

เจตลักษณะนา เสนีวงศ์ ณ อยุธยา. (2559). อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์: อาจารย์ ดร. สุดารัตน์ ตันติวิวัฒน์, อาจารย์ ดร. อัจศรา ประเสริฐสิน.

ระดับความผูกพันในงานที่มีการลดระดับลงได้กลายเป็นปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งของพนักงานบริการโรงแรมในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในงานของพนักงานบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน 2. เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยผลที่ได้จากการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ จะเป็นตัวช่วยในการตอบคำถามการวิจัยให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยมีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีเป็นจำนวน 217 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มกับพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีเป็นจำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือเป็นพนักงานบริการที่มีการบริการคุณภาพยอดเยี่ยมในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา หรือได้รับคำชมและคัดเลือกจากหัวหน้างานว่ามีการบริการยอดเยี่ยม จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.20 และมีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน ร้อยละ 35.02 พนักงานบริการโรงแรมโดยรวมมีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.50, 3.47 และ 3.50 ตามลำดับ และพนักงานบริการโดยรวมมีทัศนคติต่อบรรยากาศองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามแนวคิดของบารอน และ เคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) ร่วมกับของ โซเบล (Sobel. 1982) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ และทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และบรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ อีกทั้งบรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน จากผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ได้การสนทนากลุ่มพบว่า พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี มีความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง การมองโลกในแง่ดี ด้านการให้รางวัล และด้านการสนับสนุน เป็นตัวแปรสำคัญในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้คุณภาพการบริการที่ดี

THE EFFECT OF POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND
ORGANIZATION CLIMATE ON SERVICE QUALITY:
THE MEDIATION ROLE OF WORK ENGAGEMENT

AN ABSTRACT

BY

JETLAKSANA SENEWONG NA AYUTTHAYA

Presented on Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Arts in Applied Psychology
at Srinakharinwirot University

August 2016

Jetlaksana Seneewong Na Ayutthaya. (2016). *The effect of positive psychological capital and organization climate on service quality: the mediation role of work engagement*. Master Thesis, M.S. (Applied Psychology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr. Sudarat Tuntivivat, Dr. Ujsara Prasertsin.

Low work engagement has become a major challenge among hotel service employees in Thailand. This research explores an effect of positive psychological capital and organization climate on service quality: the mediation role of work engagement of hotel service employees in Ratchaburi province. The purpose of this study were: (a) To study the effect of positive psychological capital and organization climate on service quality: the mediation role of work engagement of hotel service employees in Ratchaburi province, and (b) To study and describe the service quality of of hotel service employees in Ratchaburi province. The mixed method research employs, through quantitative and qualitative approach to answer the research questions comprehensively. First, the quantitative method uses questionnaires to collect the data from 217 hotel service employees in Ratchaburi Province. Then, qualitative method conducts focus group interview with 10 hotel service employees who have received an excellent service quality award in the past 2 years and selecting the hotel service employees who have excellent service quality by the management. The result shown that most of hotel service employees in Ratchaburi Province were female at 68.20 percentages and for the age older than 30 years at 35.02 percentages. Overall, hotel service employees in Ratchaburi Province have positive psychological capital, work engagement and service quality at good level with an average of 3.50 3.47 and 3.50 respectively. For, the organization climate was at moderate level with an average of 3.06. The researcher defined the hypothesis by using the concept of Baron: & Kenny (1986) and Sobel (1982). The result reveal that positive psychological capital has positive direct effect to service quality and positive indirect effect :the mediation role of work engagement. Also, organization climate has positive direct effect to service quality and positive indirect effect :the mediation role of work engagement. As a result from the quantitative approach, hotel service employees in Ratchaburi Province have self efficacy, optimism, reward and support as the important key to do a good performance for the good service quality.

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความ

ผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

ของ

เจตลักษณ์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

วันที่.....เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ที่ปรึกษาหลัก

.....ประธาน

(อาจารย์ ดร. สุदारัตน์ ตันติวิวัฒน์)

(ผศ. ดร. พรรณระพี สุทธิวรรณ)

.....ที่ปรึกษาร่วม

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. อัจฉรา ประเสริฐสิน)

(รองศาสตราจารย์ ดร. อังคินันท์ อินทรกำแหง)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ปิยพงษ์ คล้ายคลึง)

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา ช่วยเหลือ แนะนำ และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่ง จาก อาจารย์ ดร. สุภารัตน์ ตันติวิวัฒน์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร. อัจศรา ประเสริฐสิน กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยพงษ์ คล้ายคลึง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณระพี สุทธิวรรณ กรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้ แนวคิด วิธีการ คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และได้กรุณาปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง และให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือให้ถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอขอบพระคุณผู้บริหารโรงแรมในจังหวัดราชบุรีทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และความสะดวกในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยตลอดจนพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีทุกท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ นายสมยศ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา นางอรทัย เสนีวงศ์ ณ อยุธยา และญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนทั้งด้านกำลังใจและกำลังทรัพย์ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาจิตวิทยาประยุกต์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและส่งเสริมกำลังใจตลอดมา และนางสาวสิริพร สุห์ตภาพร ที่เป็นกำลังใจอย่างดีมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูแก่เวทีแคบิตามารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

เจตลักษณ์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามเชิงปฏิบัติการ	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ตอนที่ 1 แนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงาน	9
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital)	11
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)	21
ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในงาน (Work Engagement)	27
ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)	32
ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม	39
ตอนที่ 7 การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research)	41
ตอนที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย	49
ตอนที่ 9 สมมติฐานการวิจัย	51
3 ระเบียบวิธีการวิจัย	52
วิธีดำเนินการวิจัย	54
การวิจัยเชิงปริมาณ	54
การวิจัยเชิงคุณภาพ	80
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	86
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของพนักงานบริการ	
โรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา	87

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจิตวิทยาเชิงบวก.....	88
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบรรยากาศองค์การ.....	92
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันในงาน.....	97
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ.....	99
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	103
ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	115
ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ.....	119
5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	120
สรุปผลการวิจัย.....	122
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	126
สรุปผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	127
อภิปรายผล.....	130
ข้อเสนอแนะ.....	132
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	144
ภาคผนวก ก.....	145
ภาคผนวก ข.....	147
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	156

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตัวอย่างแบบสอบถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital).....	56
2 ตัวอย่างแบบสอบถามบรรยากาศองค์การในที่ทำงาน (Organization Climate).....	58
3 ตัวอย่างแบบสอบถามความผูกพันในงาน (Work Engagement).....	59
4 ตัวอย่างแบบสอบถามคุณภาพการบริการ (Service Quality).....	61
5 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามทุนจิตวิทยาเชิงบวก..	62
6 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามบรรยากาศองค์การ..	65
7 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามความผูกพันในงาน..	68
8 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามคุณภาพการบริการ..	69
9 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก.....	72
10 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามบรรยากาศองค์การ.....	74
11 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามความผูกพันในงาน.....	76
12 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามคุณภาพการบริการ.....	77
13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัด ราชบุรี.....	87
14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Capital Positive Psychological) ในภาพรวม.....	89
15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy).....	89
16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความหวัง (Hope).....	90
17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านการมองโลกในแง่ดี.....	91
18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความหยิ่งตัว.....	92
19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การใน ภาพรวม.....	93

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการมีส่วนร่วม.....	93
21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านโครงสร้าง (Structure).....	94
22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการให้รางวัล (Reward).....	95
23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการสนับสนุน.....	95
24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านความเจริญก้าวหน้า.....	96
25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านความเจริญก้าวหน้า.....	96
26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work engagement) ในภาพรวม.....	97
27 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor).....	98
28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านการอุทิศตน.....	98
29 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านการซึ่มซึบกับงาน (Absorption).....	99
30 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service quality) ในภาพรวม.....	100
31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible).....	100
32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability).....	101

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
33	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness).....	102
34	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance).....	102
35	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy).....	103
36	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการ.....	104
37	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ ในขั้นตอนการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามแนวทางการทดสอบในขั้นตอนที่ 1-3.....	107
38	แสดงค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน.....	108
39	ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ.....	109
40	แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรบรรยากาศองค์การ ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ ในขั้นตอนการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามแนวทางการทดสอบในขั้นตอนที่ 1-3.....	112
41	แสดงค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน.....	113
42	ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรบรรยากาศองค์การ ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ.....	114
43	เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ.....	119

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 องค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงาน แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	10
2 การขยายตัวของการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน.....	14
3 แสดงการปรับเปลี่ยนตัวแบบคุณภาพการให้บริการของ พาราสุรามาน, ซีแทมล์ และ เบอร์รี่ (Parasuraman; Ziethaml; & Berry. 1990).....	36
4 โมเดลการวิเคราะห์ถดถอยกรณีไม่มีตัวแปรส่งผ่าน.....	43
5 โมเดลการวิเคราะห์ถดถอยกรณีมีตัวแปรส่งผ่าน.....	44
6 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ที่ทดสอบตามแนวคิดของไซเบล.....	45
7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	50
8 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	53
9 เส้นอิทธิพลในการวิเคราะห์ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการ บริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	106
10 ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่มีผลต่อคุณภาพการ บริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน (คะแนนมาตรฐาน).....	110
11 เส้นอิทธิพลในการวิเคราะห์บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการ บริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	111
12 ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านบรรยากาศองค์การ ที่มีผลต่อคุณภาพการ บริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน (คะแนนมาตรฐาน).....	115

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันกันสูงและมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาการแข่งขันคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นได้ (รัศมี สุขประเสริฐ; สุบรรณ เขียมวิจารณ์; และ อุบลวัลย์ บุญรอด. 2552; ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2558) บุคลากรของโรงแรมโดยเฉพาะพนักงานบริการจะมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายและสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่จะสามารถดึงดูดลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการในท่ามกลางกระแสที่มีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมมากขึ้นได้ (Snyder; & Lopez. 2002: 761) ดังนั้นธุรกิจโรงแรมที่จะประสบความสำเร็จและอยู่รอดต่อไปได้นั้นจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์หนึ่งของการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจคือ การเอาชนะด้วยคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) (วิฑูรย์ สิมะโชติ. 2542: 1)

สำหรับธุรกิจโรงแรมในจังหวัดราชบุรีได้รับผลกระทบจากปัญหาการแข่งขันด้านคุณภาพเช่นกัน เนื่องจากมีผู้ประกอบการที่ปักเปิดดำเนินการจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท คอนโดมิเนียม เกสเฮาส์ หรือแม้กระทั่งบ้านพักตากอากาศ ซึ่งแต่ละผู้ประกอบการโรงแรมนั้นจะมีกลยุทธ์การสร้างจุดเด่น และเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพักกับโรงแรมของตน ดังจะเห็นได้จากแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี และดัชนีชี้วัดในยุทธศาสตร์ที่ 4 การทำการตลาดผ่านพันธมิตรบริษัทท่องเที่ยว โดยกำหนดเป้าหมายเพิ่มการทำการตลาดในธุรกิจเอกชนในด้านการประกอบการที่พัก (บุญมาก ศิริเนาวกุล; พีรณัฐ ไซว์สูงเนิน; และ สุขาย ธนเสถียร. 2556) นอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดราชบุรียังต้องเร่งสร้างคุณภาพการให้บริการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า หากโรงแรมที่มีคุณภาพการให้บริการต่ำอาจส่งผลกระทบต่อผลกำไรทางธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจโรงแรมในจังหวัดราชบุรีจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีที่ได้กำหนดไว้ชัดเจนว่ามุ่งพัฒนาให้จังหวัดราชบุรีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่มีความสมดุลในด้านการบริการ และการอนุรักษ์ (นิรุติ จินอญ; และ ศิริณา มีสันเทียะ. 2556)

นอกจากธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับการแข่งขันทางด้านคุณภาพการให้บริการแล้ว ยังประสบปัญหาอัตราการลาออกของพนักงานอีกด้วย ซึ่งโรงแรมที่มีพนักงานลาออกบ่อยจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพ

การให้บริการของโรงแรม ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยของ พวงเพ็ญ ชูรินทร์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคงอยู่ของพนักงานโรงแรม พบว่า พนักงานโรงแรมมีอัตราการลาออกสูงเป็นปัญหาที่ธุรกิจโรงแรมกำลังเผชิญ เนื่องจากธุรกิจโรงแรมมีการเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก การลาออกของพนักงานยังส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมอีกด้วย นอกจากนี้ วิโรจน์ ลักษณะอดิสร (2550) ซึ่งให้เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมที่เน้นคุณภาพการให้บริการเริ่มให้ความสนใจในการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้คงอยู่ในองค์กร และนำแนวคิดการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการดูแลรักษาพนักงานให้สามารถสร้างผลงานในด้านการบริการของธุรกิจโรงแรมให้เป็นที่ยอมรับจากลูกค้า

คุณภาพการบริการที่นั่นเกิดจากความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบตามประสบการณ์ของผู้มาใช้บริการ (Cronin; & Tylor. 1992) ซึ่งคุณภาพการบริการที่นั่นเป็นเป็นกระบวนการบริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตามความคาดหวังของบุคคลที่ได้มีโอกาสได้เข้ามาใช้บริการ (ชัชวาล ทัดศิริช. 2001; อ้างอิงจาก Bitner. 1992; Cordupleski, Rust; & Zahorik. 1993) ซึ่งคุณภาพการบริการเหล่านี้เกิดจากแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับในงานวิจัยนี้จึงเลือกใช้คุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ พาราสุรามานและคณะ (1985) ซึ่งมีเกณฑ์การวัดคุณภาพ 5 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความมั่นใจ (Assurance) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Security) ความใส่ใจ (Empathy) และการตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งอธิบายได้จากแนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงานของ Albanese (1981) เป็นแนวคิดหนึ่งที่อธิบายพฤติกรรมการทำงานของบุคคลมาจาก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านลักษณะของบุคคล และองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยทั้ง 2 องค์ประกอบส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคล โดยที่ตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ความสามารถ ทักษะที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน การรับรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง เจตคติ ค่านิยม และการจูงใจ สำหรับตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และลักษณะของงานที่ทำ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการทำงานตามแนวคิดของ อัลบานเนส (Albanese. 1981) แสดงให้เห็นว่าการที่บุคคลจะมีพฤติกรรมความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานได้นั้น จะต้องประกอบไปด้วยตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน

พฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการโรงแรมนั้นต้องอาศัยทั้งตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน และตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ตามแนวคิดของอัลบานเนส (Albanese. 1981) ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้พนักงานบริการโรงแรมมีความพยายาม กระตือรือร้นที่จะใช้

ความสามารถของตนเองในการทำงานออกมาให้มีคุณภาพ และมีการแสดงออกทางพฤติกรรมในเชิงบวกเพื่อองค์การของตนเองให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ (Synder; & Lopez. 2007) หรือการที่พนักงานบริการมีการรับรู้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีการเอื้ออำนวยต่อการทำงานของตนเอง ซึ่งพนักงานที่ทำงานในบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีย่อมส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติ (จิระศักดิ์ ธารสุขกระจ่าง. 2557; Litwin; & Stringer. 1968; Roderic Gray. 2007) โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาความศักยภาพของพนักงานบริการให้มีความรู้สึกรักคิด มีความพยายาม กระตือรือร้นในการทำงานให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรคุณภาพการให้บริการทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) และบรรยากาศองค์การ พบว่า มีหลายงานวิจัยมีการศึกษาร่วมกับตัวแปรความผูกพันในงานทุกตัวแปร (Xanthopoulou; Bakker; Demerouti; & Schaufeli. 2009; Marie; & Alison. 2006; Alan M. Sakes. 2006; อัจฉรา เฉลยสุข. 2556; นิธิบุญยฤทธานนท์. 2547) เนื่องจากพนักงานที่มีความผูกพัน ในงานจะส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติงานหรือการให้บริการ (Marie; & Alison. 2006; Steers. 1977; Malhotra; & Mukherjee. 2004) นอกจากนี้แนวคิดของอัลบานีส (Albanese. 1981) ยังสนับสนุนว่า ตัวแปรทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งเป็นตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรบรรยากาศองค์การซึ่งเป็นตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทั้งสองตัวแปรนี้ร่วมกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน หรือคุณภาพการให้บริการ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรความผูกพันในงานจึงน่าจะเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการ ทำให้เป็นที่มาของประเด็นวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ โดยศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรม นอกจากนี้เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยผสม (Mixed Methods) การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้สารสนเทศที่สามารถอ้างอิงได้ในวงกว้างตลอดจนมีความสอดคล้องในเชิงคุณภาพกับบริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในงานของพนักงานบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน
2. เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญในเชิงทฤษฎี

งานวิจัยนี้ได้มีการศึกษาถึงตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน และตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรม โดยตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลคือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่เป็นการศึกษาศักยภาพหรือจุดแข็งของพนักงานบริการ และตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงานคือบรรยากาศองค์การที่เป็นการศึกษาการรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมในองค์การของพนักงานบริการ จากทั้ง 2 ปัจจัยสามารถส่งผลไปยังพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการได้โดยมีการส่งผ่านความผูกพันในงาน การศึกษานี้จึงมีความน่าสนใจเพื่อทำการค้นหาถึงความสำคัญในแต่ละตัวแปรที่ส่งผลไปยังคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในเชิงทฤษฎีได้ ดังนี้

1. ทำให้ได้ทราบว่าทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมบริการอย่างมีคุณภาพได้อย่างไร
2. ทำให้ได้ทราบว่ากรรับรู้บรรยากาศองค์การของพนักงานบริการโรงแรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมปฏิบัติงานได้อย่างไร
3. ทำให้ได้ทราบถึงระดับความผูกพันในงานของพนักงานบริการในจังหวัดราชบุรีที่มีอิทธิพล ต่อคุณภาพการบริการ

ความสำคัญในเชิงปฏิบัติการ

ทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมปฏิบัติงานของพนักงานบริการได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น รวมถึงได้เข้าใจถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุของทุนจิตวิทยา และบรรยากาศองค์การที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นความรู้ใหม่ และน่าสนใจเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการในโรงแรมต่อไปได้ ดังนี้

1. ข้อค้นพบสามารถนำไปสู่การพัฒนาในระดับความผูกพันในงานของพนักงานบริการให้มีความรู้สึกกระตือรือร้น ทำงานอย่างเต็มที่ ให้ตรงตามเป้าหมายขององค์การ โดยมีการอาศัยปัจจัยทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) และบรรยากาศองค์การ
2. ค้นพบปัจจัยทางด้านบรรยากาศองค์การในการปฏิบัติงาน และนำไปสู่การพัฒนาองค์การให้มีการจัดการกับบรรยากาศองค์การ ที่เอื้อต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ของพนักงานบริการให้มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการพัฒนาศักยภาพให้พนักงานบริการมีสุขภาพจิตที่ดี เพื่อส่งผลต่อการปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ทั้งหมด 5 โรงแรม ดังนี้

ลำดับ	ชื่อโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวนพนักงานบริการ
1.	โรงแรมโกลเด้นซิตี	104 คน
2.	โรงแรมเวสเทิร์นแกรนด์	80 คน
3.	แพรวอภาเพลส	30 คน
4.	โรงแรม Space 59	6 คน
5.	โรงแรมบ้านไม้แก้ว	18 คน
6.	เกรท ไฮเทล	7 คน
	รวม	239 คน

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

เชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ใช้จำนวนเต็มของกลุ่มประชากรจำนวน 239 คน เนื่องจากจำนวนประชากรไม่เพียงพอ และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 217 ฉบับ ดังนี้

ลำดับ	ชื่อโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวนพนักงานบริการ
1.	โรงแรมโกลเด้นซิตี	104 ฉบับ
2.	โรงแรมเวสเทิร์นแกรนด์	65 ฉบับ
3.	แพรวอภาเพลส	26 ฉบับ
4.	โรงแรม Space 59	4 ฉบับ
5.	โรงแรมบ้านไม้แก้ว	18 ฉบับ
6.	เกรท ไฮเทล	- ฉบับ
	รวม	217 ฉบับ

เชิงคุณภาพ

พนักงานบริการที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้างาน

ขอบเขตเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศในการทำงานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

