	✓
2. ความรู้สึกมั่นคงในการทำงานในองค์กรแม้เกิดสถานการณ์โควิด-19	0.204	.003		✓
3. ความรู้สึกว่าชั่วโมงการทำงานไม่กระทบต่อการใช้ชีวิตส่วนตัว	0.171	<.001		✓
ด้านสวัสดิการ				
1. การได้รับการดูแลจากองค์กรอย่างดีในการทำงานแม้เกิดสถานการณ์โควิด-19	0.507	<.001	0.589	✓
2. การได้รับสวัสดิการ เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินช่วยเหลือกรณีต่าง ๆ	0.253	<.001		✓
3. นโยบายการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์โควิด-19 มีความชัดเจนและเด็ดขาด	0.046	0.382		-

หมายเหตุ: ระดับความนัยสำคัญที่ 0.05, ✓ = ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยคำจูงส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งปัจจัยคำจูงได้แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเงินเดือน 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน 3) ด้านสภาพการทำงาน 4) ด้านความมั่นคงในการทำงาน และ 5) ด้านสวัสดิการ ซึ่งการวิเคราะห์ในแต่ละด้านจะผ่านคำถามเป็นรายข้อ ด้านละ 3 ข้อสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยคำจูงในเรื่องของเงินเดือน จำนวน 2 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. เงินเดือนที่ได้รับเพียงพอต่อการดำรงชีพในชีวิต 2. นโยบายการจัดการการเงินหลังสถานการณ์โควิด-19 ของโรงแรมมีความชัดเจน มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.543 และ 0.239 ตามลำดับ

ปัจจัยคำจูงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 2 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ความไว้วางใจเพื่อนร่วมงานในเรื่องความปลอดภัยแม้

หลังสถานการณ์โควิด-19 2. การทำงานมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.377 และ 0.368 ตามลำดับ

ปัจจัยคำจูนในด้านสภาพการทำงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 3 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อยได้แก่ 1. สถานที่ทำงานมีการจัดการที่ดีและกระตุ้นให้อยากทำงาน 2. สถานที่ทำงานให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยหลังสถานการณ์โควิด-19 3. ที่ทำงานมีอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงานอย่างเหมาะสมและเพียงพอ มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.373, 0.260 และ 0.187 ตามลำดับ

ปัจจัยคำจูนในด้านความมั่นคงในการทำงานหลังช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. ความเชื่อมั่นต่ออนาคตองค์กรแม้เกิดสถานการณ์โควิด-19 2. ความรู้สึกมั่นคงในการทำงานในองค์กร แม้เกิดสถานการณ์โควิด-19 3. ความรู้สึกว่าชั่วโมงการทำงานไม่กระทบต่อการใช้ชีวิตส่วนตัว มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.467, 0.204 และ 0.171 ตามลำดับ

ปัจจัยคำจูนในด้านสวัสดิการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจที่พักรวม หลังช่วงสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 2 ตัวแปร โดยเรียงลำดับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีจากมากไปน้อย ได้แก่ 1. การได้รับการดูแลจากองค์กรอย่างดีในการทำงานแม้เกิดสถานการณ์โควิด-19 2. การได้รับสวัสดิการ เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินช่วยเหลือกรณีต่าง ๆ มีค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.507 และ 0.253 ตามลำดับ เป็นต้น

จากผลข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยคำจูนส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักรวมหลังสถานการณ์โควิด-19

6. การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักรวมหลังสถานการณ์โควิด-19 พบว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน 4) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ และ 5) ด้านความรับผิดชอบในงาน ล้วนส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงาน ดังที่ Meyer et al. (2004) กล่าวว่า ความรู้สึกของพนักงานต้องการที่จะอยู่กับองค์กร มีความผูกพันและรักต่อองค์กร รวมถึงความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรและภาระงานที่พนักงานทำอยู่ มีความพึงพอใจ อาจเกิดจากองค์กรมีสิ่งจูงใจบางอย่างที่ส่งผลให้พนักงานไม่ต้องการออกจากองค์กร ด้านของความสำเร็จในงานพบว่า พนักงานให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จเป็นสำคัญ ทั้งในส่วนของการทำงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และภายในเวลาที่กำหนด ล้วนเป็นสิ่งที่พนักงานคิดว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งสัมพันธ์กับการศึกษาของ จีรภัทร เอนกวิทย์ (2557) พบว่า เมื่อพนักงานเกิดแรงจูงใจมากขึ้น ส่งผลให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและการที่พนักงานรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองจะก่อให้เกิดความสำเร็จมากขึ้น รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ความศรัทธาในองค์กรที่ตนเองปฏิบัติงานอีกด้วย ในด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติเป็นปัจจัยที่ส่งผลเช่นกัน ทั้งในเรื่องความน่าสนใจของเนื้อหา ไม่มีความซ้ำซากจำเจ โดยงานจะต้องตรงกับความสามารถและทักษะของพนักงาน ซึ่งส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีความสุขในการทำงานในองค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร ไชยจำเริญ และคณะ (2562) พบว่า ลักษณะงานที่ทำให้มีความท้าทายให้พนักงานสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และทำให้มีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น การที่พนักงานได้ทำงานที่ชื่นชอบและทำตามความสามารถของพนักงานนอกจากทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงานแล้ว ยังส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นไปได้อย่างสูงสุด ดังที่ Al-Ababneh (2013) กล่าวว่า เมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานอีกด้วย โอกาสความก้าวหน้ามักจะส่งผลต่อพนักงานในองค์กร การให้โอกาสแสดงความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของพนักงาน ย่อมทำให้พนักงานมีความสุขและรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อองค์กร จากการศึกษาของ วรางคณา ชูเชิดรัตน์ (2558) พบว่า แรงจูงใจในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ ด้านการกำหนดเป้าหมาย ด้านการวางแผนความก้าวหน้าของอาชีพและการดำเนินงานตามแผน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพนักงานได้รับโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ย่อมทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ มีความผูกพันกับองค์กรมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้น การให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งยังเป็นส่วนสำคัญเช่นเดียวกันที่ทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร เพราะพนักงานเห็นถึงโอกาสในความก้าวหน้า

ของงานที่ทำ ซึ่งสอดคล้องกับ สุพัฒน์ดิษฐ์ ธีญวิชัยโยธิน และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2561) ศึกษาด้านโอกาสที่จะได้รับการเลื่อนตำแหน่งความก้าวหน้าในหน้าที่ที่กำลังปฏิบัติในอนาคตมีความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ทั้งนี้ การที่องค์กรให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นไปตามระยะเวลาที่เหมาะสมและมีกฎเกณฑ์การเลื่อนตำแหน่งที่ชัดเจนในแต่ละสายงานจะทำให้พนักงานเกิดกำลังใจในการปฏิบัติงาน การได้รับการยอมรับ ความไว้วางใจในการทำงาน การให้โอกาสมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หรือได้รับโอกาสในการปฏิบัติงานใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ล้วนเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น การที่พนักงานได้รับความไว้วางใจให้ทำงานแทนตำแหน่งงานเมื่อมีคณาจารย์ หรือออกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานเห็นว่า ตนเองเป็นคนสำคัญในองค์กรมากยิ่งขึ้น การให้โอกาสทำงานที่แปลกใหม่เป็นการฝึกฝนทักษะใหม่ ๆ ไม่ให้ทำงานเดิม ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้ว (2560) พบว่า การได้รับความไว้วางใจในการทำงานเป็นการยอมรับความสามารถในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย เนื่องจากการที่พนักงานได้รับความไว้วางใจในการทำงาน นั้นแสดงว่าพนักงานทำงานอย่างใดให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและความสำเร็จจะมาพร้อมความไว้วางใจในการทำงานครั้งต่อไป ดังนั้นแรงจูงใจในการผลักดันการทำงานของพนักงาน ในด้านบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจหลังสถานการณ์โควิด-19 เช่นเดียวกัน ทั้งในเรื่องของความไว้วางใจการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่มีความสำคัญ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจในการทำงานและการให้โอกาสการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ ๆ ล้วนส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิชชุดา มั่งสัน และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) พบว่า เพื่อให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในงานสำคัญที่ได้รับมอบหมาย การให้ความสำคัญด้านความรับผิดชอบในงานเป็นสิ่งสำคัญ

ด้านปัจจัยจำจูงทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเงินเดือน 2) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน 3) ด้านสภาพการทำงาน 4) ด้านความมั่นคงในการทำงาน และ 5) ด้านสวัสดิการ พบว่า ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจหลังสถานการณ์โควิด-19 จากการศึกษาพบว่า เงินเดือนส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน กล่าวคือ เงินเดือนที่ได้รับควรจะต้องเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับ นันทพร ชวนชอบ (2560) กล่าวว่า เงินเดือนหรือรายได้ที่ได้รับเพียงพอต่อการใช้จ่ายประจำวันและยังส่งผลให้มีความจงรักภักดีต่อองค์กรได้ นอกจากนั้น นโยบายเรื่องของการจัดการเงินของธุรกิจที่แพคเกจย่อมเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงาน ดังที่ เนตรนภา ไวทยเลิศศักดิ์ (ยาบุชิตะ) และณัฐพงษ์ มาศจิราภา. (2559) สรุปว่า การที่พนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม การบริหารงานที่เคารพสิทธิและความเสมอภาค จะช่วยลดการขาดงานและลาออก พนักงานมีความรักในการทำงาน สอดคล้องกับ ดวงฤทัย ณ นครพนม และคณะ (2560) พบว่า การบริหารค่าตอบแทน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะช่วยจูงใจพนักงานให้มีความจงรักภักดีต่อองค์กร การให้ค่าตอบแทนจะช่วยให้งานใจพนักงาน และทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร และทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ เรื่องความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานถือว่า เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความปลอดภัยที่เป็นประเด็นสำคัญและมีความแตกต่าง นอกจากนั้น เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด ทำให้ความต้องการของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจเปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับสุพิชญา วงศ์วาสนา (2564) พบว่า การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานในสถานการณ์โควิด-19 พนักงานไม่รู้สึกวิตกกังวลใด ๆ ในการทำงาน เนื่องจากสถานที่การทำงานในองค์กรแต่ละตำแหน่งให้ความสำคัญมาตรการการป้องกันที่ชัดเจน มากไปกว่านั้นการทำงานร่วมกันเป็นทีมยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลเช่นเดียวกัน หนึ่งในอิทธิพลของตัวขับเคลื่อนที่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงาน ได้แก่ ความพึงพอใจต่องาน ค่าตอบแทน ผู้บังคับบัญชาขั้นต้น ความเป็นมิตรกับครอบครัว การสื่อสาร นารี วีระกิจ และอานนดิชัย นิลศิริ (2555) เรื่องสภาพการทำงานพบว่า ส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจหลังสถานการณ์โควิด-19 การที่สถานที่ทำงานมีการจัดการที่ดีและกระตุ้นให้ทำงาน และการให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยของสถานที่ทำงาน รวมถึงอุปกรณ์ที่เหมาะสมและเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กอปรลาภ อภัยภักดี (2563) พบว่า องค์กร ผู้บริหาร หัวหน้างาน จะต้องมีความเทคนิคในการขับเคลื่อนองค์กร ทำให้พนักงานมีความสุข เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความรู้สึกอยากทำงาน ที่สำคัญต้องให้ความสำคัญ ความใส่ใจต่อการทำงานของพนักงาน ความมั่นคงในการทำงานยังมีความสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่แพคเกจหลังสถานการณ์โควิด-19 และมีความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เยาวภา นิยากร (2563) พบว่า องค์กรให้ความสำคัญต่อพนักงานด้านความมั่นคงในการทำงานแม้จะมีสถานการณ์โควิด-19 ในด้าน

คำตอบแทนและผลประโยชน์ที่พนักงานพึงจะได้รับ เพื่อให้พนักงานมีความเชื่อมั่นต่ออนาคตขององค์กรและในเรื่องสวัสดิการ ส่งผลต่อการจงรักภักดีของพนักงานในธุรกิจที่พักแรมหลังสถานการณ์โควิด-19 การได้รับการดูแลจากองค์กรอย่างดีในการทำงาน แม้เกิดสถานการณ์โควิด-19 และการมีสวัสดิการอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับเดชา เตชะวัฒน์ไพศาล (2559) กล่าวว่า การจัดการและการบริหารสวัสดิการที่ดี จะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจ มีความผูกพัน และจงรักภักดีต่อองค์กร รวมทั้งชนิตาภา เหล่าพงศ์นภา และธนาญ ภูววิทยาร (2564) พบว่า นโยบายต่าง ๆ หลังสถานการณ์โควิด-19 มีความชัดเจน เพื่อที่จะดูแลพนักงานในองค์กรได้อย่างทั่วถึง เช่น ได้คำตอบแทนให้เพียงพอต่อการดำรงชีพ ความมั่นคง ความปลอดภัยในชีวิตการทำงานในองค์กรให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่ได้รับ เป็นต้น ดังนั้นผลจากการศึกษาพบว่า ความรู้สึกของพนักงานมีความเปลี่ยนแปลงไปหลังจากสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความปลอดภัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พนักงานในธุรกิจที่พักแรมให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษา ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางเพื่อนำไปปรับใช้ในการแก้ปัญหา หลักเลี้ยง หรือส่งเสริมให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ดังนี้

1. ด้านรายได้ สวัสดิการและความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน เพื่อจะมีรายได้ที่สามารถดำเนินชีวิตได้ รวมไปถึงนโยบายทางการเงินขององค์กรที่ชัดเจนและยุติธรรม
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล-ด้านเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน การมีสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานและผู้บังคับบัญชาควรมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม
3. ด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน ความมั่นคงในหน้าที่การงาน-ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน โดยเฉพาะความปลอดภัยในที่ทำงาน
4. ด้านงาน-ด้านความภาคภูมิใจในงาน โอกาสในการทำงาน ซึ่งการให้โอกาสในการแสดงความคิดเห็น และการมีส่วนร่วม และความท้าทายในงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ผู้วิจัยแนะนำว่าควรให้ความสำคัญ เพราะจะทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และยังส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีความมุ่งมั่นกระตือรือร้น สร้างขวัญและกำลังใจให้การบริการดีขึ้น ได้รับความไว้วางใจ ผลประกอบการที่ดีจะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร

7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ด้านการเก็บข้อมูล งานวิจัยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ การศึกษาต่อไปควรทำการเก็บข้อมูลในลักษณะอื่น ๆ ร่วมกันทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้นและเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมทุกมิติ
2. ด้านตัวแปรอื่น ๆ งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะด้านปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยจำแนก หากศึกษาปัจจัยอื่น ๆ จะสามารถเข้าใจความต้องการของพนักงานมากยิ่งขึ้น เช่น ความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างพนักงาน และผู้บังคับบัญชา คุณภาพชีวิตในการทำงาน ลักษณะของหน้าที่และบทบาทในการทำงาน หรืออาจจะเป็นการศึกษาโดยการเปรียบเทียบสถานการณ์ที่เป็นปกติและสถานการณ์ที่มีความวิกฤต เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ความเหมือนหรือความแตกต่างที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง
3. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาต่อไปควรเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มประชากรตัวอย่าง เช่น ธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมบริการ เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลของฐานข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายมากขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรองกาญจน์ ทองสุข. (2554). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของบุคลากรในวิทยาลัยการอาชีพร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ด. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

<http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/810>

กฤตธัช วุฒิวงศา. (2561). การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงานและภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3451>

กอบปรลภา อภัยภักดี. (2563). บรรยากาตองค์กรแห่งความสุข: คนเบิกบาน งานสำเร็จ. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 6(1), 315-331.

กึ่งกาญจน์ แข่งเฮง. (2559). ความจงรักภักดีของพนักงานบริษัทผลิอาหารเสริมสำหรับสัตว์แห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ขพิสา สุทธอนันต์โกคิน และภมร ชันระหัดถ์. (2564). ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 13(1), 23-38.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2557). การจัดการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จิรภัค เอนกวิถิ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษาโรงแรมเอเชียแอร์พอร์ท. [การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม], <https://dspace.spu.ac.th/items/8e49f291-555e-448d-8fba-fc60fd8a38c9>

ชนิดาภา เหล่าพวงศัณหา และ ธนายุ ภูวพิยาธร. (2564). ความผูกพันของบุคลากรในสายงานการเงินของหน่วยงานในสังกัดศาลยุติธรรมประจำภาค 8. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี],

<http://ir.sru.ac.th/handle/123456789/859>.