ขอบเขตตัวแปร

1. ตัวแปรต้น ประกอบด้วย
 - 1.1 ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ได้แก่
 - 1.1.1 ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy)
 - 1.1.2 ความหวัง (Hope)
 - 1.1.3 การมองโลกในแง่ดี (Optimism)
 - 1.1.4 ความยืดหยุ่นตัว (Resiliency)
 - 1.2 บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) ได้แก่
 - 1.2.1 ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement)
 - 1.2.2 ด้านโครงสร้าง (Structure)
 - 1.2.3 ด้านการให้รางวัล (Reward)
 - 1.2.4 ด้านการสนับสนุน (Support)
 - 1.2.5 ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement)
 - 1.2.6 ด้านการควบคุม (Control)
2. ตัวแปรส่งผ่าน ประกอบด้วย
 - 2.1 ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ได้แก่
 - 2.1.1 ความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor)
 - 2.1.2 การอุทิศตน (Dedication)
 - 2.1.3 การซึมซับกับงาน (Absorption)
3. ตัวแปรตาม ประกอบด้วย
 - 3.1 คุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้แก่
 - 3.1.1 ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible)
 - 3.1.2 ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability)

3.1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

3.1.4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)

3.1.5 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)

นิยามเชิงปฏิบัติการ

1. **ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)** หมายถึง คุณลักษณะทุนเชิงบวกของพนักงานบริการโรงแรมในความสามารถด้านการก้าวข้ามผ่านปัญหา การมีมุมมองด้านบวก การเห็นคุณค่าภายในตนเอง โดยใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐานแบ่งต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐาน อีกทั้งยังมีคุณลักษณะที่สามารถวัดได้ พัฒนา บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. **บรรยากาศองค์การ (Organization Climate)** หมายถึง องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในองค์การที่พนักงานบริการโรงแรมรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการโรงแรม

3. **ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริการโรงแรม** หมายถึง ความผูกพันของพนักงานเป็นโครงสร้างของความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกโดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ซอฟเฟลลี และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker. 2004) ได้แก่ (1) ความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (vigor) (2) การอุทิศตนในการทำงาน (dedication) (3) การซึมซับกับงาน (absorption)

4. **คุณภาพการบริการ (Service Quality) ของพนักงานโรงแรม** หมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรมตามการรับรู้ของพนักงานบริการ โดยประเมินพฤติกรรม 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พนักงานบริการโรงแรม (Service Employees)** หมายถึง พนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ที่เป็นวัยผู้ใหญ่ (18-60 ปี) ซึ่งได้แก่

1.1 ส่วนหน้า (Front Desk) ได้แก่ พนักงานต้อนรับ (Receptionist) พนักงานการเงินส่วนหน้า (Front Cashier) พนักงานขาย (Sales)

1.2 ส่วนบริการในเครื่องแบบ (Uniform Service) ได้แก่ พนักงานบริการข้อมูลข่าวสาร (Concierge) พนักงานขนกระเป๋า (Bellboy or Porter) พนักงานเฝ้าประตู (Doorman) พนักงานเสิร์ฟ (Waiter or Waitress)

2. **โรงแรม (Hotel)** หมายถึง สถานที่บริการที่พักอาศัยชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทาง รวมถึงมีบริการเสริมต่างๆ มากมาย อาทิ บริการอาหารและเครื่องดื่ม การจัดสถานที่ประชุม หรือ สปา เป็นต้น

3. **ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator)** เป็นตัวแปรที่ส่งผ่านความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอาจเรียกได้ว่าเป็นตัวแปรที่สามที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยที่ตัวแปรส่งผ่านจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ช่วยในการทำความเข้าใจกระบวนการของตัวแปรอิสระในการส่งผลต่อตัวแปรตาม (Boron; & Kenny. 1986)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยมีความผูกพันในงานตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำเสนอผลการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีเนื้อหาสำคัญ 9 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงาน เป็นกรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework)

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital)

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม

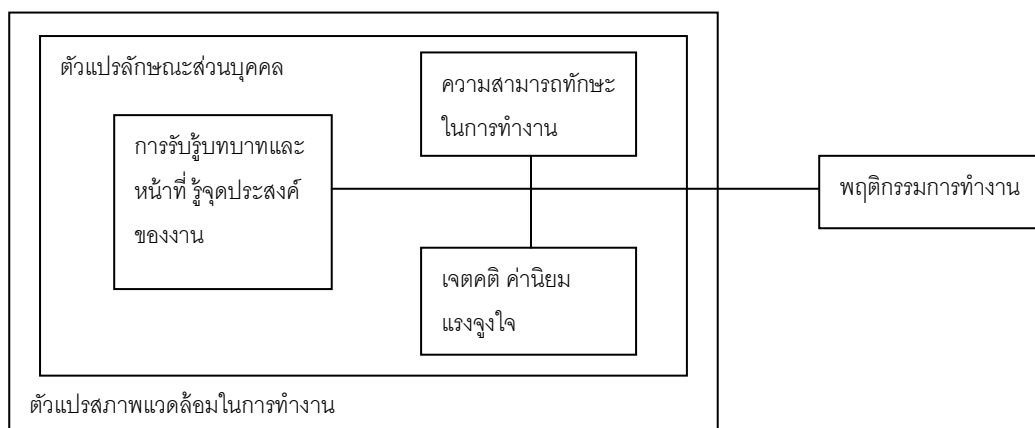
ตอนที่ 7 การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research)

ตอนที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตอนที่ 9 สมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 แนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงาน

จากแนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงานของ อัลบานเนส (Albanese, 1981: 204) ที่ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมการทำงานว่า เป็นพฤติกรรมและปฏิบัติงานของพนักงานที่จะส่งผลต่อความสำเร็จต่องานของเขาโดยตรง พฤติกรรมนั้นยังรวมไปถึงการแสดงออกของพนักงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อมที่เขาปฏิบัติงานอยู่ ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานจะถูกตัดสินคุณภาพงานจากพฤติกรรมการทำงานที่แสดงออกซึ่ง อัลบานเนสได้กำหนดกรอบแนวคิดด้านพฤติกรรมการทำงาน (Job Performance) ไว้ด้วยกัน 2 องค์ประกอบ คือ ลักษณะส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยสามารถแสดงเป็นแผนภาพความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานดังภาพประกอบดังนี้



ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงาน แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร

ที่มา: Albanese. (1981). *Managing: toward accountability for performance*. p. 204.

จากภาพประกอบข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่าลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันทำให้เกิดการส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคลซึ่งตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานดังนี้

ตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย

- 1) ความสามารถ ทักษะ ของบุคคลที่จะนำมาใช้ในการทำงาน จนสำเร็จลุล่วง
- 2) การรับรู้บทบาทและหน้าที่รวมถึงจุดประสงค์ของงานที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่คือการที่บุคคลรู้จักหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองและปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องโดยมีความสามารถในการจัดการเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ

- 3) เจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่ก่อให้เกิดความรู้สึกอยากทำงาน และมีความรู้สึกผูกพันกับงานของตนเอง

ตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานประกอบด้วย

- 1) สภาพแวดล้อมระดับใกล้ เช่น สภาพการทำงาน ผู้บริการ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะของงานที่ทำ

- 2) สภาพแวดล้อมระดับกลาง เช่น จุดประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร

- 3) สภาพแวดล้อมระดับไกล เช่น สภาพการแข่งขันในตลาดในสังคมขณะนั้น

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยศึกษาทั้งตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานพบว่า แนวคิดของ อัลบานีส (Albanese) แสดงให้เห็นว่าการที่พนักงานบริการโรงแรมจะมีพฤติกรรม การปฏิบัติหน้าที่นั้น จะต้องประกอบด้วยตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลและตัวแปรสภาพแวดล้อมใน การทำงาน รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างทั้งสองปัจจัย ซึ่งผู้วิจัยได้มีการนำตัวแปรทุนจิตวิทยา เชิงบวกเป็นตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และบรรยากาศองค์การเป็นตัวแปรสภาพแวดล้อมใน การทำงาน มาเพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัด ราชบุรี โดยมีการนำแนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงาน เป็นกรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework)

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

1. ความหมายทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับทุนจิตวิทยาเชิงบวกได้ให้ความหมายและคำนิยามของ ทุนจิตวิทยาไว้ต่างๆ กันไป ดังนี้

ลูธานส์ และคณะ (Luthans; et al. 2007: 3) ให้ความหมายว่า สภาวะของบุคคลที่ เป็นจุดเด่น หรือจุดแข็งที่มีการพัฒนาคุณลักษณะในทางที่ดี ซึ่งไปสู่ทางกำหนดพฤติกรรมที่สามารถวัด ได้ พัฒนาได้และสามารถจัดการอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นในองค์การยุคปัจจุบัน

ซินเดอร์ และโลเปซ (Synder; & Lopez. 2007: 428) ได้ให้ความหมายคำว่า ทุน ทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของ บุคคลในแง่ที่ดีซึ่งได้รับการอธิบายโดยทางสังคมศาสตร์

ลาร์สัน (Larson. 2004: 55) ได้ให้ความหมายของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ไว้ว่า แนวทางที่มีคุณค่าในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

อะเวย์ และคณะ (Avey; et al. 2010: 430-452) ให้ความหมายว่า ทุนทางจิตวิทยา เชิงบวก (Positive psychological capital) มีมุมมองต่างๆ ในทางบวกและมีความเข้าใจในการจัดการ ในสิ่งต่างๆ

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าทุนจิตวิทยาเชิงบวกคือ คุณลักษณะทุนเชิงบวกของบุคลากรที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) มีความ พยายามทุ่มเทเพื่อที่จะทำเป้าหมายนั้นให้สำเร็จตามที่ตั้งไว้ บุคลากรมีความเชื่อมั่นในการทำ

เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เปรียบเสมือนมีความหวัง (Hope) ในทางที่ดี ซึ่งเป็นลักษณะวิธีการคิดที่นึกถึงแต่ด้านดีเสมอ คือมีความสามารถในการมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้น และมีความสามารถในการปรับตัวได้หลังจากต้องเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

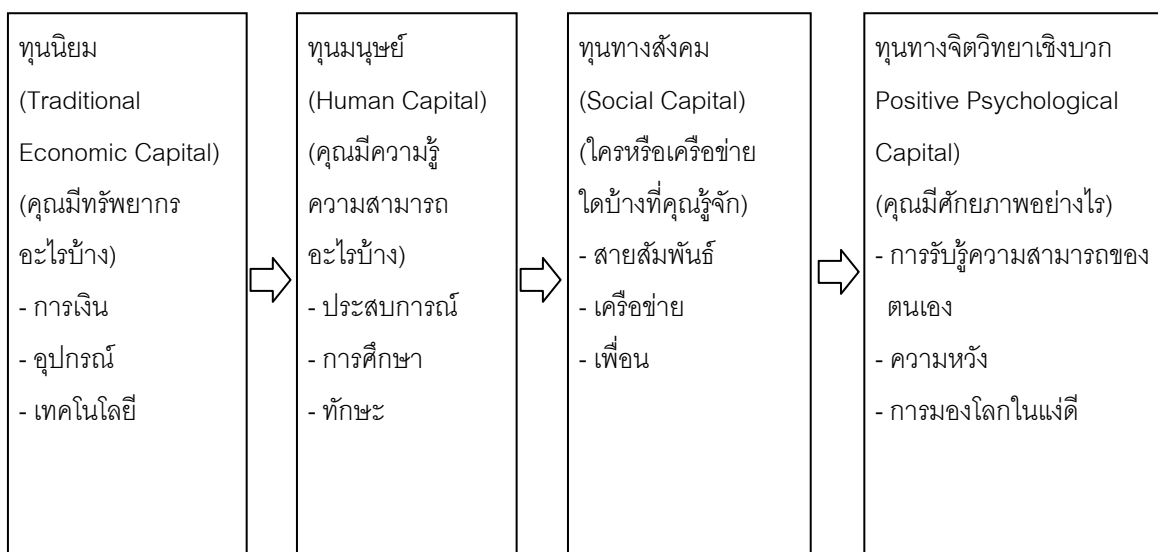
จากการทบทวนและทำการศึกษาวรรณกรรมต่างๆ รวมถึงเอกสารงานวิจัยด้านจิตวิทยานั้น พบว่าแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกเป็นที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในฝั่งตะวันตก โดยการศึกษาแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกมาจากภาษาอังกฤษ คำว่า Positive Psychology การศึกษาด้านจิตวิทยาเชิงบวกเริ่มจากมาร์ติน ซิลิกแมน (Martin Seligman) ผู้ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาคนสำคัญที่เปรียบเสมือนเป็นบิดาของศาสตร์นี้ได้ให้คำจำกัดความว่า “Positive Psychology is the scientific and practical explorations of human strengths” โดยอาจกล่าวได้ว่าเป็นจิตวิทยาที่ได้มีการยึดเอาจุดแข็งของมนุษย์เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา อย่างเช่น การพัฒนาในด้านคุณค่า (value) สภาวะไหลลื่น (Flow) การมองโลกในทางบวก (Optimism) การมีความหวัง (Hope) และการมีความสุข (Happiness) ของแต่ละบุคคล เป็นต้น (Seligman. 1998: 2) ด้วยเหตุนี้แนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกจึงได้รับความสนใจ และนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนามนุษย์อย่างกว้างขวางในประเทศตะวันตก โดยเฉพาะในการพัฒนาสุขภาวะส่วนบุคคล ตลอดจนการนำไปใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายในชุมชน สังคม และองค์กรต่างๆ (Seligman. 2002)

จากในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ได้มีการนำจิตวิทยาเข้ามาเป็นตัวช่วย โดยมุ่งเน้นที่ตัวปัญหา การหาวิธีแก้ปัญห การหาวิธีป้องกัน หรือการรักษาปัญหาทางจิตเป็นสำคัญ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจจะไม่ใช้การช่วยหรือแก้ไขต้นตอของปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดของทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) ขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางเลือกใหม่ที่เน้นให้มนุษย์มีการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้มีความสุข จากพื้นฐานที่มาจากการพัฒนาตนเอง โดยการเป็นมนุษย์ที่มีมุมมองต่อชีวิตและการดำรงชีวิตในเชิงบวก อีกทั้งยังเป็นแขนงที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์เข้ามาพิสูจน์ เข้ามาช่วยในการเพิ่มหลักฐานข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานวิจัย ที่มีตัวเลข สถิติ ที่สามารถนำมาใช้อ้างอิงได้ด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าจิตวิทยาเชิงบวก จึงเป็นศาสตร์ทางเลือกใหม่ที่มุ่งพัฒนามนุษย์ให้เป็นผู้มีความสุข โดยมีพื้นฐานของความสุขจากการพัฒนาตนเองการเป็นคนที่มีมุมมองต่อชีวิตและโลกในเชิงบวก (Seligman. 1998: 5)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้มีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ทำการศึกษาแขนงนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งนักจิตวิทยาที่จัดว่าเป็นผู้นำในเรื่องจิตวิทยาเชิงบวกได้แก่ Maslow ด้วยแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่มีระดับต่างกันตั้งแต่ความต้องการความปลอดภัยในการดำรงชีวิต

และต้องการปัจจัยสี่ในเชิงรูปธรรม พัฒนาสู่ความรัก จนไปถึงการยอมรับจากบุคคลอื่น และถึงขั้นที่เรียกว่า Self Actualization ซึ่งอาจมีความแตกต่างจากนักจิตวิทยากลุ่มก่อน ที่มุ่งเน้นเรื่องการถูกกำหนด การบังคับ จนก่อให้เกิดมนุษย์มีอาการทางจิต โดยทั้งนี้ทั้งนั้นทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมุ่งเน้นที่จะทำให้มนุษย์มีอิสระเสรีในการกระทำของตนเอง และเพื่อในการพัฒนาตนเองของมนุษย์สู่สิ่งที่ดีกว่า ซึ่งความจริงแล้วแนวคิดด้านจิตวิทยานั้นไม่เพียงแต่มุ่งรักษาและช่วยเหลือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต แต่ยังมีมุ่งช่วยเหลือให้มนุษย์ได้เติมเต็มและพัฒนาศักยภาพของตนเองที่มีอยู่ตามธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Luthans; Avey; & Peatera. 2008: 210)

หลังจากนั้น ลูธานส์ และคณะ (Luthans; et al. 2007: 327) ผู้ซึ่งเป็นนักพฤติกรรมองค์การคนสำคัญ ได้ทำการสังเคราะห์แนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกมาใช้เป็นแนวทางในการปรับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น และทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์การ เป็นสาขาวิชาหนึ่ง ที่พยายามศึกษาค้นหาผลกระทบที่เกิดขึ้น จากบุคคล กลุ่มบุคคล และโครงสร้างที่มีต่อพฤติกรรมภายในองค์กรทั้งนี้เพื่อนำความรู้ที่ได้ดังกล่าวมาปรับปรุงการทำงานในการดำเนินงานขององค์กร เช่น ความรู้สึก นึกคิด การรับรู้ความสามารถของตนเองในการเรียนรู้ และเป้าหมายที่บุคคลที่ต่อองค์กร จะเห็นว่าพฤติกรรมภายในองค์กรเป็นการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบของปัจเจกบุคคลและโครงสร้างขององค์กรที่มีผลพฤติกรรมภายในองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายในการประยุกต์ความรู้ดังกล่าว เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อช่วยให้องค์กรได้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้ความรู้ทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และวิทยาศาสตร์ ในการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร นักวิชาการด้านองค์การจึงพยายามศึกษาปัจจัยเหตุทั้งบวกและลบของบุคคลที่มีผลกระทบต่อองค์กร เดิมการแข่งขันในทางธุรกิจมักมุ่งแข่งขันกันในด้านสถานะทางการเงิน หรือสิ่งที่แสดงให้เห็นได้ชัดว่าองค์กรของตน มีอุปกรณ์ที่ดีและมีนวัตกรรมใหม่ๆ เรียกว่า ทุนด้านเศรษฐกิจ (Economic Capital) หรือเป็นการตอบคำถามว่าองค์กรของคุณมีทรัพยากรอะไรบ้าง จากนั้นมีการขยายแนวคิดออกไปสู่ความสนใจทางด้านทุนมนุษย์ โดยสนใจว่าบุคคลหรือพนักงานมีการศึกษาระดับไหน มีประสบการณ์ทำงานอย่างไร มีทักษะความรู้ขนาดไหน และมีแนวคิดความเชื่ออย่างไร หรือเป็นการตอบคำถามว่า คุณมีความรู้ความสามารถอะไรบ้าง รวมไปถึงการให้ความสนใจ ทุนด้านสังคม (Social Capital) คือ เป็นการตั้งคำถามว่าใครหรือเครือข่ายใดบ้างที่คุณรู้จัก เช่น การมีสายสัมพันธ์ มีเพื่อน มีเครือข่ายติดต่อกับองค์กรอื่น เป็นต้น และสุดท้ายเป็นความสนใจ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychological Capital) ที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในองค์กรในขณะนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาว่าคุณมีศักยภาพอย่างไร แนวคิดสุดท้ายนี้ได้รับความสนใจและถูกนำมาศึกษาถึงการเกิดผลกระทบหรือ ผลลัพธ์ทางบวกของพฤติกรรมองค์การของผู้ปฏิบัติงานในสาขาอาชีพต่าง (Luthans; et al. 2004: 46)



ภาพประกอบ 2 การขยายตัวของการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ที่มา: Luthans, F.; Luthans, K. W.; & Luthans, B.C. (2004). *Positive Psychological Capital: Beyond and Social Capital Business Hori Zons*. p. 46.

จากที่กล่าวข้างต้นเกี่ยวกับแสดงให้เห็นถึงในยุคปัจจุบันนี้มีการนำแนวคิดทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก Positive Psychology มาประยุกต์มากขึ้น เนื่องจากการนำจิตวิทยาเชิงบวกที่เน้นการศึกษาโดยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่มีงานวิจัยมารองรับ และสามารถอ้างอิงได้ มีแนวทางปฏิบัติที่เป็นตัวอย่างชัดเจนมาประยุกต์ใช้ในสถานที่ทำงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษา และพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก โดยเป็นแนวคิดที่มีการพัฒนาให้คนมีความสุข โดยมีพื้นฐานมาจากการพัฒนาที่ตนเอง โดยแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกนี้สามารถนำประยุกต์ให้เกิดผลประโยชน์ภายในองค์กร เพราะหากพนักงานบริการโรงแรมมีมุมมอง มีทัศนคติที่ดีแล้วนั้นย่อมก่อให้เกิดมีการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม มีการอุทิศตนเองในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองเพื่อองค์กร

3. แนวคิดทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

มาร์ติน ซิลิกแมน กล่าวว่าคนที่มีความสุข ต่างจากคนทั่วไป ตรงที่พวกเขาเข้าสู่สัมพันธภาพทางสังคมที่ดีกว่าคนทั่วไป คือ เป็นคนชอบเข้าสังคม และสังคมนั้นดีด้วย ซึ่งทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานเชิงรุกในองค์กรต่างๆ ในยุคที่จะต้องมีการเผชิญต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นความไม่มั่นคง

ทางด้านเศรษฐกิจ หรือการแข่งขันทางการค้า (Luthans; et al. 2007) การใช้คำว่าทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Psychological capital: PsyCap) หรือ (Positive psychological capital: PPC) ก็ได้เน้นการศึกษานี้จะใช้ภาษาอังกฤษว่า Psychological capital และคำย่อคือ PsyCap โดย PsyCap นี้เป็นการแสดงถึงแนวโน้มของแรงจูงใจในตัวมนุษย์ ซึ่งจะมีมากขึ้นหากมีต้นทุนทางจิตใจในทางบวกมาก (Luthans; et al. 2007: 542) ซึ่งคำว่า Psychological capital ต่อไปผู้วิจัยจะขอให้คำว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) เนื่องจากเป็นตัวแปรทางจิตวิทยา และมีความหมายที่แสดงถึงแรงจูงใจทางบวก มีสมรรถภาพทางจิตใจที่ยืดหยุ่น มีสติ และมีพลังใจในทิศทางบวก เพื่อการขับเคลื่อนไปสู่การเกิดพฤติกรรมที่ดี และทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิต หน้าที่การงานทั้งปัจจุบันและอนาคต (Luthans; et al. 2007: 549)

จากแนวคิดทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกของ ลูแทนส์ และคนอื่นๆ (Luthans; et al. 2007) ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) ความหวัง (Hope) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resiliency) เมื่อรวมทั้ง 4 องค์ประกอบเข้าด้วยกัน เรียกว่า Psychological capital หมายความว่า ลักษณะและสภาวะจิตในทางบวกของบุคคลที่ประกอบด้วย (1) ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง เพื่อให้ได้มาซึ่งการประสบผลสำเร็จจากการทำงานที่ท้าทาย (2) ความหวัง เรียกว่า Hope คือมีความพากเพียรพยายามที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย (3) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นการสร้างความคิดทางบวก เพื่อความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต (4) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ Resiliency เมื่อประสบกับปัญหา หรือเผชิญกับสถานการณ์ที่เลวร้ายก็ยังคงยืนหยัด และยืดหยุ่น ต่อสู้กับปัญหานั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ

จากตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปรของ ลูแทนส์ และคนอื่นๆ (Luthans; et al. 2007: 10) นั้นนำไปสู่การเกิดแนวคิดใหม่คือ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก หรือ PsyCap ซึ่งแนวคิดของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมีดังนี้

1) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก มีคุณค่ามากกว่าทุนมนุษย์ (PsyCap goes beyond human capital) คือ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ไม่ใช่แค่เพียงการแสดงให้เห็นว่าบุคคลมีความรู้ มีทักษะ ความสามารถ ที่ได้จากการศึกษาเล่าเรียน การฝึกอบรม หรือแม้กระทั่งจากประสบการณ์ทำงานมาแค่นั้น แต่เป็นสิ่งที่บุคคลถูกปลูกฝัง ถ่ายทอดทางสังคมมาจนเกิดการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน เช่นระหว่างหัวหน้าและลูกน้องในการทำงาน ก่อเกิดองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวของคุณบุคคล (Tacit knowledge) ซึ่งมีความสำคัญมาก

2) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก มีคุณค่ามากกว่าทุนทางสังคม (PsyCap goes beyond social capital) คือ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก จะแสดงให้เห็นถึงการมีโอกาสนใหม่ๆ มากกว่ามีปฏิสัมพันธ์กับสังคม เครือข่าย บุคคล องค์การเท่านั้น

3) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือสิ่งที่เป็นแนวคิดเชิงบวก (PsyCap is positive เกิดจากแนวคิด Positive Psychology ซึ่งเดิมเน้นความผิดปกติ (Pathology) รวมถึงพยายามจะแก้ไขจุดด้อยของบุคคลโดยที่ไม่ได้เริ่มต้นจากศักยภาพเดิมที่เขามีแล้ว ทำให้ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก เป็นตัวสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมองค์กร และการบริหารจัดการกับศักยภาพของมนุษย์

4) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือสิ่งที่มีความเฉพาะตัว (PsyCap is unique) คือทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก จะนำไปสู่แนวคิดใหม่ที่เป็นความเฉพาะตัว แต่อย่างไรก็ตามกรอบโครงสร้างอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาผ่านไปความเป็นเอกลักษณ์ของตัวแปรนั้น (unique)

5) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือ พื้นฐานที่มาจากทฤษฎีและการวิจัย (PsyCap is theory and research based) คือ ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวกนั้นอยู่บนพื้นฐานจากทฤษฎีหลายแนวคิด

6) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือ สิ่งที่สามารถวัดได้ (PsyCap is measurable) ตัวแปรทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวกนั้น ได้มีการศึกษาลักษณะการวัดออกมาในลักษณะแบบประเมินทางจิตวิทยา (Psychological assessment) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและความตรงของการวัด

7) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือ การวัดแบบสภาวะและเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาปรับปรุงได้ (PsyCap is state-like and therefore open to development) การวัดแบบสภาวะ (state-like) ที่แตกต่างไปจากตัวแปรแบบ trait เช่น บุคลิกภาพ หรือ ระดับสติปัญญาที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงง่าย การวัดแบบสภาวะ (state-like) หมายถึง การวัดแบบรายงานความคิดเห็นของผู้ตอบ จึงทำให้สามารถพัฒนาและเรียนรู้ได้ เมื่อพบว่าบุคลากรคนใดที่ได้คะแนนจากแบบวัดต่ำ ซึ่งเหมาะแก่การพัฒนาพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กร

8) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวก คือ สิ่งที่จะมีผลกระทบอย่างสูงสุดต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน (PsyCap is impactful on work-related performance) ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวกจึงมีความสำคัญต่อการนำไปใช้เพื่อนำไปสู่การเกิดผลลัพธ์ทางบวกของพฤติกรรมองค์กรได้อย่างแท้จริง

จากตัวแปรทางจิตวิทยาเชิงบวกทั้ง 4 ตัวแปรย่อยนั้น มีโครงสร้างที่นำไปสู่ความสุขของการดำเนินชีวิต ซึ่งตามแนวคิดของลูธานส์ และคณะ (Luthans; et al. 2007: 8) ที่ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบหลักของทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวกกล่าวว่า บุคลากรในองค์กรจะต้องมีการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความหวัง (Hope) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ดีโดยหวังว่า การมองโลกในแง่ดี (Optimism) โดยมองว่าเหตุการณ์หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น แค่เพียงช่วงระยะเวลาที่สั้น และมันก็จะผ่านไป รวมทั้งมีความมุ่งมั่นต่อทฤษฎีทางจิตวิทยาเชิงบวกดังกล่าว โดยจะสามารถทำนายพฤติกรรมทางบวกเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน หรือการทำงานได้ เช่น พฤติกรรมการทำงานที่ดี ความพึงพอใจในงาน มีการให้บริการที่มีคุณภาพ มีผลผลิตของงานมากขึ้น มีการคงอยู่ในงาน มีความผูกพัน

ในงาน มีความสุขในการทำงาน รวมทั้งมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีอีกด้วย (Luthans; & Youssef. 2004: 143-160)

4. การวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก

ลูธานส์ และคณะ (Luthand; et al. 2007) ได้สร้างแบบวัดขึ้นมาจากแนวคิดแต่ละองค์ประกอบทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ ความหวัง (Hope) ความยืดหยุ่น การมองโลกในแง่ดี (Optimism) และความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) และได้ถูกเรียกว่า Psychological Capital Questionnaire หรือ PCQ ซึ่งมีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 24 ข้อคำถาม โดยมีกาให้คะแนนประมาณค่า 6 ระดับ มีการสร้างคำถามที่มุ่งเน้นไปที่ช่วงระยะเวลาสั้นๆ และทำการพัฒนาคำถามให้เข้ากับบริบทของงานที่ทำ ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นการประเมินที่เรียกว่า การปรับตัวของการรู้คิด ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลเปลี่ยนกรอบความคิดจากสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ไปสู่วิถีทางบวก และยอมรับกับเหตุการณ์ทางลบที่เกิดขึ้น (Manne. 2003: 52) จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ในระดับสูง คือ ($\alpha = 0.88-0.89$)

ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้มาตรวัดตามทุนจิตวิทยาเชิงบวกตามแนวคิดของลูธานส์ และคณะ (Luthand; et al. 2007) ฉบับเต็มจำนวน 24 ข้อคำถาม (PCQ-24) เนื่องจากเป็นแบบวัดที่มีมาตรฐานและให้อำอิงในงานวิจัยหลายเรื่อง

5. องค์ประกอบของทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

ลูธานส์ โยเซฟ และอโวลิโอ (Luthan, Youssef; & Avolio. 2007) ได้สังเคราะห์แนวคิดเรื่องจิตวิทยาเชิงบวกมาใช้เป็นแนวทางในการปรับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรและได้แบ่งองค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ไว้ด้วยกัน 4 องค์ประกอบดังนี้

1) ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) ความเชื่อในความสามารถของตนเองที่จะปฏิบัติงาน เป็นการประเมินและประมวลข้อมูลในความสามารถของตน บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในสมรรถนะของตนสูง จะทำให้มีทางเลือกในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น และมีความมุ่งมั่นในการทำงานที่ท้าทาย มีแรงจูงใจและความพยายามในการทำงานให้สำเร็จมากกว่าคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำและมีความอดทนที่จะเผชิญต่ออุปสรรคและความล้มเหลว

2) ความหวัง (Hope) ความมุ่งมาดปรารถนาด้วยความคิดว่าจะบรรลุความสำเร็จ โดยปราศจากความรู้สึกที่สิ้นหวัง เป็นภาวะที่สะท้อนความพยายามของคนที่บรรลุเป้าหมายเป็นความเชื่อว่าแผนและแนวทางที่กำหนดมีไว้เพื่อบรรลุเป้าหมาย ความหวัง (Hope) มีลักษณะเป็นสองมิติ ประกอบด้วยพลังแห่งความปรารถนา (Will power) และพลังของแนวทาง (Way power)

3) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นการสร้างความเชื่อความสำเร็จจะเกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคต

4) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ (Resiliency) เป็นความสามารถในการปรับตัวและฟื้นคืนสู่สภาพเดิมภายหลังจากการเผชิญปัญหาความยากลำบาก ความขัดแย้ง ความล้มเหลว

จากองค์ประกอบทุนจิตวิทยาเชิงบวกทั้ง 5 องค์ประกอบนั้นคือ คุณลักษณะทุนเชิงบวกของบุคลากรในองค์การในความสามารถด้านการก้าวข้ามผ่านปัญหา การมีมุมมองด้านบวก การเห็นคุณค่าภายในตนเอง โดยใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐานแบ่งต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) เป็นฐาน อีกทั้งยังมีคุณลักษณะที่สามารถวัดได้ พัฒนา บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

ยูสเสฟ (Youssef, 2004: 45) ศึกษาบทบาทของความยืดหยุ่นตัวโดยใช้องค์ประกอบด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) ด้านความหวัง (Hope) และด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นตัวเชื่อมโยงในการส่งเสริมผลการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในงาน และความยึดมั่นผูกพันในงาน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบวิเคราะห์เส้นทางโดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาร 137 คน พนักงาน 411 คน ในองค์การต่างๆ ผลการศึกษาพบว่าสนับสนุนแบบจำลองที่กำหนดไว้ว่า มีความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหวัง (Hope) และความยืดหยุ่นตัวทั้งในกลุ่มผู้บริหาร และบุคลากรทำงาน และพบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในงาน ความสุขในการทำงาน และความยึดมั่นผูกพันในงาน

เครือวัลย์ บุญสะเดา ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรด้านการเข้ากับผู้อื่นได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับสิ่งใหม่ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริการโดยรวมของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ .001 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับรู้ความสามารถของตนเองในการติดต่อสื่อสารของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าพบว่า เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามีการรับรู้ความสามารถของตนเองเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารโดยรวมในระดับดีซึ่งเทคนิค หรือเนื้อหาที่ใช้ในการอบรมเจ้าหน้าที่คือให้เจ้าหน้าที่บริการสามารถให้บริการด้วยความมั่นใจ จึงทำให้พนักงานสามารถคอยชี้แนะ และให้ความกระจ่างในการบริการลูกค้าได้อย่างเสมอ

จากผลการวิจัยพบว่า ทั้งตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ความสามารถตนเองในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริการด้านความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่บริการ

เนื่องจากพฤติกรรมด้านความน่าเชื่อถือ คือความสามารถในการทำตามสัญญาที่ให้ไว้อย่างถูกต้อง สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า

ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ และการรับรู้ความสามารถของตนเองในการติดต่อสื่อสารด้านความสามารถในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า คือ มีความเต็มใจที่จะให้บริการ รวมทั้งการบริการอย่างสะดวกรวดเร็วด้วยความกระตือรือร้น และใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ความสามารถตนเองในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการด้านการให้ความมั่นใจกับลูกค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากพฤติกรรมบริการด้านการให้ความมั่นใจ คือความสามารถในการบริการ ทักษะและความรู้ในการบริการ รวมทั้งความสุภาพ ให้เกียรติ และคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่น

ซีลิกแมน (Seligman. 1991) ได้ทำการร่วมกับบริษัทประกันชีวิตเทโทรโพลีเลียน เป็นเวลานาน 5 ปี โดยทำการวิจัยกับพนักงานขายประกันชีวิตของบริษัทเมโทรโพลีเลียน จำนวน 200 คน พบว่าพนักงานขายที่มองโลกในแง่ดีจะประสบความสำเร็จในการติดต่อกับลูกค้า และมียอดขายประกันมากกว่าพนักงานที่มองโลกในแง่ร้าย โดยพนักงานขายที่มองโลกในแง่ดีระดับสูงจะขายประกันได้มากกว่าพนักงานที่มองโลกในแง่ร้ายถึง 88 เปอร์เซ็นต์

ซุเจน (Syjan. 1999) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองโลกในแง่ดี และความสามารถในการปรับตัวของบุคคล ลักษณะของการวิจัยเป็นการรวบรวมงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับการมองโลกในแง่ดีเพื่อที่จะพัฒนา และปรับปรุงความสามารถของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า การมองโลกในแง่ดีทำให้บุคคลเรียนรู้เป้าหมายต่างๆ ในชีวิตและพร้อมที่จะปรับตัวให้บริการลูกค้า ปรับตัวให้เข้ากับหัวหน้างาน และสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงาน

วรัญญา แดงสนธิ และ ดวงกมล ไตรวิจิตร (2557) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูโดยมีความยึดมั่นผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยทำการศึกษากับครูที่สอนระดับชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครจำนวน 534 คน จากผลการวิจัยพบว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในงาน และความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และอิทธิพลทางอ้อมในทิศทางบวกต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานผ่านความยึดมั่นผูกพันในงาน แสดงให้เห็นว่า หากครูมีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกสูงจะส่งผลทำให้ครูมีความยึดมั่นผูกพันในงาน และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูง

ซานโทเปาโล และคณะ (Xanthopoulou; Bakker; Demerouti; & Schaufeli. 2009) ได้อธิบายความเกี่ยวข้องของสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์เชิงบวกกับความผูกพันว่าพนักงานที่อยู่ในสภาวะที่

เกี่ยวข้องกับอารมณ์เชิงบวกอย่างเช่น ความผูกพันในงานนั้น มักจะเกิดการสร้างทุนเฉพาะส่วนบุคคล (เช่น ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และการมองในแง่ดี) และทุนทางด้านจิตสังคม พนักงานที่มีความผูกพันไม่ใช่แค่จะมีความรู้สึกที่ดีกับตัวเองเท่านั้น แต่พวกเขาจะขับเคลื่อนสิ่งที่ดีๆ ไปสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน เปิดรับข่าวสารข้อมูล และผลสะท้อนกลับจากงาน รวมถึงสร้างโอกาสในการทำงานอีกด้วย

ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พนักงานบริการโรงแรมที่มีทุนจิตวิทยาเชิงบวก จะสามารถแสดงให้เห็นถึงความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆ ที่ตนเองนั้นเผชิญอยู่ จนก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความทุ่มเทต่องานของตนเองจนก่อให้เกิดความผูกพันในงานได้ ซึ่งคุณภาพการบริการ (Service Quality) จะมีคุณภาพดีนั้น พนักงานบริการต้องมีคุณลักษณะเชิงบวกที่พึงจะมีในการบริการเพื่อเป็นการแสดงถึงความสามารถด้านการก้าวข้ามผ่านปัญหา การมีมุมมองด้านบวก และการเห็นคุณค่าภายในตนเองหากพนักงานมีคุณสมบัติดังกล่าวแล้วนั้น ย่อมไม่ทอดอภัยต่ออุปสรรคปัญหาต่างๆ ที่ต้องเผชิญเมื่อเจอกับปัญหา ระหว่างการปฏิบัติงานบริการโรงแรม และฝ่าฟันปัญหาจนพบกับความสำเร็จในหน้าที่การงานได้อย่างแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับ วิจิตร ศรีสุพรรณ (2551) ได้กล่าวไว้ว่า หากองค์กรมีนโยบายในการพัฒนาบุคลากรให้มีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) เป็นมิติใหม่ของการพัฒนาบุคลากรที่จะเป็นปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรในเชิงบวก ให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพของตนเอง มีความกระตือรือร้น รักและผูกพันต่อองค์กร

นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ลักษณะส่วนบุคคลอย่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรม ผู้วิจัยพบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีความสำคัญต่อการแสดงออกถึงผลการปฏิบัติงาน (Xanthopoulou; Bakker; Demerouti; & Schaufeli. 2009; Youssef. 2004; Seligman. 1991; Syjan. 1999; วิจิตร ศรีสุพรรณ. 2551; วรรณญา แดงสนิท; และ ดวงกมล ไตรวิจิตร. 2557) แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการแสดงออกถึงผลงานที่ดีได้นั้นอาจจะต้องอาศัยตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงานเข้ามามีส่วนรับรู้ของพนักงานบริการโรงแรมด้วย อย่างเช่น บรรยากาศองค์กร (Organization Climate) เพื่อเป็นการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กรที่สามารถส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรม (Litwin; & Stringer. 1968; Roderic Gray. 2007; Steers; & Porter. 1983; Brown; & Moberg. 1980)

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

1. ความหมายบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของบรรยากาศองค์การไว้มากมาย ผู้วิจัยจึงรวบรวมนิยามของบรรยากาศองค์การที่น่าสนใจ ดังนี้

ฮาลปีน และครอฟท์ (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2551: 104 อ้างอิงจาก Halpin; & Croff .1966;) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) หมายถึง สภาพแวดล้อมขององค์กร ซึ่งรับรู้โดยบุคลากรในองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อการ จูงใจ และการปฏิบัติงานในองค์กร

เดสเลอร์ (Dessler. 1976) ได้ให้ความหมายไว้ว่าบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) หมายถึง ความเข้าใจหรือการรับรู้ที่บุคคลที่ต่อประเภทขององค์กรที่เขากำลังทำงานอยู่ และ ความรู้สึกของเขาที่ต่อองค์กรในแง่ของความเป็นตัวของตัวเอง การเปิดโอกาส โครงสร้าง การให้ ผลตอบแทน ความเอาใจใส่ ความอบอุ่น และการให้การสนับสนุน