ณัฐติมา ลิ่นปราชญา. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในพฤติกรรมการทำงานของกลุ่มพนักงานในอุตสาหกรรมบริการ. [การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ], <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1554>

ดวงฤทัย ณ นครพนม, สายทิพย์ จะโนภาส, ศิริวรรณ เพชรไพร และนิภาภัทร แสนอุบล. (21 กรกฎาคม 2560). กลยุทธ์การบริหารค่าตอบแทนที่ไม่ใช้ตัวเงินที่มีผลต่อความรักในงานของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยนครพนม. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17 [Symposium]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก.

เดชา เตชะวัฒนไพศาล (2559), ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตการทำงานต่อพันธะสัญญาทางใจและความตั้งใจลาออก. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 38(148), 121-148.

ธนากร ชันรพัต. (2557). ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร กรณีศึกษา การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ], <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1560>.

นารี วีระกิจ และ อาณัติชัย นิลศิริ. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างตัวขับเคลื่อนความผูกพัน และความผูกพันของพนักงานโรงแรมอิสระในจังหวัดภูเก็ต. วารสารการบริการและการท่องเที่ยว, 7(1), 1-13.

นริศ กระซังแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในองค์กรของพนักงานบริษัทประกันวินาศภัยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร . [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ], <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/971>.

เนตรนภา ไวกยเลิศศักดิ์ (ยาบุชิตะ) และณัฐพงษ์ มาศจิราภา. (2559). ผลกระทบของคุณภาพชีวิตการทำงานและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษาโรงแรมเซ็นทาราจังหวัดขอนแก่น. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 11(1), 38-52.

- นันทพร ชวนชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคลากรมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา กองบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์], https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:143775.
- ปฐมพงษ์ จัยศรีแก้ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน ระดับปฏิบัติการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรทิศา ปัญญาพัฒนศักดา, พชรรัตน์ โลวีชากรติกุล และชาญชัย ปัญญาพัฒนศักดา. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีกับการคงอยู่ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทย. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 11(1), 82-90.
- พิชชาอร เอี่ยมวิบูลย์. (2557). แผนธุรกิจโรงแรมเดอะพาสเทล หัวหิน. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ], <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2169>.
- ภคพร กระจาดทอง. (2561) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของเซฟโรงแรมในประเทศไทย. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์] มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภัทรนันท์ อยู่เกิด, สุวรรณ เชี่ยวภักดี และธนิส จันทรสุริยะ. (2564). คุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์ COVID-19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(2), 410-426.
- มณิศา มาตเมธา. (2557). ปัจจัยคำจูนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท 1. [การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม], <https://dspace.spu.ac.th/items/bc208452-6035-4b3c-b4da-22f275f13d7d>.
- เยาวภา นียากร. (2563). อิทธิพลของปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่มีต่อความผูกพันในองค์กรธุรกิจโรงแรม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 11(1), 178-187.
- รัชตะ จันทรพาณิชย์. (2564). ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19). วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 13(1), 1-20.
- วรารณา ชูเชิดรัตนา. (2558). แรงจูงใจในการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรและความสามารถในการฟื้นฟ้อุปสรรคที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1320>.
- วิษชุดา มั่งสัน และกฤษฎา มุ้ยหมัด. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่). วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 6(2), 151-164.
- วิวัฒน์ แสงเพชร. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคลแรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ], <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2496>.
- สมภพ แสงจันทร์, ประสาธ อิศรปริดา และ สุเทพ ทองประดิษฐ์. (2555). ปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่สัมพันธ์กับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงพยาบาลชุมชนสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครพนม. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 2(2), 32-38.
- สยาม เกิดจรัส. (2562). ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัท เอบีซี จำกัด. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 25(1), 64-80.
- สุทธาสินี จำปาจี. (2557). การเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารสหวิทยาการ, 11(1), 28-57.
- สุธิดา ม่วงรุ่ง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน). [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

- สุพิชญา วงศ์วาสนา. (2564). ปัจจัยผลกระทบทางลบจาก COVID-19 ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานฝ่ายการ โดยสาร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(39), 15-30.
- สุพัฒน์ดิษฐ์ ธัญวิริยโยธิน และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2561). ปัจจัยค่าจ้างและปัจจัยจูงใจที่มีผลกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ฤทธา จำกัด. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 13*, 471-480.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2566). *การสำรวจที่พักแรม พ.ศ.2565*.
https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230929154600_61861.pdf.
- อนงค์นาถ ทนชัย, อัครวิน แสงพิกุล และ มนต์รี วีรยางกูร. (2561). การดำเนินงานของโรงแรมอิสระ 3 ดาว ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 8(1), 61-76.
- อุมาพร ไชยจำเริญ, พวงแก้ว นุดนابی, กาญจนา สาตา, ชุตติกาญจน์ ปาระมี, และฉันทนา มีทรัพย์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท ยูเนียนแอฟพลาย จำกัด จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันการอาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร*, 2(1), 45-57.
- Al-Ababneh, M. M. (2013). Leadership style of managers in five-star hotels and its relationship with employee's job satisfaction. *International Journal of Management & Business Study*, 3(2), 93-98
- Bayat, G. (2020). The effects of COVID-19 on the tourism sector and hotel businesses: The case of Marmaris. *İğdir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23), 617-634.
- Blengini, I., & Heo, C. Y. (2020). How do hotels adapt their pricing strategies to macroeconomic factors ?. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102522. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102522>
- Gorgenyi-Hegyes, E., Nathan, R.J., & Fekete-Farkas, M. (2021). Workplace health promotion, employee wellbeing and loyalty during covid-19 pandemic-large scale empirical evidence from Hungary. *Economies*, 9(2), 55. <https://doi.org/10.3390/economies9020055>
- Hensel, P. G., & Kacprzak, A. (2020). Job overload, organizational commitment, and motivation as antecedents of cyberloafing: Evidence from employee monitoring software. *European Management Review*, 17(4), 931-942.
- Huihui, j., Tonesakulrungruang, I., Sajjanand, S., & Chantanasiri, S. (2024). Factors affecting enterprise performance of luxury hotel in henan province, the people's republic of China. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 6(1), 91-102. <https://doi.org/10.56293/IJMSSSR.2024.4809>
- Huo, Y. (2018). Employee retention: Relationship among housekeeper's job satisfaction, organizational workforce, and racial-ethnicity within the global hospitality industry in Utah, U.S.A. Finding stability in a volatile hospitality industry. *Hospitality & Tourism Management International Journal*, 1(1), 36-43.
- Ingsih, K., Riskawati, N., Prayitno, A., & Ali, S. (2021). The role of mediation on work satisfaction to work environment, training, and competency on employee performance. *Journal of Applied Management*, 19(3), 469-482.
- Kasambu, N., & Sritharan, R. (2018). A study on customer delight in hotel sector. *International Journal of Management Studies*, 3(7), 151-156.
- Khan, A., Ahmed, S., Paul, S., & Kazmi, S. H. A. (2018). Factors affecting employee motivation towards employee performance: A study on banking industry of Pakistan. In *Proceedings of the Eleventh International Conference on Management Science and Engineering Management 11* (pp. 615-625). Springer International Publishing.
- Lei, C., Hossain, M. S., Mostafiz, M. I., & Khalifa, G. S. (2021). Factors determining employee career success in the Chinese hotel industry: A perspective of Job-Demand Resources theory. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 301-311.
- Mehrad, A. (2020). Evaluation of academic staff job satisfaction at Malaysian universities in the context of Herzberg's

- Motivation-Hygiene Theory. *Journal of Social Science Research*, 15(1), 157-166.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 991-1007.
- Musil, P., & Hedija, V. (2020). Investment incentives as instrument of motivation of firms and economic stabilization. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 578.
- Paais, M., & Pattiruhu, J. R. (2020). Effect of motivation, leadership, and organizational culture on satisfaction and employee performance. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 577-588.
- Phuong, T. T. K., & Tran, T. V. (2020). Job satisfaction, employee loyalty and job performance in the hospitality industry: A moderated model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 698-713.
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020). Improving employee performance through perceived organizational support, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12).
- Subedi, S., & Kubickova, M. (2023). Formation of political trust and support for local government actions during crisis: Hotel employees' perspectives. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/IHR-07-2023-0043>
- Walumbwa, F. O., Christensen-Salem, A., Permann-Graham, J., & Kasimu, P. (2020). An identification based framework examining how and when salient social exchange resources facilitate and shape thriving at work. *Human Resource Development Review*, 19(4), 339-361.
- Yao, T., Qiu, Q., & Wei, Y. (2019). Retaining hotel employees as internal customers: Effect of organizational commitment on attitudinal and behavioral loyalty of employees. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 1-8.