ลิทวิน และสติงเกอร์ (Litwin; & Stringer. 1968) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บรรยากาศ องค์การ (Organization Climate) คือ องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมและขององค์กร ซึ่งรับรู้โดย บุคคลที่ทำงานในองค์กรทั้งโดยตรงและทางอ้อม มีอิทธิพลจูงใจ และพฤติกรรมการทำงานในองค์กร

สติงเกอร์ (Stringer. 2002) ได้กล่าวว่าบรรยากาศองค์การหมายถึง การรับรู้ถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการปฏิบัติงานซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ค่านิยม ของคนในองค์กรที่แสดง ออกมาจากความรู้สึกหรือการรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยที่เราไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของบุคคลในองค์กร รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในองค์กร

โรเดरिक เกรย์ (Roderic Gray. 2007) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) หมายถึง การที่พนักงานมองว่าองค์การปฏิบัติต่อพนักงานหรือจัดการกับ พนักงานและสิ่งแวดล้อมต่างๆ อย่างไร วิธีการปฏิบัติและวิธีการจัดการนั้นส่วนใหญ่อยู่ภายใต้อิทธิพล ของผู้บริหาร

ไฮมาน สกอต และคอนเนอร์ (ศิริวรรณ กิติเวชกุล. 2539 อ้างอิงจาก Haiman, Scott; & Connor. 1985: 455.) ได้ให้ความเห็นว่า บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) คือ บรรยากาศที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร โดยเชื่อว่า สามารถสร้างสรรค์ขึ้น และ ปรับปรุงได้โดยหัวหน้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับความต้องการของคนในองค์กร และ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ต่างมีเนื้อหาที่มีแนวทางเดียวกัน คือ สภาพแวดล้อม ต่างๆ ภายในองค์กรที่พนักงานบริการสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ

และพฤติกรรมการทำงานของตนเอง อาทิเช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานบริการได้แสดงความคิดเห็น หรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน มีความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ องค์การ มีความชัดเจนในการให้รางวัล พนักงานบริการมีความรู้สึกได้ถึง การสนับสนุนจากภายในองค์การ รวมถึงมีการส่งเสริมให้โอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะของนโยบายมีมาตรฐานที่ชัดเจน

2. ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

การศึกษาเกี่ยวกับบรรยากาศ เริ่มเป็นรูปเป็นร่างในปี พ.ศ. 2473 โดย เลวิน (อ้างอิงใน ปิยะ ทรัพย์สมบูรณ์. 2545) ซึ่งเรียกชื่อว่า บรรยากาศทางจิตวิทยา (Psychological climate) ทั้งนี้เพื่อศึกษาและอธิบายถึงความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมของบุคคลกับแรงกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม เลวิน (Lewin) กล่าวว่า การที่จะอธิบายจิตวิทยาให้เจาะจงได้นั้น ต้องคำนึงถึง เป้าหมาย แรงกระตุ้น ความต้องการ ความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเหมือนกับลักษณะของบรรยากาศ ซึ่งต่อมา เลวิน (Lewin) ลิพพิทต์ (Lippitt) และ (White) พยายามศึกษาและทำให้บรรยากาศองค์การเป็นความจริงที่พิสูจน์ และทดลอง (Empirical reality) โดยการทดลองผลกระทบจากพฤติกรรมผู้นำ 3 แบบ ซึ่งก่อให้เกิดบรรยากาศองค์การต่างๆ ขึ้น ได้แก่ บาทบาทผู้นำ แบบเผด็จการ ประชาธิปไตย และตามสเปียมโนทัศน์ของ เลวิน (Lewin) เกี่ยวกับบรรยากาศองค์การเชื่อว่า บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) คือ องค์ประกอบสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างบุคคล (P) กับสิ่งแวดล้อม (E) เข้าด้วยกันโดยเสนอรูปแบบของความสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

$$B = f(P,E)$$

เมื่อ B คือ พฤติกรรมของบุคคล (Behavior)

F คือ ฟังก์ชัน (Function)

P คือ บุคคล (Person)

E คือ สิ่งแวดล้อม (Environment)

จากรูปความสัมพันธ์ของ เลวิน (Lewin) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมจะเกี่ยวข้องกับบุคคล และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการประเมินผลบรรยากาศองค์การจึงต้องวัดทั้งทางด้านลักษณะของบุคคล คือ ลักษณะบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2481 เมอเรีย (Murry) ศึกษาเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) และมีความเห็นสอดคล้องกับมโนทัศน์

ของเลวิน (Lewin) โดย เมอเรีย (Murry) กล่าวถึงพฤติกรรมว่าเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดของทฤษฎี เมอเรีย (Murry) นั้นถือว่าความกดดันทางสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรทางสถานการณ์ภายนอก ซึ่งคู่กับความต้องการทางบุคลิกภาพภายใน และพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นองค์ประกอบ ซึ่งเหมาะสมกันระหว่างความต้องการและความกดดัน ต่อมาอีก 1 ปี พ.ศ. 2482 บรันสวิก (Brunswik) ได้พยายามที่จะอธิบายมโนทัศน์พื้นฐานเรื่องบรรยากาศองค์การให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ด้วยการให้ความสนใจถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบรรยากาศ จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล (อ้างอิงจาก ปิยะ ทรัพย์สมบุญ. 2545)

จากความเป็นมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศองค์การเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญที่สามารถสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริการได้ ไม่ว่าจะองค์การนั้นจะเป็นองค์การประเภทใดก็ตาม ซึ่งผู้บริหารควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากพนักงานบริการที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้องค์การนั้น มีการดูแล ควบคุมตามแบบโครงสร้างขององค์การ กฎระเบียบต่างๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในองค์การทั้งที่สัมพันธ์ได้ดี หรือไม่สามารสัมพันธ์ได้ดี แต่พนักงานบริการสามารถรับรู้ได้ด้วยความรู้สึกรวมถึงผลกระทบต่อพนักงานบริการและองค์การ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ ผู้วิจัยขอเรียกว่าบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) ตัวแปรที่เป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึก ความเข้าใจ และการรับรู้ของพนักงานบริการภายในองค์การที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญอีกหนึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมการปฏิบัติงานภายในองค์การ

3. แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

บรรยากาศองค์การมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ในทุกระดับการปฏิบัติงานของพนักงานบริการโรงแรม เป็นตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างลักษณะที่มองเห็นได้ขององค์การเช่นโครงสร้างกฎเกณฑ์แบบความเป็นผู้นำและพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานเป็นต้นบรรยากาศองค์การจะเป็นความรู้สึกของการปฏิบัติงานต่อลักษณะที่มองเห็นได้ขององค์การจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรม ต่อทัศนคติของพนักงานบริการ (Litwin; & Stringer. 2002: 65; Steers; & Porter. 1983: 365) และเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของพนักงานบริการ ความสำเร็จขององค์การส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับบรรยากาศองค์การซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนการทำงานทำให้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารจึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) (วิภาวี มหารักษ์กะ. 2550: 29-30) นอกจากบรรยากาศองค์การจะมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของพนักงานบริการในองค์การแล้ว บราวน์ และโมเบอร์ก (Brown; & Moberg. 1980: 420) ให้ความเห็นว่าบรรยากาศองค์การยังมีส่วนในการวางรูปแบบความคาดหวังของพนักงานบริการโรงแรมต่อ

องค์ประกอบต่างๆ ขององค์การซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้มีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ และความพอใจที่จะอยู่ในองค์การ ดังนั้นหากต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาองค์การแล้วสิ่งที่จะต้องพิจารณาเปลี่ยนแปลงก่อนอื่นคือบรรยากาศขององค์การ เพราะบรรยากาศขององค์การได้รับการสั่งสมมาจากความเป็นมาของวัฒนธรรม รวมถึงกลยุทธ์ขององค์การตั้งแต่อดีต ตามแนวคิดของบราวน์ และไมเออร์ก็ สอดคล้องกับ สตริงเกอร์ (Stringer. 2002) ที่ให้ความสำคัญของบรรยากาศขององค์การว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการรับรู้ของพนักงานบริการในการกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดีต่อองค์การ บรรยากาศขององค์การมีความสัมพันธ์กับพนักงานบริการที่ทำงานอยู่ในองค์การ ซึ่งบรรยากาศที่ดีจะมีส่วนในการจูงใจให้พนักงานบริการเกิดพลังในการที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้ตามที่กำหนดไว้ และยังมี ความสำคัญต่อผู้บริหารในการพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาบรรยากาศภายในองค์การให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานบรรยากาศขององค์การยังมีส่วนสำคัญในการช่วยให้พนักงานบริการสามารถบริการอย่างมีคุณภาพ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสรุปได้ว่าบรรยากาศขององค์การจะมีความสำคัญด้านการบริหารจัดการทั้งต่อผู้บริหารและพนักงานบริการภายในองค์การเป็นอย่างมาก พร้อมทั้งยังมีผลต่อการจูงใจในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในงานที่ได้รับมอบหมายด้วย หากผู้บริหารมีการคำนึงถึงความสำคัญในเรื่องนี้แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการที่มีการปรับเปลี่ยนให้ทันยุคทันสมัยแบบผสมผสานกลมกลืนตลอดเวลาจะทำให้โรงแรมนั้นมีความยืดหยุ่นทำให้เกิดผลดีต่อพนักงานบริการ รวมถึงกับผู้บริหารที่ทำงานร่วมกัน โดยต่างฝ่ายต่างรู้ถึงความต้องการ และความพึงพอใจต่อกัน ทำให้อายุขัยขององค์การประสบความสำเร็จ

4. การวัดบรรยากาศขององค์การ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามแนวคิดของ ดูบริน (Dubrin. 1984) ซึ่งผู้วิจัยได้ดัดแปลงแบบสอบถามของ รัชชู เรืองโอชา (2554) ซึ่งได้แปลและพัฒนาแบบสอบถามวัดการรับรู้บรรยากาศขององค์การจากงานวิจัยของ มิคเคิลเซน และกรอนฮัง (Mikkelsen; & Gronhaug. 1999); กริฟฟิน (Griffin. 2006); มอยนิฮาน และแพนเดย์ (Moynihan; & Pandey. 2007); คิม และไรท์ (Kim; & Wright. 2007) ตามแนวคิดของดูบริน (Dubrin. 1984) ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

- 1) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement)
- 2) ด้านโครงสร้าง (Structure)
- 3) ด้านการให้รางวัล (Reward)
- 4) ด้านการสนับสนุน (Support)
- 5) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement)
- 6) ด้านการควบคุม (Control)

5. องค์ประกอบของบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

ดูบริน (Dubrin. 1984: 127-129; อ้างถึงใน สิมามา จันทรหอมกุล. 2552) ได้แบ่งองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การไว้ 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานบริการสามารถแสดงความคิดเห็น หรือใช้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน โอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

2) ด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึง ความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ และขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีการในการสื่อสารระหว่างพนักงานในองค์การ

3) ด้านการให้รางวัล (Reward) หมายถึง องค์การมีความชัดเจนและความเหมาะสมในการให้รางวัลผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทน และสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่บุคลากรรับรู้ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี

4) ด้านการสนับสนุน (Support) หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในองค์การการยอมรับ ให้ความร่วมมือ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน

5) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) หมายถึง การส่งเสริมให้พนักงานบริการมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การจัดให้มีการฝึกอบรม และพัฒนาความรู้ความสามารถ รวมทั้งการสนับสนุนให้บุคลากรใช้แนวคิด และวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน

6) ด้านการควบคุม (Control) หมายถึง ลักษณะของนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ที่องค์การกำหนดขึ้นเพื่อควบคุมพฤติกรรมของพนักงานบริการในองค์การให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตลอดจนมาตรฐานในการทำงานที่องค์การกำหนดขึ้นเพื่อให้บุคลากรมีการปรับปรุงและการพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้ได้ผลดี

จากองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การทั้ง 6 ด้านนั้น คือองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในองค์การที่บุคลากรในองค์การสามารถรับรู้ทั้งได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของตนเอง อาทิเช่น การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นหรือใช้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน มีความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ องค์การมีความชัดเจนในการให้รางวัล บุคลากรมีความรู้สึกได้ถึง การสนับสนุนจากภายในองค์การ รวมถึงมีการส่งเสริมให้โอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะของนโยบายมีมาตรฐานที่ชัดเจน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)

นิถิ บุญยฤทธิฐานนท์ (2547) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การและความผูกพันในงานของพนักงานประจำที่ปฏิบัติงานในบริษัทเอกชน ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จำนวน 401 คน พบว่าบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน (Work Engagement) อย่างมีนัยสำคัญ โดยองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การด้านเอกลักษณ์ขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงาน (Work Engagement) มากที่สุดได้ทำการศึกษาพบว่า เมื่อพนักงานมีการรับรู้บรรยากาศองค์การอยู่ในระดับที่ดีก็จะมี ความผูกพันในงาน (Work Engagement) สูงตามไปด้วยอาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานบริการโรงแรมมีการปฏิบัติอย่างเต็มศักยภาพของตนเอง เพราะพนักงานบริการทุกคนนั้นสามารถรับรู้บรรยากาศขององค์การได้อย่างแน่นอน ซึ่งถ้าหากบรรยากาศในองค์การตรงตามความต้องการของพนักงานบริการไม่ว่าจะสิ่งแวดล้อมขององค์การเอื้ออำนวยในการทำงานของพนักงานบริการแล้วนั้น และพนักงานคนๆ นั้นก็สามารถรับรู้ถึงบรรยากาศขององค์การได้เป็นไปในทางดีตรงกับลักษณะของตนเอง พนักงานคนนั้นก็จะมี การปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้ตรงตามเป้าหมายขององค์การที่ได้ตั้งไว้ วัลย์ลิกา สวัสดิ์ดิษฐ์ (2539) ได้กล่าวไว้ว่าสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงาน กล่าวคือ หากผู้ปฏิบัติงานพอใจในสภาพแวดล้อมของหน่วยงานที่ตนทำงานอยู่แล้ว เขาจะรู้สึกพอใจที่ทำงานนั้นอย่างเต็มความสามารถจนทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในที่สุด

จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศในองค์การเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์การได้ เพราะฉะนั้นผู้บริหารในองค์การควรมีการใส่ใจในบรรยากาศขององค์การด้วยเพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นตามความต้องการของบุคลากรในองค์การ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เฮลริเจล และสโลคัม (Hellriegel; & Slocum. 1974) ที่มีความเห็นว่า ผู้บริหารทุกคนควรให้ความสำคัญต่อบรรยากาศขององค์การ เพราะบรรยากาศองค์การจะช่วยให้นักบริหาร วางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น นอกจากนี้จะเป็นการเสนอหรือสนองบรรยากาศที่สร้างเสริมความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานแล้ว จะช่วยให้องค์การมี ประสิทธิภาพมากขึ้น แล้วจะบรรลุเป้าหมายขององค์การได้เร็วขึ้น

ในงานวิจัยในครั้งนี้ นอกจากผู้วิจัยจะสนใจศึกษาถึงตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลอย่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกและภายนอกคือบรรยากาศองค์การแล้ว ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงตัวแปรเพิ่มเติม โดยทำการศึกษาความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นตัวแปรส่งผ่าน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง และเป็นการช่วยในการทำความเข้าใจให้มีมากยิ่งขึ้น เมื่อ

พนักงานที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) แล้วนั้น สามารถแสดงถึงความตั้งใจ กระตือรือร้นในการทำงาน และมีความทุ่มเทเพื่อองค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถ (Schaufeli; & Bakker. 2010; Schaufeli; & Salanova. 2007; Xanthopoulou. 2009; จันทนา ลีรุ่งเรืองพร. 2552)

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในงาน (Work Engagement)

1. ความหมายความผูกพันในงาน (Work Engagement)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความผูกพันในงาน (Work Engagement) ไว้มากมาย ผู้วิจัยจึงรวบรวมนิยามของความผูกพันในงาน (Work Engagement) ที่น่าสนใจ ดังนี้

ฮาร์เตอร์ ชมิทซ์ และฮาเยส (Harter, Schmidt; & Hayes. 2002) ให้ความหมาย ความผูกพันในงานว่า คือ ความยึดมั่นผูกพัน และความพึงพอใจของแต่ละบุคคล และความ กระตือรือร้นในการทำงาน

Development Dimensions International (DDI) (Schaufeli; & Bakker. 2010) อธิบายว่า ความผูกพันในงาน คือการที่พนักงานมีความคิด และความเชื่อในค่านิยม และเป้าหมาย ขององค์กร มีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับองค์กร และยินดีที่จะกระทำการที่อยู่นอกเหนือจากหน้าที่เพื่อ องค์กร และปรารถนาจะอยู่กับองค์กร

เมซี และชไนเดอร์ (Macey; & Schneider. 2008) ให้ความหมายว่า ความผูกพันในงาน จะเกิดขึ้นเมื่อพนักงานมีความรู้สึกถึงอารมณ์ทางบวกที่มีต่องานของพวกเขา รู้สึกว่างานของพวกเขา มีความหมายต่อตนเอง ทั้งยังรู้สึกว่าสามารถบริหารจัดการงานที่อยู่ในความรับผิดชอบมากมายได้ และ มีความหวัง (Hope) เกี่ยวกับงานของตนเองในอนาคต

ชูเฟลิ และซาลานอวา (Schaufeli; & Salanova. 2007) กล่าวว่า ความผูกพันในงาน สามารถอธิบายได้โดยลักษณะของการมีพลังงานในระดับสูง มีความขยันขันแข็ง มีความทุ่มเทในการ ทำงาน มีความกระตือรือร้นขณะทำงาน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน หรือมีความ หมกมุ่นในกิจกรรมการทำงาน

ชูเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker. 2004) ให้ความหมายว่าเป็นสภาวะทาง จิตใจในเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับงาน ความผูกพันในงานไม่ใช่สภาวะที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวแล้ว หายไปหรือเกิดกับเหตุเฉพาะเจาะจงใดๆ แต่ความผูกพันในงานเป็นสภาวะที่มีความคงทน และเกี่ยวข้องกับ ความรู้สึก และการคิดที่มีต่อสิ่งของ เหตุการณ์ ผู้คน หรือพฤติกรรมโดยทั่วไป

จากความหมาย และคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ต่างมีเนื้อหาที่มีแนวทางเดียวกัน คือ การที่บุคลากรมีความผูกพัน และยึดมั่นในการทำงาน และทุ่มเทกำลังของตนเองเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ ตามจุดประสงค์ขององค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเอง

2. ความเป็นมาและความสำคัญของความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ความผูกพันในงานเป็นแนวความคิดทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) โดย Kahn (1990: 694) ผู้ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาบุคคลแรกที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในงาน โดยระบุว่า พนักงานที่มีความผูกพันในงานจะปฏิบัติตามบทบาทที่ตนได้รับอย่างเต็มที่ทั้งทางด้านร่างกาย การรู้คิด และอารมณ์ ซึ่งมองคุณสมบัติทางด้านดีของมนุษย์ โดยเป็นการมองที่จุดเด่น ความเข้มแข็ง และความสำเร็จของมนุษย์ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่ได้รับคามนิยมในการศึกษายุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก และแพร่หลาย ซึ่งความผูกพันในงานเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างนายจ้าง และ ลูกจ้าง กล่าวคือ ถ้าพนักงานเกิดความผูกพันในงานแสดงว่าพนักงานย่อมได้รับการดูแลที่ดีจากองค์กร มีความสุขในการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการดำเนินการขององค์กรด้วย (Bakker, Demerouti; & Verbeke. 2004: 83-104; Salanova, Agut; & Perio. 2005: 1217-1227)

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความผูกพันในงาน (Work engagement) มีการศึกษามาเมื่อไม่นานมานี้ แต่ทว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในองค์กรต่างๆ ซึ่งความผูกพันในงานของพนักงานบริการโรงแรม เป็นการมุ่งเน้นให้พนักงานโรงแรมในองค์กรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง มีความรู้สึกผูกพันในงาน มีสภาวะความรู้สึกทางบวกที่เกี่ยวข้องกับงาน มีความสุขในการทำงาน ซึ่งจะเป็นผลให้มีอัตราการขาดงาน และอัตราการลาออกที่ลดลง และปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งตรงตามแนวคิดของ ชูเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker) ที่อธิบายว่าความผูกพันในงานเป็นสภาวะทางจิตใจที่มีต่องาน ซึ่งสภาวะนั้นเกิดจากการรู้สึก และการคิด ในเชิงบวกที่มีต่องาน และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษาความผูกพันในงานตามแนวคิดของ ชูเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker)

3. แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในงาน

นักจิตวิทยาจำนวนมากทำการศึกษาเกี่ยวกับความผูกพัน ซึ่งจำกัดความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นสภาวะทางจิตใจเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่การงาน โดย คานห์ (Kahn. 1990) เป็นบุคคลแรกที่ริเริ่มแนวคิดความผูกพันในงาน (Work Engagement) โดยชี้ให้เห็นว่า พนักงานที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) จะมีการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มที่ทั้งทางด้านร่างกาย การรู้คิด และอารมณ์ ซึ่งต่อมานักวิชาการหลายท่านอย่าง มาสลาซ ชอยฟีลิ และคณะ (Schaufeli; et al. 2002) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นสภาวะทางจิตเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับงาน นอกจากนี้ ชูเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker. 2004: 295) ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) ว่าเป็นสภาวะทางจิตใจด้านอารมณ์ และความคิดในเชิงบวกที่มีต่องาน ซึ่งมีความคงทน ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดย

ไม่ให้เกิดขึ้นเฉพาะกับวัตถุ สถานการณ์ตัวบุคคลหรือพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง บุคคลที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) จะเป็นคนที่มีความขยันขันแข็งในการทำงาน มีความพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (Vigor) มีความทุ่มเทในการทำงาน กระตือรือร้นเสมอ โดยมองว่างานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและท้าทาย มีความภาคภูมิใจและมีแรงบันดาลใจในการทำงาน (Dedication) จิตใจจดจ่ออยู่กับการทำงาน จนรู้สึกที่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว และไม่สามารถแยกตนเองออกจากงานได้ (Absorption)

กล่าวสรุปได้ว่า พนักงานบริการที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) จะเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน ทุ่มเทร่างกายแรงใจอย่างเต็มกำลัง และรู้สึกถึงการซึมซับในงาน จนก่อให้เกิดความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของตนเอง คือเป็นบุคคลที่มีสภาวะจิตใจเชิงบวกในการทำงาน หรือมีความรู้สึกที่สนุกในการปฏิบัติงาน

4. การวัดความผูกพันในงาน

ชอเฟลลิ และคณะ (Schaufeli; et al. 2002) ได้มีการปรับปรุงแบบวัดความผูกพันในงานฉบับเต็มที่มีชื่อ Utrecht Work Engagement Scale: UWES เป็นแบบวัดมาตราประเมินค่าจำนวนประกอบด้วย 7 ระดับคือ ไม่เคยเลย จนถึง ตลอดเวลา ซึ่งแบบวัดดังกล่าวนี้ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความกระตือรือร้น มีจำนวน 6 ข้อ (2) การอุทิศตน (Dedication) จำนวน 5 ข้อ และ (3) การซึมซับในงาน จำนวน 6 ข้อ ซึ่งแบบวัดฉบับนี้ได้มีการตรวจสอบคุณสมบัติทางการวัดในหลายๆ ประเทศ ทั้งในเอเชีย แอฟริกาใต้ หรือยุโรป จากผลการวิเคราะห์พบว่าแบบวัดทั้ง 3 ด้านนั้นมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี ซึ่งต่อมาในปี 2006 ชอเฟลลิ เบคเกอร์ และสาลาโนวา (Schaufeli; Bakker; & Salanova. 2006) ได้มีการพัฒนาให้เป็นแบบฉบับที่สั้น ในแต่ละองค์ประกอบจะมี 3 ข้อคำถาม รวมเป็นทั้งหมด 9 ข้อคำถาม ซึ่งจากการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น พบว่าแบบวัดฉบับสั้นนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นแบบวัด UWES ก็มีข้อเสียอยู่ที่คุณสมบัติทางการวัดในข้อคำถามต่างๆ เป็นคำถามที่ไปในทิศทางบวกทั้งหมด ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นข้อด้อยในการวัด

จากการศึกษาเครื่องมือวัดความผูกพันในงานนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิด องค์ประกอบและเครื่องมือวัดความผูกพันต่องานของ Utrecht Work Engagement Scale: UWES ของชอเฟลลิ และคณะ (Schaufeli; et al. 2002) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากนักวิจัยจำนวนมากและได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวัดความผูกพันของพนักงานในบริษัทที่หลากหลาย ซึ่งมีผลการศึกษาสอดคล้องกันที่ว่าเครื่องมือดังกล่าวซึ่งมีองค์ประกอบในการวัดความผูกพันของพนักงาน 3 องค์ประกอบได้แก่

- 1) ความเข้มแข็งระดับกระฉ่งในการทำงาน (vigor)
- 2) การอุทิศตนในการทำงาน (dedication)

3) การซึมซับกับการทำงาน (absorption)

มีข้อคำถามที่ใช้ในการวัดจำนวน 17 ข้อคำถาม เป็นโครงสร้าง (Structure) ขององค์ประกอบในการวัดความผูกพันของพนักงานที่มีความเชื่อถือได้ (Storm; & Rothmann. 2003; Seppala; et al. 2009; Mills; et al. 2011; อ้างอิงจาก วัชร เวชประสิทธิ์. 2557)

5. องค์ประกอบของความผูกพันในงาน (Work engagement)

ชอเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker. 2004) ได้อธิบายว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นโครงสร้าง (Structure) ของความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกโดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่

1) ความเข้มแข็งระดับกระแ่งในการทำงาน (vigor) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกถึงพลัง ความพยายาม ความมุ่งมั่น และแรงจูงใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน

2) การอุทิศตนในการทำงาน (dedication) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการทำงาน ความกระตือรือร้น และความรู้สึกภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน

3) การซึมซับกับงาน (absorption) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความหมกมุ่นหรือฝึกใฝ่อยู่กับการทำงานของบุคคลจนทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว

จากองค์ประกอบความผูกพันในงาน (Work Engagement) ทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริการเป็นกระบวนการของความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเข้มแข็งระดับกระแ่งในการทำงาน (Vigor) ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพลังในการปฏิบัติงาน จนก่อให้เกิดการอุทิศตนในการทำงานเพื่อเป็นการมุ่งเน้นไปที่การทำงานของตนเองเพื่อองค์กร และนำไปสู่การแสดงออกที่สนุกสนานในการทำงานของพนักงานบริการ จนอาจทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว หรือที่เรียกได้ว่าการซึมซับกับงาน (Absorption)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันในงาน (Work engagement)

ซานโทเปาโล และคณะ (Xanthopoulou; et al. 2009: 183-200) ศึกษาผลการปฏิบัติงานต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) มักจะมีอารมณ์เชิงบวก ได้แก่ ความสุข ความสนุกสนาน ความสนใจ และมีความกระตือรือร้น (Schaufeli; & Van Rhenen. 2006: 244-323) โดยอารมณ์เชิงบวกเหล่านี้ทำให้ช่วงเวลาทั้งหมดในการคิด และทำงานในช่วงหนึ่งของคนๆ นั้นกว้างมากขึ้น และสร้างปัจจัยเอื้อต่อการทำงานส่วนตัว ได้ โดยมีความตั้งใจตลอดลำดับความคิด และการทำงานในช่วงเวลาที่กว้างขึ้น และอารมณ์ด้านบวกไม่เพียงทำให้คนรู้สึกดีในช่วงหนึ่งเท่านั้น แต่ยังรู้สึกดีต่อเนื่องไปในอนาคตอีกด้วย (Fredrickson; & Joiner. 2002: 172-175)

จันทนา ลีรุ่งเรืองพร (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริษัท มิตรชยุ โย เอสเคไอร์แลนด์ ประเทศไทย จำกัด แผนกโลจิสติกส์ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ประเด็นระดับความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานพบว่าความผูกพันโดยภาพรวม ความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงาน เพื่อประโยชน์ขององค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่เมื่อศึกษาในรายละเอียดพบว่าความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กรแตกต่างกันไปตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน และการตัดสินใจแก้ปัญหา ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กรแตกต่างกันไปตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน และจำนวนวันลาภิก

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) นั้นเป็นการแสดงพฤติกรรมถึงความทุ่มเท เต็มใจ ในการทำงานตรงตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ มาทิส และเจ็คสัน (Mathis; & Jackson. 2003) ที่อธิบายว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) ว่าเป็นระดับความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมายขององค์กรของพนักงาน และความเต็มใจที่จะทำงานให้กับองค์กร โดยถ้าพนักงานบริการโรงแรมที่มีการแสดงออกถึงความทุ่มเทในการทำงานของตนเองออกมาเต็มที่ตรงตามเป้าหมายขององค์กรแล้วนั้น ย่อมแสดงให้เห็นถึงความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกซึ่งเป็นตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และบรรยากาศขององค์กรเป็นตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตามแนวคิดด้านพฤติกรรมการทำงานของ อัลบานีส (Albanese. 1981) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการแสดงออกในการทำงานนั้นต้องอาศัย 2 องค์ประกอบ คือ ลักษณะส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงาน อีกทั้งยังทำการศึกษาความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นตัวแปรส่งผ่านในงานวิจัยครั้งนี้อีกด้วย เพื่อเป็นการหาอิทธิพลต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานบริการโรงแรมให้มีบริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กร หรือโรงแรมที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่นั้นเอง อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองของความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างเต็มที่ ตามความคาดหวัง (Parasuraman; Zeithamal; & Berry. 1988; Kotler. 2003)

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

1. ความหมายคุณภาพการบริการ (Service Quality)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของบรรยากาศองค์การไว้มากมายผู้วิจัยจึงรวบรวมนิยามของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่น่าสนใจดังนี้

พาราสุรามาน ไชแธมอล และแบรี่ (Parasuraman Zeithamal; & Berry 1998) ได้ให้ความหมายคุณภาพการบริการไว้ว่า เป็นข้อวินิจฉัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการโดยขึ้นอยู่กับเหตุผลคุณลักษณะในการประเมิน ความเชื่อมั่น และทัศนคติของผู้ประเมิน

เม็คโคล และเคนเนดี McColl & Kennedy (McColl; & Kennedy. 2003) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพการบริการนั้นหมายถึง การตัดสินใจของผู้รับบริการจากการรับรู้ในบริการเป็นผลของกระบวนการประเมินของผู้รับบริการซึ่งจะเปรียบเทียบการรับรู้ในบริการนั้นกับที่คาดหวังไว้

อินเซล วอลคเกอร์ และสแตนตัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 อ้างอิงจาก Etzel, Walker; & Stanton) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวังซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินใจคุณภาพการให้บริการ

สุจนา เจริญพันธ์ (2553) ได้กล่าวว่าคุณภาพการบริการหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

พิรุณ รัตนวนิช และ สุวดี ชูสุวรรณ (2544) ให้ความหมายคุณภาพการบริการคือ คุณสมบัติโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งแสดงถึงความสามารถผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการที่ชัดเจน และแฝงเร้นบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และยินดีจ่ายเงินในราคาที่เสนอ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) อธิบายคุณภาพการบริการคือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า หรือระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

เลตินเนน Lehtinen (มณีรัตน์ แต่งอ่อน. 2551: 28; อ้างอิงจาก Lehtinen. 1983: 21) ได้อธิบายว่า การบริการคือกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ ซึ่งทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

จากนิยามและความหมายข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ปรากฏขึ้น จนเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการที่พนักงานบริการมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจกับผู้รับบริการ คือการที่พนักงานมีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า พร้อมทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที

เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยมีการดูแลความเอาใจใส่ผู้รับบริการที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน

2. ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดย โครนิน และเทลเลอร์ (Cronin; & Taylor. 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่านความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเบิลสกี รัสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust; & Zahorik. 1993; อังอิงในบทความของ ชัชวาล ทัดศิวิธ. 2011) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของกระบวนการบริการ และองค์การที่ให้บริการที่สามารถตอบสนอง หรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือ บิทเนอร์ (Bitner. 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่าคุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยพบว่านักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าและแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สองวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยพาราสุรามาน และคณะ (ชัชวาล ทัดศิวิธ. 2011)

3. แนวคิดคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพบริการตามแนวคิดของ พาราสุรามาน (Parasuraman; et al. 1985) เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman; et al. 1985) ซึ่งสอดคล้องกับนักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการ (Service Quality) ให้เท่ากับ หรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ได้รับกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่

คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก (Kotler. 2003: 455)

แนวความคิดของ พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman; Zeithaml; & Berry. 1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่ง ก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ ลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสำคัญ 10 ประการดังต่อไปนี้ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2547: 183-186)

- 1) ความไว้วางใจ (Reliability) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญา กับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง โดยที่มีต้องมีผู้ช่วยเหลือ
- 2) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ
- 3) การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า
- 4) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ
- 5) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ปราศจากอันตรายความเสี่ยงและความลึกลับสงสัย
- 6) ความสะดวก (Access) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย
- 7) การสื่อสาร (Communication) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้
- 8) ความเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) พยายามที่จะหาความรู้จัก และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า
- 9) ความสามารถ (Competence) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ในการให้บริการลูกค้า
- 10) ความสุภาพและความเป็นมิตร (Courtesy) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า

ในการวิจัยครั้งต่อมาคณะผู้วิจัยทั้ง 3 คนดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมิน

คุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมด รวม 5 ประการ (Parasuraman; Zeithaml; & Berry. 1990; อ้างอิงจาก ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2547: 183-186) ดังต่อไปนี้

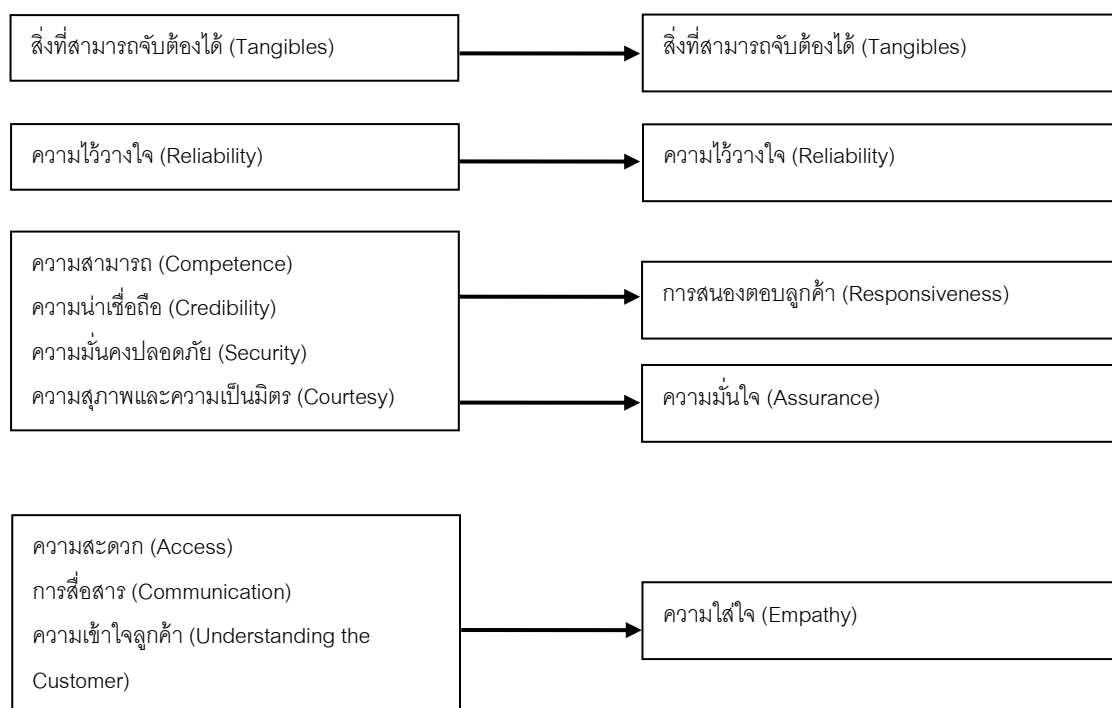
1) ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ (Accurate Performance) การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และบริการที่ให้ทุกครั้ง มีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (Dependable)

2) ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)

3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ

4) ความใส่ใจ (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ (Good Communication) ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5) การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)



ภาพประกอบ 3 แสดงการปรับเปลี่ยนตัวแบบคุณภาพการให้บริการของ พาราสุรามาน, ซีแธมล์ และ เบอริ (Parasuraman; Zeithaml; & Berry. 1990)

ที่มา: Hans Kasper. (1999); cited in Khantanapa. (2000). p. 22; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัตศิริช. (ออนไลน์).

จากแนวคิดที่ผู้วิจัยกล่าวมานั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการเกิดจากการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการแล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ที่สำคัญ ดังนี้ ด้านความเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำงานของพนักงานบริการทุกสาขาเป็นอย่างมาก เช่น พนักงานธนาคาร พนักงานโรงแรมหรือพนักงานต้อนรับที่จะต้องมีการคอยอำนวยความสะดวกแก่แขกทุกประเภท

4. การวัดคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL จากเดิมที่มี 97 ข้อคำถาม ซึ่งสร้างจากเกณฑ์การวัดคุณภาพเดิมที่มีอยู่ด้วยกัน 10 ด้าน แล้วนำมาจับคู่ข้อคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นการวัดความคาดหวังในงานบริการที่

นำมาใช้ตรวจสอบ และส่วนที่ 2 คือการวัดการรับรู้ในงานบริการ ซึ่งนำมาใช้ในการประเมินคุณภาพบริการของแต่ละคำถามมีการประมาณวัดค่าที่ 7 ค่า เริ่มตั้งแต่ไม่น้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด จากทั้งหมด 97 ข้อคำถามถูกนำมาปรับปรุงให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์ที่ละขั้นตอน และกำจัดข้อคำถามที่ไม่มีอำนาจจำแนกออก และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จากผู้รับบริการ 200 คน ซึ่งพบว่าข้อคำถามที่ไม่มีอำนาจจำแนกออกไปได้ถึง 2 ใน 3 ส่วน โครงสร้างของเครื่องมือ SERVQUAL ที่ได้รับการพัฒนาใหม่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างเกณฑ์วัดคุณภาพบริการแบบเดิม 10 ด้าน (Original Ten Dimensions) และเกณฑ์วัดคุณภาพบริการแบบใหม่ 5 ด้าน (SERVQUAL's Dimensions) ที่มีความสัมพันธ์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยเกณฑ์วัดคุณภาพบริการเดิม 7 ด้านสุดท้ายจะอยู่ในขอบเขตคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านความเข้าใจ ส่วนเกณฑ์วัดคุณภาพบริการเดิม 3 ด้านแรก ได้แก่ เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ความเชื่อถือ และการตอบสนองที่รวดเร็วและทันท่วงที ยังคงเดิม

ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการบริการ เป็นการพัฒนา และปรับปรุงขึ้นมาใหม่ โดย Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) มีการนำเกณฑ์วัดคุณภาพบริการจากเดิม 10 ด้าน ลดลงเหลือเพียง 5 ด้าน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการนำแนวคิดการประเมินคุณภาพการบริการ (Service Quality) ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ทั้ง 5 ด้าน (SERVQUAL's Dimensions) มาใช้ในการศึกษาวิจัยเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

5. องค์ประกอบของคุณภาพการบริการ (Service Quality)

พาราสุรามาน เซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman; Zeithaml; & Berry. 1988: 12-40) ได้มีการพัฒนาปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) ให้เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการอยู่ด้วยกันทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1) ความไว้วางใจ (Reliability) ความสามารถในการดำเนินการตามสัญญาที่ได้แจ้งไว้ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และให้บริการด้วยความถูกต้องเที่ยงตรงเช่น พนักงานเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการดึงดูดใจ มีคุณภาพ ให้บริการโดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้ง พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างเต็มที่ ให้บริการถูกต้อง ครบถ้วน ไม่มีข้อผิดพลาด เป็นต้น

2) ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสุภาพ และมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ มีความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเชื่อมั่นในการใช้บริการพนักงานพร้อมแก้ไขปัญหาของลูกค้าเสมอ สามารถไว้วางใจให้แก่ปัญหาของลูกค้าได้ เป็นต้น

3) เป็นสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) การบริการที่ให้แก่ผู้รับบริการต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพว่าผู้รับบริการสามารถคาดคะเนคุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการที่จับใจแก่ลูกค้า ให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ให้บริการด้วยความห่วงใย และ ให้บริการได้ภายในเวลาที่กำหนด เป็นต้น

4) ความใส่ใจ (Empathy) ผู้ให้บริการให้การดูแลเอาใจใส่และสนใจผู้รับบริการตามลักษณะของแต่ละบุคคลเช่น พนักงานให้บริการด้วยความเรียบร้อยอย่างเป็นมืออาชีพ ให้บริการด้วยความถูกต้องและรักษาความลับของลูกค้า เป็นต้น

5) การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) ความพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ และสามารถตอบสนองของความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว เช่น พนักงานให้บริการได้ตามที่ตกลงสัญญา พนักงานสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าเมื่อให้บริการ เป็นต้น

จากองค์ประกอบคุณภาพการบริการ (Service Quality) ทั้ง 5 องค์ประกอบนั้นหมายถึงพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรมตามการรับรู้ของพนักงานบริการ โดยประเมินพฤติกรรม 5 ด้าน คือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ปรากฏขึ้น จนเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้เป็นอย่างดีและเป็นรูปธรรม และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจกับผู้รับบริการ พร้อมทั้งเป็นการตอบสนองของความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยมีการดูแลความเอาใจใส่ผู้รับบริการที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

กิ่งกมล กุลชาติ ทำการศึกษาคุณภาพการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก ในปัจจัย 5 ปัจจัย คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านความเชื่อถือได้ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการทันที และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการของโรงแรมที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง กับระดับความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรม ที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง ผลการวิจัย พบว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อการบริการของโรงแรมในระดับมากที่สุด คือ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ในระดับมาก คือ ด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการทันทีและด้านการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงแรมในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือได้ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการทันที และการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และในระดับมาก คือด้านการสร้างความมั่นใจและด้านสิ่งที่สัมผัสได้

Sung-sook Kang และคณะ(อ้างอิงจาก ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้บริการ:กรณีศึกษาโรงแรมและเรียวกัง (โรงแรมแบบดั้งเดิม) ในญี่ปุ่น พบว่าคุณภาพการ

บริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีอิทธิพลมาจากประเภทของที่พัก และปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้บริการมากที่สุดมี 4 ด้านได้แก่ (1) ด้านกายภาพ (2) ผลของการติดต่อและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น (3) ผลของการบริการที่ได้รับจริงจากพนักงาน และ (4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้สามารถอธิบายความพึงพอใจได้ถึง 87 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าในการศึกษานี้ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้วนเป็นปัจจัยในมิติของผลที่ตามมาจากการได้รับบริการ

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสารงานวิจัยต่างๆ แล้วนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ดีนั้น จะต้องเริ่มจากที่ตัวบุคลากรในองค์การที่จะต้องใส่ใจรักบริการ ชยัน และมีการเอาใจใส่ในงานบริการของตนเองให้เต็มศักยภาพของตนเองให้ดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการ และรับมือข้อร้องเรียนของลูกค้าได้

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในของพนักงานบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีการอาศัยแนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงานของอัลบาเนส (Albanese, 1981) โดยมุ่งเน้นที่ความรู้สึกรับรู้ถึงตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลและภายนอก เพื่อการแสดงออกในการบริการอย่างมีคุณภาพ ซึ่งมุ่งเน้นที่พนักงานบริการในโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีโรงแรมเป็นสถานที่บริการที่พักอาศัยชั่วคราว และรวมไปถึงบริการเสริมต่างๆ ที่โรงแรมได้มีไว้เพื่อบริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการในโรงแรม

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรม

1. ความหมายของโรงแรม

โรงแรม ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 หมายความว่า สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่อยู่ หรือที่พักชั่วคราว ตามมาตรา 25 เคหะสถานใดใช้เป็นที่พัก กล่าวคือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปหาที่พักอาศัยอยู่ชั่วคราวระยะเวลานานอย่างน้อยหนึ่งเดือน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้ขายอาหาร หรือเครื่องดื่มใดๆ แก่แขกผู้เข้าพักเป็นปกติธุระ หรือแก่ประชาชนไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้ (พระราชบัญญัติโรงแรม พุทธศักราช 2478)

ดังนั้นโรงแรม คือ สถานที่ประกอบการเชิงการค้า ที่มีการก่อตั้งขึ้นจากนักธุรกิจ เพื่อให้บริการแก่นักเดินทาง และนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพักอาศัย อาหาร และสิ่งบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า แขก (Guest) (ค้นจากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2558)

2. ประเภทของโรงแรม

โรงแรมเป็นสถานที่พักที่จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักรั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน โดยสามารถจำแนกเป็นประเภทโรงแรมได้ทั้งหมด 7 ประเภทดังนี้ (กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม. 2551)

1) โรงแรมธุรกิจ คือ โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่กลางใจเมือง ในเขตธุรกิจ มีจุดประสงค์ให้บริการนักธุรกิจเป็นหลัก และนอกจากนั้นมักจะนิยมใช้เป็นที่จัดงานประชุม หรือ งานเลี้ยง จะมีการบริการที่หรูหรา แต่ช่วงเวลาที่แขกจะเข้าพักมักจะสั้นๆ

2) โรงแรมท่าอากาศยาน คือ โรงแรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้ๆ กับสนามบิน แขกที่เข้าพักจะเป็นพวกนักทัศนาจรที่มารอต่อเครื่องบิน การเข้าพักมักจะเป็นช่วงสั้นๆ ไม่ค้างคืนเกิน 1 วัน หรือในบางกรณีก็จะเป็นนักธุรกิจที่มาเข้าพักแบบโรงแรมธุรกิจก็เป็นได้

3) โรงแรมพักอาศัย คือ โรงแรมประเภทนี้มักจะเป็นโรงแรมที่เปิดให้เข้าพักเป็นระยะเวลานานๆ 1 เดือนขึ้นไป มีลักษณะคล้ายคอนโดมิเนียมที่มีบริการแบบโรงแรม เพียงแต่ความหรูหราอาจไม่เทียบเท่า

4) โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (รีสอร์ท) คือ โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ต่างจังหวัด ในภูมิประเทศที่ดี ห้องพักมักจะแยกเป็นส่วนๆ เป็นบ้านหรือหลังคาเรือนแยกต่างหาก ในโรงแรมจะมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น การปั่นจักรยาน เล่นกอล์ฟ ซ้อมม้า เดินป่า สปา เพราะจุดประสงค์ของแขกที่เข้าพักโรงแรมประเภทนี้คือการพักผ่อนเป็นหลัก ระยะเวลาเข้าพักจึงมีระยะเวลาในช่วง 5-7 วัน การบริการจะเป็นแบบสบายๆ เป็นกันเอง

5) โรงแรมคาสิโน คือ โรงแรมประเภทนี้จะมีบริการที่หลูหลวมมาก ห้องพักรวมๆ มีราคาแพง แขกที่เข้าพักจะเข้ามาเล่นการพนันเป็นส่วนใหญ่ โรงแรมประเภทนี้จะดึงดูดลูกค้าด้วยการพนัน ความบันเทิง โรงแรมชนิดนี้ไม่มีในประเทศไทยเนื่องด้วยกฎหมายการพนันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่แม่แบบที่ชัดเจน คือ ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา

6) โรงแรมประเภทที่พักและอาหาร (เกสต์เฮาส์) คือ โรงแรมชนิดนี้จะเป็นโรงแรมที่มีเพียงห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น ไม่มีการบริการอะไรมากนัก เหมาะกับนักเดินทางที่มีงบที่จำกัด ราคาห้องพักย่อมเยา แขกส่วนหนึ่งก็ชอบเพราะมีความเป็นกันเองดี

7) โรงแรมบังกะโล คือ โรงแรมชนิดนี้จะมีเพียงที่พักให้เช่าในราคาประหยัดมาก แต่ไม่มีอาหารบริการให้ นักท่องเที่ยวต้องเตรียมมาเอง ในบางโรงแรมประเภทนี้จะมีพื้นที่เตรียมให้ทำอาหารไว้ให้

จากความหมายเกี่ยวกับโรงแรมข้างต้นนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า โรงแรมนับว่าเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีการดำเนินการโดยนักธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไรในด้านบริการด้านที่พักอาศัย

และการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้เดินทาง และนักท่องเที่ยวในระยะเวลาชั่วคราว และในปัจจุบันนั้นโรงแรมยังมีการดำเนินการให้บริการด้านอื่นๆ อีกมากมาย เช่น การบริการนำเที่ยว บริการด้านกีฬา บริการด้านสปา บริการด้านการจัดงานแสดง งานพิธี เป็นต้น

3. โรงแรมในจังหวัดราชบุรี

ปัจจุบันจังหวัดราชบุรี ได้มีการพัฒนา ปรับปรุงผังเมืองใหม่ ทำให้มีการขยายความเจริญของเมืองมากขึ้นตามไปด้วย ทำให้มีผู้คนเข้ามาประกอบธุรกิจ และมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น ทำให้มีการเกิดธุรกิจโรงแรมเพื่อมารองรับกับความต้องการของจำนวนคนที่มากขึ้นด้วย จึงทำให้มีผู้ประกอบการโรงแรมมาขออนุญาตดำเนินการตั้งโรงแรมจำนวนหลายราย จังหวัดราชบุรีจึงมีโรงแรมขนาดกลางและขนาด โดยมีราคาห้องพักเริ่มตั้งแต่หลักร้อยไปจนถึงหลายพันบาท ขึ้นอยู่กับประเภทของห้องพักและที่ตั้ง ซึ่งในจังหวัดราชบุรีมีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 10 อำเภอ (สำนักบริการการทะเบียนกรมการปกครอง) โดยทั้ง 10 อำเภอนี้มีจำนวนสถานที่พักอาศัยชั่วคราวเป็นจำนวนมาก และหลากหลายซึ่งถ้าหากมีการนับจำนวนสถานที่พักอาศัยชั่วคราว อย่างเช่น โรงแรม รีสอร์ทและสปา พื้นที่ทางเดินที่และแค้มป์ปิ้ง กระโจมและบังกะโล หรือโฮมสเตย์ในจังหวัดราชบุรีนั้นอาจจะนับไม่ได้ครบถ้วนทีเดียว เพราะมีสถานที่พักชั่วคราวดังกล่าวมีการดำเนินการเปิดบริการห้องพักเพียงไม่กี่ห้อง หรือมีขนาดเล็กมาก โดยประมาณแล้วนั้นอาจมีไม่ต่ำกว่า 100 สถานที่พักชั่วคราว ซึ่งสถานที่ประกอบการประเภทนี้จะมีจำนวนพนักงานแค่เพียงไม่กี่คนเท่านั้น แต่ถ้าหากมีการนับจำนวนสถานที่ประกอบที่เป็นโรงแรมโดยเฉพาะจะมีจำนวน 45 โรงแรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) เนื่องจากโรงแรมมีขนาดกลางจึงทำให้อาจจะมีการว่าจ้างพนักงานเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการโรงแรมให้เพียงพอต่อความต้องการนั่นเอง

จากโรงแรมทั้ง 45 แห่งนี้จะมีขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง โดยโรงแรมที่มีขนาดเล็กนั้นอาจจะมีพนักงานบริการเพียง 2-3 คน จึงทำให้ผู้วิจัยมุ่งเน้นเก็บข้อมูลการวิจัยที่โรงแรมขนาดกลางที่มีจำนวนพนักงานบริการค่อนข้างมาก ซึ่งผู้วิจัยได้มีการเลือกโรงแรมขนาดกลางเป็นจำนวน 6 แห่ง มีพนักงานบริการทั้งหมด 239 คน

ตอนที่ 7 การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบผสม (Mixed Methods Research) ซึ่งเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวคิดวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีการเชิงคุณภาพรวมกันศึกษาหาคำตอบเกี่ยวกับปรากฏการณ์ หรือตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการศึกษานั้นๆ โดยหวังจะได้รับคำตอบที่เป็นความรู้ของปรากฏการณ์หรือตัวแปรดังกล่าวทั้งภาพกว้าง และภาพลึก หรือได้รับความรู้หลากหลายแง่มุมขึ้น เพื่อเป็นการศึกษาถึงอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่

ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ความหมายและลักษณะวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research)

วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) หมายถึง การใช้เทคนิควิธีการเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพมาร่วมกันศึกษาหาคำตอบของงานวิจัยในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง หรือในระหว่างขั้นตอนภายในเรื่องเดียวกัน หรือ ใช้เทคนิคการเชิงผสมในเรื่องเดียวกัน แต่ดำเนินการวิจัยต่อเนื่องจากกัน แล้วนำผลการวิจัยมาสรุปร่วมกัน ทั้งนี้วิธีการวิจัยเชิงผสมเกิดขึ้นได้บนพื้นฐานของกลุ่มสำนักคิด (School of Thought) ปฏิบัตินิยม (Pragmatist) และสถานการณ์นิยม (Situationlist) ซึ่งสนับสนุนว่าการใช้เทคนิควิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถที่จะนำร่วมกันศึกษาหาคำตอบในปัญหาวิจัยเดียวกัน (รัตนะ บัณฑิต)

สำหรับส่วนนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรม ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม โดยงานวิจัยเชิงปริมาณจะให้ความสำคัญกับแนวคิดและกระบวนการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพจะให้ความสำคัญกับแนวคิดและสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีค้นหาความรู้และความจริง โดยเน้นที่ข้อมูลเชิงตัวเลข การวิจัยเชิงปริมาณมีการออกแบบวิธีการวิจัยให้มีการควบคุมตัวแปรที่ศึกษา โดยดำเนินการเตรียมเครื่องมือรวบรวมข้อมูลให้มีคุณภาพ และใช้วิธีการทางสถิติช่วยวิเคราะห์เพื่อทำการประมวลข้อสรุปเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2549)

1.1 แนวคิดและกระบวนการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Analysis)

ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งเป็นตัวแปรที่สามที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพราะเป็นตัวแปรที่ช่วยในการทำความเข้าใจกระบวนการของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม (Baron; & Kenny. 1986) ในการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรอิสระชุดหนึ่ง (x_1 , x_2) กับตัวแปรตาม (Y) โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยได้เฉพาะอิทธิพลทางตรง (Direct effect) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามเท่านั้น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน อาจพบว่านอกจากตัวแปรอิสระ (x_1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตาม (Y) แล้ว ยังมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) ผ่านตัวแปรอิสระอีกตัวด้วย (x_2) ดังนั้นการวิเคราะห์การส่งผ่านจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ศึกษาอิทธิพลทางอ้อมที่ตัวแปรอิสระตัวหนึ่งส่งผลต่อตัวแปรตามผ่านตัวแปรอิสระอีกตัวหนึ่ง

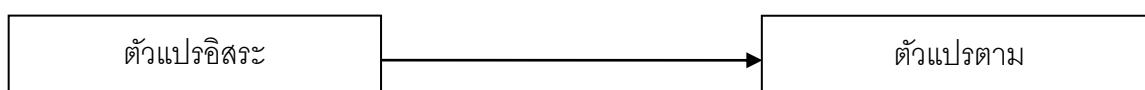
1.2 ความหมายของตัวแปรส่งผ่าน (Mediator)

ตัวแปรส่งผ่านหรือตัวแปรคั่นกลาง เป็นตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของตัวแปรระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นอกจากนั้นอาจเรียกตัวแปรส่งผ่านว่าตัวแปรกระบวนการ (Judd; & Kenny. 1981) ซึ่งหมายถึงตัวแปรที่ทำหน้าที่อธิบายกระบวนการที่ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตาม

แมคคินนอน (Mackinnon. 2008: 9) กล่าวว่า ตัวแปรส่งผ่านเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

บารอน และเคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) กล่าวว่า ตัวแปรส่งผ่านทำหน้าที่เป็นตัวแปรที่สาม ที่อธิบายกลไกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

จากนิยามตัวแปรส่งผ่านสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรส่งผ่าน คือตัวแปรที่เป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม 4 โมเดลกรณีตัวแปรส่งผ่าน (Single Mediator Model) โดยพิจารณาจากภาพประกอบ 4 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ส่งอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) เส้นอิทธิพล c เรียกว่าอิทธิพลรวม (Total effect)

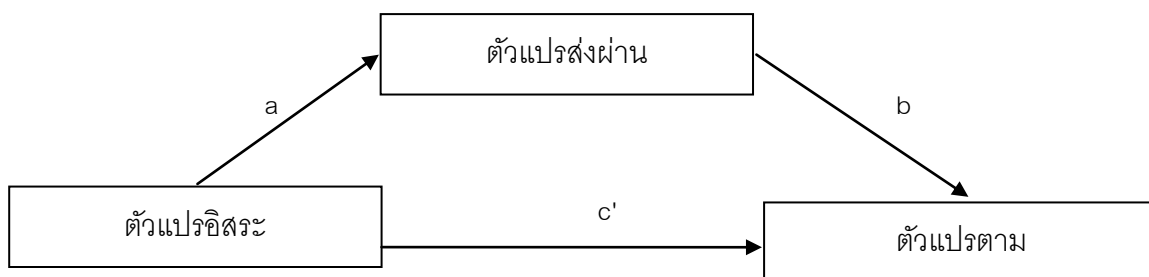


ภาพประกอบ 4 โมเดลการวิเคราะห์ถดถอยกรณีไม่มีตัวแปรส่งผ่าน

ที่มา: Mackinnon, David P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis*.

p. 48.

ในบางครั้งอาจมีกระบวนการอื่นๆ จากตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ส่งผลต่อตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) จากนั้นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ส่งผลไปยังตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยที่ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ยังคงส่งผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) สามารถเขียนโมเดลการส่งผ่านได้ดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 โมเดลการวิเคราะห์ที่ถดถอยกรณีมีตัวแปรส่งผ่าน

ที่มา: Mackinnon, David P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis*.

p 49.

1.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Analysis)

ขั้นตอนการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน จากภาพประกอบ 4 และ 5 เส้นทาง c,a,b และ c' สามารถประเมินค่าได้โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งบางครั้งเรียกรูปแบบนี้ว่า วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Squares หรือ OLS) การวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธีการของ บารอน และเคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) และ จัดด์ และเคนนี่ (Judd; & Kenny. 1981) ซึ่งวิธีการดังกล่าวแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ตามภาพประกอบ 5 คือ เส้น c

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) เพื่อประมาณค่าอิทธิพลทางตรง (Direct effect) ของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่มีต่อตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ตามภาพประกอบ 5 คือ เส้น a

ขั้นที่ 3 แสดงผลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) เพื่อประมาณค่าอิทธิพลทางตรง (Direct effect) ของตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) ซึ่งตามภาพประกอบ 5 คือเส้นทาง b และเส้นทาง c' ตามลำดับ

ขั้นที่ 4 พิจารณาจากผลต่างระหว่างอิทธิรวม (Total effect) ของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ที่มีตัวแปรตาม (Dependent Variable) เมื่อมีการควบคุมตัวแปรส่งผ่าน (Mediator)

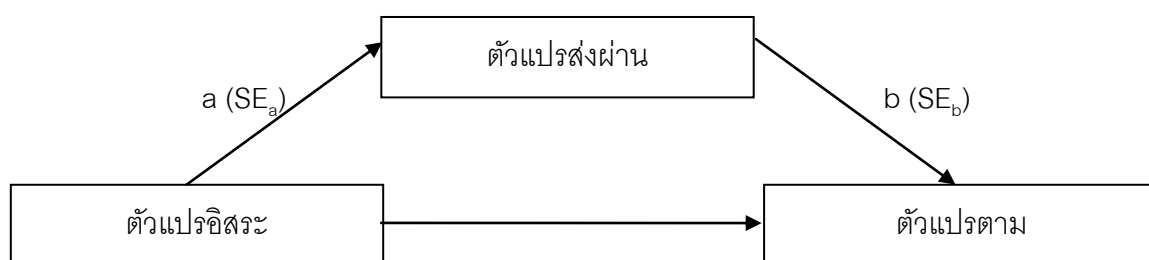
ขั้นตอนการวิเคราะห์ที่ตัวแปรส่งผ่าน (Mediation Analysis) ของ บารอน และเคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) และ จัดด์ และเคนนี่ (Judd; & Kenny. 1981) นั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรส่งผ่านจะเกิดขึ้นเมื่อตัวแปรส่งผ่านมีบทบาทสำคัญต่อการควบคุมความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

1.4 การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านด้วยวิธีของโซเบล (Sobel's Test)

โซเบล (Sobel. 1982) ได้อธิบายถึงการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (Significance test) สำหรับอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ผ่านทางตัวแปรส่งผ่าน โดยการทดสอบซี (z-test) ด้วยการหาร $a*b$ ด้วยความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ $a*b$ เพื่อทดสอบว่าขนาดอิทธิพลทางอ้อมมีค่าต่างจากศูนย์หรือไม่ การตรวจสอบด้วยวิธีนี้ใช้ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ a และ b (SE_a และ SE_b) สำหรับประมาณค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ $a*b$ โดยเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{สูตร Z-value} = a*b/\text{SQRT}(b^2 * SE_a^2 + a^2 * SE_b^2)$$

การตรวจสอบด้วยวิธีของโซเบล (Soble. 1982) สามารถอธิบายการทดสอบด้วยภาพดังนี้



ภาพประกอบ 6 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ที่ทดสอบตามแนวคิดของโซเบล

ที่มา: Preacher; & Leonardelli. (2012). *Calculation for the Sobel test: An Interactive Calculation Tool for Mediation Tests.*

จากภาพประกอบ 6

a = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรส่งผ่าน

SE_a = ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ a

b = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่งผ่าน และตัวแปรตาม

SE_b = ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ b

ทั้งนี้ค่า SE_a และ SE_b จะต้องมีค่าเป็นบวก

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือที่เรียกว่า การวิจัยเชิงคุณลักษณะ (สฤงศ์ จันทรวานิช. 2522) ให้ความหมายไว้ ว่าการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิธีค้นหาความจริงจากเหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามความเป็นจริงโดยพยายามวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุการณ์กับสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Insight) จากภาพรวมของหลายมิติ จึงตรงกับความหมายของการวิจัยเชิงธรรมชาติ (Naturalistic Research) ซึ่งปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามธรรมชาติของมัน

2.1 แนวคิดและกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การสนทนากลุ่ม หมายถึง การรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ในประเด็นที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนาเพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง โดยมีผู้เข้าร่วมการสนทนาในแต่ละกลุ่มประมาณ 7-10 คน (ณรงค์ศักดิ์ บุญยามาลิก. 2549)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการสัมภาษณ์ของการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ครบถ้วน ซึ่งการสัมภาษณ์ในเชิงคุณภาพนั้นมีหลายประเภท ซึ่งก็มีทั้งจุดอ่อนและจุดแข็งที่แตกต่างกันการเลือกประเภทของการสัมภาษณ์อาจจะขึ้นอยู่กับขนาดของโครงการวิจัย จำนวนของผู้ที่จะสัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์หรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และอาจจะขึ้นอยู่กับการเลือกที่จะสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล หรือเลือกสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม (Group interview) หรือการใช้กลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะ (Focus group) ซึ่งมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน (กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. 2554) ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus group) โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลอย่างหนึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักวิจัย ทั้งนักวิจัยที่นิยมการวิจัยเชิงคุณภาพและนักวิจัยที่นิยมการวิจัยเชิงปริมาณการจัดกลุ่มสนทนาประเด็นเฉพาะเป็นการใช้กระบวนการกลุ่มในการค้นหาคำตอบในประเด็นเฉพาะที่ชัดเจนลงไปซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เพื่อเป็นการ

ค้นหาข้อมูลทีลึกลงซึ่งเพียงพอสำหรับการนำไปวิเคราะห์และเรียบเรียงของความผูกพันในงาน (Work Engagement) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการจัดกลุ่มสนทนา โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นพนักงานบริการที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้างาน ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อที่ผู้วิจัยจะได้รับฟัง เรียนรู้ ถึงประสบการณ์การทำงาน ปัญหาและวิธีการแก้ไขของผู้เข้าร่วม โดยประสบการณ์เหล่านี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่ดีในอนาคตของพนักงานบริการโรงแรมได้ อีกทั้งยังเป็นการตรวจสอบเส้นสมมติฐานที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Morgan (1988; อ้างอิงจาก อติเรก เฉลียวฉลาด. 2552) การสนทนากลุ่มเป็นเทคนิคที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มในการสนทนากลุ่มในการ เก็บข้อมูล โดยการฟังและเรียนรู้จากกลุ่มผู้เข้าประชุม เทคนิคการจัดกลุ่มสนทนาจึงเป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วม และดำเนินการมีปฏิสัมพันธ์ โดยการเผชิญหน้ากันให้เกิดพลวัตของกลุ่มไปกระตุ้นความคิดเห็นของตนเองและ ความคิดเห็นของผู้อื่นออกมาอย่างเปิดเผยและจริงใจในขณะดำเนินการ ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียด ลึกซึ้ง ลุ่มลึก และมีแง่มุมต่าง ๆ ของความคิดและประสบการณ์ของคนในกลุ่ม

การสนทนากลุ่มเป็นการสนทนาระหว่างผู้วิจัย และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประมาณ 7-10 คน โดยมีผู้วิจัย เป็นผู้จุดประเด็นการสนทนา เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นการสนทนาอย่างกว้างขวาง และลึกซึ้ง โดยมุ่งเน้นไปที่ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ที่ตนเองมี และพฤติกรรมปฏิบัติงานที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งผู้วิจัยมีการเลือกวิธีการทำสนทนากลุ่ม เพื่อต้องการทราบความรู้สึก ทศนคติและท่าทีของพนักงานบริการที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) สูงที่มีความสัมพันธ์ในการแสดงพฤติกรรมปฏิบัติงานบริการอย่างมีคุณภาพ อีกทั้งยังเป็นการแสวงหาหลักฐานเพื่อเป็นการสนับสนุนสมมติฐานว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานโรงแรมมีอิทธิพลเชิงบวกกับคุณภาพการบริการโรงแรม

ในภายวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำกรสนทนากลุ่ม โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นพนักงานที่มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) โดยใช้เกณฑ์จากการประเมินการรับรางวัลด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) หรือที่มีการประเมินคุณภาพการบริการ (Service Quality) ดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้างาน

2.2 รูปแบบคำถามในการสนทนากลุ่ม

รูปแบบของคำถามในการสนทนากลุ่มในครั้งนี้ เป็นการตั้งคำถามแบบปลายเปิด โดยผู้วิจัยได้มีการตั้งคำถามโดยมีหลักการในการเตรียมคำถาม ดังนี้

- 1) คำถามเกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย และตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

- 2) คำถามมีความเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล
- 3) คำถามมีความชัดเจน ไม่มีความหมายซ้อนเร้น
- 4) ไม่ใช่คำถามที่เป็นการชักจูงความคิดของผู้ให้ข้อมูล
- 5) คำถามตรงกับสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลรู้ หรือมีข้อมูล หรือมีหน้าที่รับผิดชอบ
- 6) คำถามไม่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกต่อต้านองค์กร หรือ บุคคลอื่นๆ

2.3 องค์ประกอบในการจัดสนทนากลุ่ม ดังนี้

- 1) ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1) ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator)
 - 1.2) ผู้จดบันทึก (Note - taker)
 - 1.3) ผู้ช่วย (Assistant)
- 2) แนวคำถามในการสนทนากลุ่มผู้วิจัยเลือกการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

ประกอบด้วย

2.1) การเปิดฉากการสนทนา โดนเริ่มจากผู้ดำเนินการสนทนาเป็นคนแรก เป็นการแนะนำตัว และกล่าวถึงจุดประสงค์ของการจัดกลุ่มสนทนาในครั้งนี้ และเริ่มการแนะนำตัวผู้เข้าร่วมแต่ละคนตามลำดับ

- 2.2) คำถามอุ่นเครื่อง
- 2.3) ประเด็นคำถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3) อุปกรณ์ภาคสนาม

- 3.1) เครื่องบันทึกเสียง
- 3.2) สมุด และ ดินสอสำหรับจดบันทึก

4) แบบฟอร์มสำหรับคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

คนที่	ชื่อ	อายุ	ตำแหน่ง	การประเมินคุณภาพ	รางวัลคุณภาพการบริการ
1					
2					

5) การคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีองค์ประกอบดังนี้

- 5.1) พนักงานบริการที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา
- 5.2) พนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไป

ไปจากหัวหน้างาน

6) สิ่งเสริมสร้างบรรยากาศ

6.1) น้ำดื่ม

6.2) ขนมต่างๆ

7) ของสมนาคุณ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

8) สถานที่

8.1) เงียบสงบ ไม่มีคนพลุกพล่าน

8.2) อากาศถ่ายเทสะดวก

2.4 ขั้นตอนในการจัดสนทนากลุ่ม

1) คัดเลือกคนที่จะเข้ากลุ่มโดยแบบฟอร์มที่เตรียมไว้

2) ทบทวน เชิญชวน และนัดหมาย เวลา และ สถานที่

3) เชิญผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเข้านั่งในกลุ่ม

4) ผู้วิจัย แนะนำคณะและแจ้งวัตถุประสงค์ในการสนทนา

5) ขอให้ผู้เข้าร่วมสนทนาแนะนำตัว

6) ผู้วิจัยสร้างบรรยากาศของความเป็นกันเอง

7) ขออนุญาตบันทึกเสียงการสนทนา และเปิดโอกาสให้ซักถามข้อสงสัย

8) เริ่มการสนทนา โดยยึดแนวคำถามเป็นหลัก และพิจารณาความเหมาะสม

และยืดหยุ่นมีความคลอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ

9) จบการสนทนาด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาถามข้อข้องใจอีกครั้งหนึ่ง

10) มอบของสมนาคุณ และแสดงคำขอบคุณ

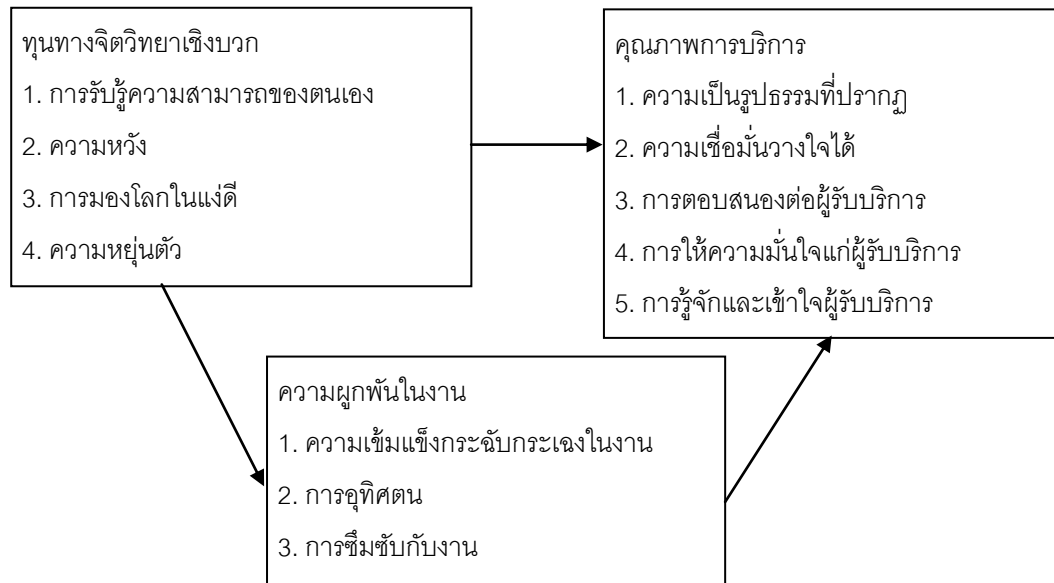
ส่วนที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

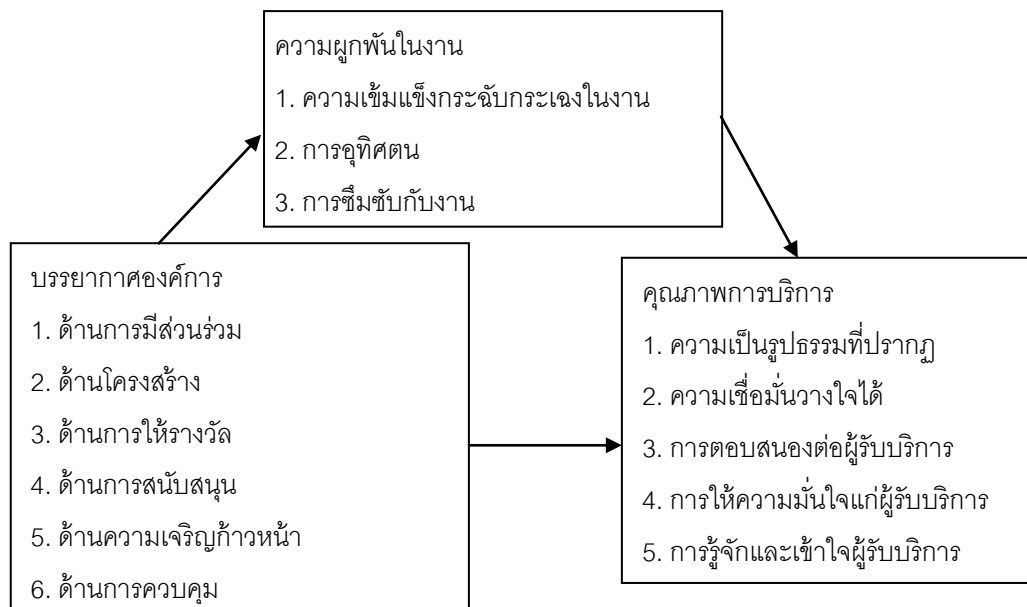
กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้มีแนวคิดด้านการจัดการกับพฤติกรรมการทำงานของอัลบานีส (Albanese, 1981) เป็นกรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ที่แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในการศึกษานี้ โดยให้ความสำคัญกับแนวคิดความผูกพันในงาน (Work Engagement) ที่เป็นสภาวะทางด้านจิตใจ (Psychological States) และพฤติกรรมของพนักงาน (Employee's Behavior) ที่มีผลต่องานที่ปฏิบัติ (Vechio, 1995: 324) โดยมีปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมขององค์การมาเกี่ยวข้องจากกรอบความคิดเชิงทฤษฎีข้างต้นผู้วิจัยจึงศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) (Parasuraman Zeithamal; & Berry, 1988) ได้แก่ ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (Luthan; Youssef; & Avolio, 2007) ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล พร้อมทั้ง

บรรยากาศในองค์กร (Dubrin. 1984,) ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร และความผูกพันในงาน (Work Engagement) (Schaufeli and Bakker. 2004) ที่เป็นตัวแปรส่งผ่านดังกรอบแนวคิดต่อไปนี้

วิจัยที่ 1 ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน



วิจัยที่ 2 บรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพประกอบ 7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตอนที่ 9 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ

สมมติฐานที่ 2 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปร
ความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3 บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ

สมมติฐานที่ 4 บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปร
ความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

บทที่ 3

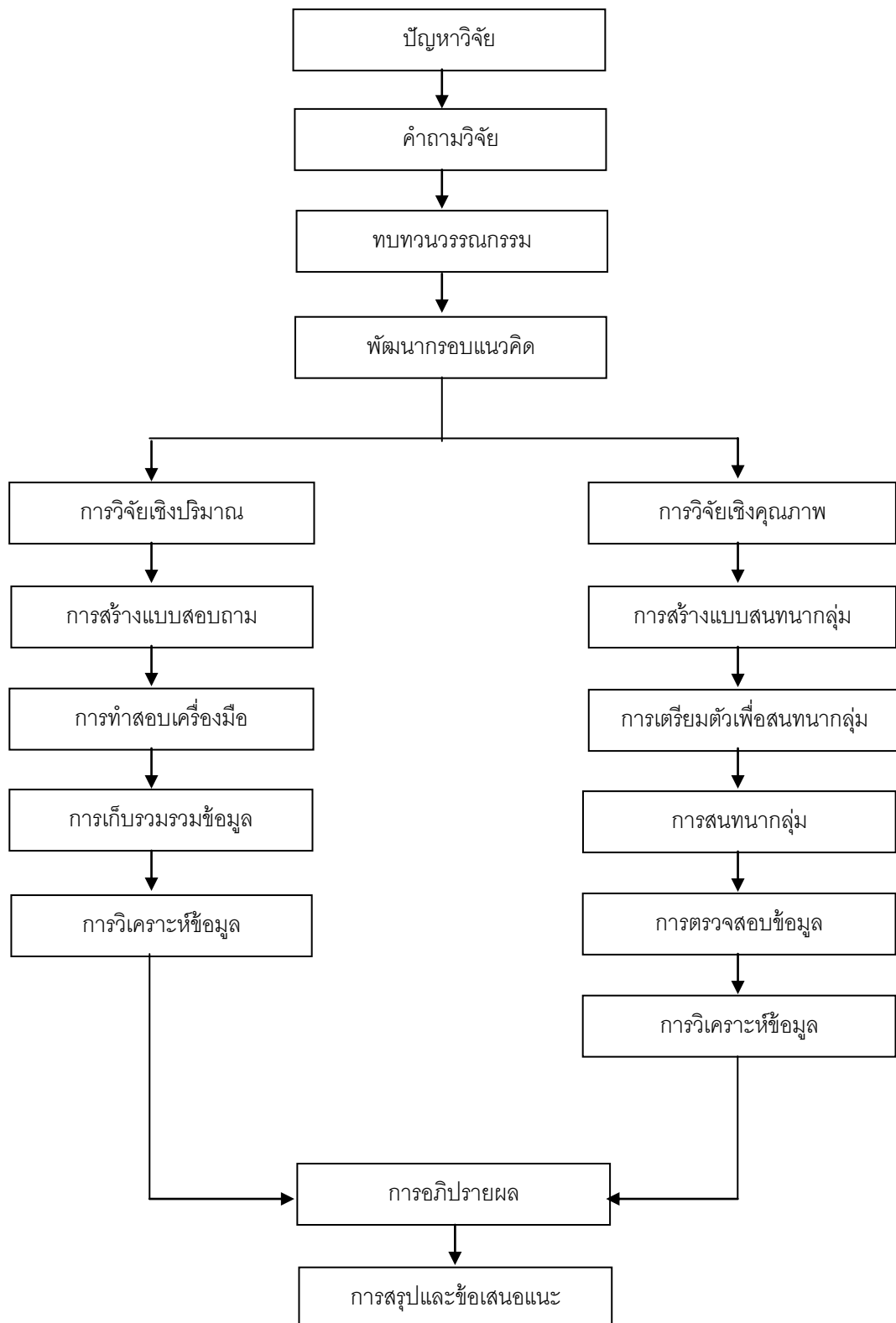
ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) เพื่อมุ่งหาความรู้ใหม่ (exploratory) และเพื่ออธิบาย (explanatory) ตลอดจนพิสูจน์ข้อสรุปทั่วไปของแนวคิดพฤติกรรมการทำงาน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานระเบียบวิธีวิจัย (mixed methods research) ที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่สามารถวัดลักษณะพฤติกรรมเป็นตัวเลขวจากการวิจัยเชิงปริมาณเป็นข้อมูลหลัก และนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกจากการวิจัยเชิงคุณภาพมาเสริม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และสร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือในวิธีดำเนินการวิจัยมากยิ่งขึ้น การศึกษานี้มีหน่วยการวิเคราะห์ระดับบุคคลจากพนักงานในองค์การวิจัยและพัฒนาเพื่อสาธารณประโยชน์ในประเทศไทย โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบการวิจัยตัดขวาง (cross sectional studies) ซึ่งใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษา สำหรับรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยมี ดังนี้

1. วิธีดำเนินการวิจัย
2. การวิจัยเชิงปริมาณ
3. การวิจัยเชิงคุณภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 8 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ทั้งหมด 6 โรงแรม ดังนี้

ลำดับ	ชื่อโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวนพนักงานบริการ
1.	โรงแรมโกลเด้นซิตี	104 คน
2.	โรงแรมเวสเทิร์นแกรนด์	80 คน
3.	แพรวอากาเพลส	30 คน
4.	โรงแรม Space 59	6 คน
5.	โรงแรมบ้านไม้แก้ว	18 คน
6.	เกรท ไฮเทล	7 คน
	รวม	217 คน

1.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ใช้จำนวนเต็มของกลุ่มประชากรจำนวน 239 คน เนื่องจากจำนวนประชากรไม่เพียงพอ และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 217 ฉบับ ดังนี้

ลำดับ	ชื่อโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวนพนักงานบริการ
1.	โรงแรมโกลเด้นซิตี	104 ฉบับ
2.	โรงแรมเวสเทิร์นแกรนด์	65 ฉบับ
3.	แพรวอากาเพลส	26 ฉบับ
4.	โรงแรม Space 59	4 ฉบับ
5.	โรงแรมบ้านไม้แก้ว	18 ฉบับ
6.	เกรท ไฮเทล	0 ฉบับ
	รวม	217 ฉบับ

2. เครื่องมือวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structural Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

2.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งแบบสอบถามที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

2.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัย

2.3 กำหนดเนื้อหาของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

2.3.1 แบบสอบถามลักษณะประชากรเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน

2.3.2 แบบสอบถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ศึกษาตามแนวคิดของ ลูธานส์ และคณะ (Luthand; et al. 2007) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาและดัดแปลงจาก ณัฐวุฒิ อรินทร์ (2555) ประกอบด้วย (1) ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) (2) ด้านความหวังในการทำงาน (Hope) (3) ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) (4) ด้านความยืดหยุ่นทางอารมณ์ รวมมีข้อคำถามทั้งสิ้น 24 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เลือกตอบในข้อที่ตรงกับระดับความเห็นมากที่สุดโดยมีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึงเห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึงเห็นด้วย

คะแนน 2 หมายถึงเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการคำนวณช่องกว้างดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2548: 149-150)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความเห็นที่มีต่อทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีต่อจิตวิทยาเชิงบวกแบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีจิตวิทยาเชิงบวกในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีจิตวิทยาเชิงบวกในระดับดี
2.61 – 3.40	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีจิตวิทยาเชิงบวกในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีจิตวิทยาเชิงบวกในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีจิตวิทยาเชิงบวกในระดับน้อยที่สุด

ยกตัวอย่างแบบสอบถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ดังนี้

ตาราง 1 ตัวอย่างแบบสอบถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ฉันมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลให้กับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน					
2.	ฉันเชื่อว่าปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทาง					
3.	ในการทำงาน สิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอ					

2.3.3 แบบสอบถามบรรยากาศองค์การในที่ทำงาน (Organization Climate) ศึกษาตามแนวคิดของ ดูบริน (Dubrin. 1984) ซึ่งผู้วิจัยได้ดัดแปลงแบบสอบถามของ รัฐนู เรืองโอซา (2554) ซึ่งได้แปลและพัฒนาแบบสอบถามวัดการรับรู้บรรยากาศองค์การจากงานวิจัยของ มิคเคิลเซน และกอนฮัง (Mikkelsen; & Gronhaug. 1999); กริฟฟิน (Griffin. 2006); มอยนิฮาน และแพนเดย์ (Moynihan; & Pandey. 2007); คิม และไรท์ (Kim; & Wright. 2007) ตามแนวคิดของดูบริน (Dubrin. 1984) ประกอบด้วย 6 ด้านคือ (1) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) (2) ด้านโครงสร้าง

(Structure) (3) ด้านการให้รางวัล (Reward) (4) ด้านความอบอุ่น และการสนับสนุน (Support) (5) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) และการพัฒนา (6) ด้านการควบคุม (Control) รวมมีข้อคำถามทั้งสิ้น 37 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) เลือกตอบในข้อที่ตรงกับระดับความเห็นมากที่สุดโดยมีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึงเห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึงเห็นด้วย

คะแนน 2 หมายถึงเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการคำนวณช่องกว้างดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548: 149-150)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความเห็นที่มีต่อทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีต่อบรรยากาศองค์กรในที่ทำงาน (Organization Climate) แบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติกับบรรยากาศองค์กรในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติกับบรรยากาศองค์กรในระดับดี
2.61 – 3.40	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติกับบรรยากาศองค์กรในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติกับบรรยากาศองค์กรในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติกับบรรยากาศองค์กรในระดับน้อยที่สุด

ยกตัวอย่างบรรยากาศขององค์กรในที่ทำงาน (Organization Climate) ได้ดังนี้

ตาราง 2 ตัวอย่างแบบสอบถามบรรยากาศขององค์กรในที่ทำงาน (Organization Climate)

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	บุคลากรในองค์กรสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย					
2.	ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก					
3.	บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน					

2.3.4 แบบสอบถามความผูกพันในงาน (Work engagement) พัฒนาและดัดแปลงจาก วัชระ เวชประสิทธิ์ ประกอบด้วย (1) ความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) (2) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) (3) การซึมซับกับการทำงาน (Absorption) ข้อรวมมีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 16 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตาม มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เลือกตอบในข้อที่ตรงกับระดับความเห็นมากที่สุดโดยมีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึงเห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึงเห็นด้วย

คะแนน 2 หมายถึงเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการคำนวณช่องกว้างดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2548: 149-150)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความเห็นที่มีต่อทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) แบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานระดับดี
2.61 – 3.40	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานระดับน้อยที่สุด

ยกตัวอย่างแบบสอบถามความผูกพันในงาน (Work Engagement) ได้ดังนี้

ตาราง 3 ตัวอย่างแบบสอบถามความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	เมื่อตื่นเช้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน					
2.	ความท้าทายของงานที่ท่านได้รับมอบหมาย					
3.	ท่านรู้สึกมีความสุขถึงแม้จะต้องทำงานในปริมาณมาก					

2.3.5 แบบสอบถามคุณภาพการบริการ (Service quality) ศึกษาตามแนวคิดของพาราสุรามาน เซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman; Zeithamal; & Berry) ผู้วิจัยได้พัฒนาและดัดแปลงจาก อัจฉรา เฉลยสุข (2556) ประกอบด้วย (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ความ

น่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว (4) การให้ความมั่นใจ (5) การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ข้อรวมมีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 37 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เลือกตอบในข้อที่ตรงกับระดับความเห็นมากที่สุดโดยมีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึงเห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึงเห็นด้วย

คะแนน 2 หมายถึงเห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการคำนวณช่องกว้างดังนี้ (ศิริวรรณ เจริญรัตน์, 2548: 149-150)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับความเห็นที่มีต่อทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) แบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีคุณภาพการบริการในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีคุณภาพการบริการในระดับดี
2.61 – 3.40	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีคุณภาพการบริการในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีคุณภาพการบริการในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึงพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีคุณภาพการบริการในระดับน้อยที่สุด

ยกตัวอย่างแบบสอบถามคุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้ดังนี้

ตาราง 4 ตัวอย่างแบบสอบถามคุณภาพการบริการ (Service Quality)

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	การเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย					
2.	มีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า					
3.	การเช็คอินและเช็คเอาท์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว					
4.	มีการปฏิบัติงานอย่างมีระบบและเคร่งครัด					
5.	โรงแรมให้การสนับสนุนพนักงานฝึกอบรมการบริการ					

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์หาค่าความตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.1 การตรวจสอบหาความตรง (Validity)

การตรวจสอบหาความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา ความเหมาะสมของแบบสอบถามการวิจัย เพื่อให้มีเนื้อหาสาระของข้อคำถามครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน จะต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ 1= สอดคล้อง 0=ไม่แน่ใจ -1=ไม่สอดคล้อง และจากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ เมื่อได้แก้ไขตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยจะนำคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้องและเหมาะสมของข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence- IOC) โดยมีเกณฑ์การประเมินความเที่ยงเชิงเนื้อหา คือค่า IOC ตั้งแต่ .05 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิศาสตร์, 2547) โดยผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามที่มีค่า 0.5 ไป ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 ผู้วิจัยได้พิจารณาตัดทิ้ง

ตารางการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและเหมาะสมของข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence-IOC)

ส่วนที่ 1 ทูน่าทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) หมายถึงคุณลักษณะทุนเชิงบวกของพนักงานบริการโรงแรมในความสามารถด้านการก้าวข้ามผ่านปัญหา การ

มีมุมมองด้านบวก การเห็นคุณค่าภายในตนเอง โดยใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐานแบ่งต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐาน อีกทั้งยังมีคุณลักษณะที่สามารถวัดได้ พัฒนา บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตาราง 5 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามทุนจิตวิทยาเชิงบวก

คำถาม	ประมาณค่า			IOC	แปลผล
	ความคิดเห็น				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3		
ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) หมายถึง ความเชื่อของพนักงานบริการว่ามีความสามารถ และศักยภาพในการปฏิบัติงาน มีความปรารถนาในความท้าทาย มีความพยายามทุ่มเทเพื่อที่จะทำเป้าหมายนั้นให้สำเร็จตามที่ตั้งไว้					
1. ฉันมั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาระยะยาวเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ฉันมั่นใจในการนำเสนอผลงานของฉันในที่ประชุมระดับผู้บริหาร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ฉันมั่นใจในการมีส่วนร่วมอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ฉันมั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายงานของแผนก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ฉันมั่นใจในการติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ฉันมั่นใจว่ามีเวลาทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ความหวัง (Hope) หมายถึง พนักงานบริการมีความเชื่อมั่นในการทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ เปรียบเสมือนแรงจูงใจในการค้นหาเส้นทางที่จะมุ่งสู่เป้าหมาย ถึงแม้ว่าจะต้องพบกับอุปสรรคแต่ก็ยังมีความตั้งใจในการมองหาเส้นทางต่อไป					
1. เมื่อพบปัญหาในการทำงาน ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ปัจจุบันฉันเต็มไปด้วยพลังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ฉันเชื่อว่าปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทาง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ขณะนี้ฉันคิดว่าตนเองค่อนข้างประสบความสำเร็จในงาน	-1	0	-1	-0.6	ตัดทิ้ง
5. ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ขณะนี้ฉันได้บรรลุเป้าหมายของงานที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง

ตาราง 5 (ต่อ)

คำถาม	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
	ความคิดเห็น				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	2	3		
<p>การมองโลกในแง่ดี (Optimism) หมายถึง ลักษณะของวิธีการคิดที่นึกถึงแต่ด้านดีเสมอเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานบริการ คือมีความสามารถในการมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้น สามารถมองหาโอกาสจากสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะทำเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ถึงแม้จะมีสิ่งที่ไม่ดีเกิดขึ้นแต่พนักงานบริการที่มีการมองโลกในแง่ดีจะมีความสามารถในการยอมรับความจริง และเรียนรู้จากความผิดพลาดนั้นเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงต่อไป</p>					
1. เวลาที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในการทำงาน ฉันเชื่อเสมอว่าต้องมีแต่สิ่งที่ดีเกิดขึ้น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ในการทำงานสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ฉันจะมองในมุมที่ดีในการทำงานเสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ฉันจะมีมุมมองที่ดีต่อการทำงานในอนาคต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ปัจจุบันงานที่ฉันทำอยู่ “เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วมักมีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นตามมา”	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ฉันมีวิธีคิดในการทำงานว่า “เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วมักมีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นตามมา”	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง
<p>ความยืดหยุ่น (Resiliency) หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวได้หลังจากต้องเผชิญกับความล้มเหลว ความลำบาก รวมถึงความไม่แน่นอน โดยถือเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเอาชนะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ</p>					
1. เมื่อฉันพบกับความล้มเหลวในงาน ฉันไม่สามารถลุกขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับปัญหาและก้าวเดินต่อไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ฉันสามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ฉันสามารถจัดการกับความเครียดในการทำงานได้*	+1	+1	0	0.6	แก้ไข
4. ฉันสามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถจัดการกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน*	+1	+1	0	0.6	แก้ไข

ตาราง 5 (ต่อ)

คำถาม	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
	ความคิดเห็น				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3		
ความยืดหยุ่นตัว (Resiliency) หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวได้หลังจากต้องเผชิญกับความล้มเหลว ความลำบาก รวมถึงความไม่แน่นอน โดยถือเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเอาชนะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ					
1. เมื่อฉันพบกับความล้มเหลวในงาน ฉันไม่สามารถลุกขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับปัญหาและก้าวเดินต่อไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ฉันสามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.*ฉันสามารถจัดการกับความเครียดในการทำงานได้	+1	+1	0	0.6	แก้ไข
4. ฉันสามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5.**ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถจัดการกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน	+1	+1	0	0.6	แก้ไข

หมายเหตุ ข้อที่แก้ไข

3.* ฉันสามารถปรับตัวกับความเครียดในการทำงานได้เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ

5.**ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบากกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน

ส่วนที่ 2 บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) หมายถึง องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในองค์การที่บุคลากรในองค์การสามารถรับรู้ทั้งได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของตนเอง อาทิเช่น การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นหรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน มีความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ องค์การมีความชัดเจนในการให้รางวัล บุคลากรมีความรู้สึกได้ถึง การสนับสนุนจากภายในองค์การ รวมถึงมีการส่งเสริมให้โอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะของนโยบายมีมาตรฐานที่ชัดเจน

ตาราง 6 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อความบรรยายภาคของค์การ

คำถาม	ประมาณค่า			IOC	แปล ผล
	ความคิดเห็น				
	1	2	3		
ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) หมายถึง การเปิดโอกาสให้พนักงานบริการ					
โรงแรมสามารถแสดงความคิดเห็นหรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน					
โอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน					
1. ท่านแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ในการประชุมแต่ละครั้งหัวหน้างานไม่เคยเปิดโอกาสให้ท่านได้แสดงความคิดเห็นเลย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. แผนกเปิดโอกาสให้ท่านสามารถทำงานได้อย่างอิสระ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ในการตัดสินใจในเรื่องใดก็ตาม ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่เสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. หัวหน้างานไม่ยอมรับการตัดสินใจการทำงานของท่าน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึง ความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานบริการในองค์กร					
1. งานภายในแผนกมีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. แผนกของท่านกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. แผนกของท่านมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ท่านรู้สึกว่าการปฏิบัติงานของท่านเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากมีการวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. แผนกของท่านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้พนักงานรับทราบอย่างเปิดเผย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7. ท่านมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างจำกัด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านการให้รางวัล (Reward) หมายถึง องค์กรมีความชัดเจนและความเหมาะสมในการให้รางวัลผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่พนักงานบริการโรงแรมรับรู้ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี					
1. ท่านรู้สึกว่าการให้รางวัลอย่างเหมาะสมและเพียงพอแล้ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. องค์กรของท่านมีนโยบายการให้รางวัลและผลตอบแทนไม่ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ตาราง 6 (ต่อ)

คำถาม	ประมาณค่า			IOC	แปลผล
	ความคิดเห็น				
	1	2	3		
4. ท่านคิดว่ากรให้รางวัลตอบแทนของผู้บังคับบัญชาขึ้นอยู่กับความพอใจส่วนตัว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. องค์การให้รางวัลไม่สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านการสนับสนุน (Support) หมายถึงความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในองค์การ การยอมรับ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน					
1.*ท่านรู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานในหน่วยงาน	+1	+1	0	0.6	แก้ไข
2. ท่านรู้สึกว่าขณะปฏิบัติงานเหมือนมีคนคอยจับผิดท่านอยู่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. เพื่อนร่วมงานให้อภัยในความผิดพลาดต่างๆ ของท่านได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. การปฏิบัติงานในหน่วยงานของท่านมีลักษณะ ต่างคนต่างทำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านได้รับคำแนะนำ และความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานสม่ำเสมอเมื่อเกิดปัญหา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) หมายถึง การส่งเสริมให้พนักงานบริการโรงแรมมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การจัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถ รวมทั้งการสนับสนุนให้พนักงานบริการโรงแรมให้แนวคิดและวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน					
1. ท่านมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในองค์การนี้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. องค์การให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านมักได้รับอนุญาตเข้ารับการฝึกอบรมตามที่ร้องขอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. องค์การสนับสนุนให้ท่านสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. องค์การของท่านมีเป้าหมายและนโยบายการบริหารที่ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านการควบคุม (Control) หมายถึง ลักษณะของนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ที่องค์การกำหนดขึ้นเพื่อควบคุมพฤติกรรมของพนักงานบริการโรงแรมในองค์การให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตลอดจนมาตรฐานที่องค์การจัดขึ้น					
1. องค์การของท่านมีนโยบายการบริหารที่ไม่โปร่งใส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. องค์การของท่านกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ตาราง 6 (ต่อ)

คำถาม	ประมาณค่า			IOC	แปล ผล
	ความคิดเห็น				
	1	2	3		
3. ท่านรู้สึกว่าการระเบียบที่องค์กรกำหนดขึ้นเคร่งครัดมากเกินไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. องค์กรของท่านมีการตั้งมาตรฐานในการทำงานไว้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. องค์กรของท่านไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. องค์กรของท่านกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้สูงเกินไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

หมายเหตุ ข้อที่แก้ไข

- *ท่านรู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานเพราะเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ส่วนที่ 3 ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริการโรงแรม หมายถึง ความผูกพันของพนักงานเป็นโครงสร้างของความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นกระบวนการของความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพลังในการปฏิบัติงาน จนก่อให้เกิดการอุทิศตนในการทำงานเพื่อเป็นการมุ่งเน้นไปที่การทำงานของตนเองเพื่อองค์กร และนำไปสู่การแสดงออกที่สนุกสนานในการทำงานของพนักงานบริการ จนอาจทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว หรือที่เรียกได้ว่าการดื่มด่ำกับงาน (Absorption)

ตาราง 7 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามความผูกพันในงาน

คำถาม	ประมาณค่า			IOC	แปลผล
	ความคิดเห็น				
	1	2	3		
ความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกถึงพลัง ความพยายาม ความมุ่งมั่น และแรงจูงใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน					
1. เมื่อตื่นเช้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานท่านรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านสามารถอดทนกับสภาวะกดดันในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ท่านสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ท่านรู้สึกมีความสบายใจกับงานที่ท่านทำอยู่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านมีความเข้มแข็งและคล่องแคล่วในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการทำงาน ความกระตือรือร้น และความรู้สึกภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน					
1. ท่านรู้สึกความท้าทายของงานที่ท่านได้รับมอบหมาย	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง
2. งานที่ท่านสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. งานที่ท่านทำมีคุณค่าและความหมายสำหรับตนเอง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การซึมซับกับงาน (Absorption) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการฝักใฝ่อยู่กับการทำงานของพนักงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว					
1. เมื่อลงมือทำงานท่านจะอยู่กับงานโดยไม่สนใจเรื่องอื่น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. เมื่อท่านลงมือทำงานจะมุ่งมั่นอยู่กับงานนั้นตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. เมื่อลงมือทำงานท่านจะไม่ยอมละทิ้งงานจนกว่างานจะสำเร็จ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ท่านมีความใส่ใจกับงานที่ท่านทำ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านรู้สึกมีความสุขถึงแม้จะต้องทำงานในปริมาณมาก	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง

ส่วนที่ 4 คุณภาพการบริการ (Service Quality) ของพนักงานโรงแรม หมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรมตามการรับรู้ของพนักงานบริการ โดยประเมิน พฤติกรรม 5 ด้าน คือ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ปรากฏขึ้น จนเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ว่าเป็น รูปธรรม และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจกับผู้รับบริการ พร้อมทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้าย่างกันทั่วทั้งที่ เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยมีการดูแลความเอาใจใส่ผู้รับบริการที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน

ตาราง 8 แบบประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนของข้อคำถามคุณภาพการบริการ

คำถาม	ประมาณค่า				แปลผล
	ความคิดเห็น			ค่า IOC	
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3		
ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นของพนักงาน และสิ่งแวดล้อมที่พนักงานปฏิบัติงาน					
1. การเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. โรงแรมสะอาดและสวยงาม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. โรงแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. โรงแรมมีบริการหลากหลายและสอดคล้องในการใช้งาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการปฏิบัติงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลอย่างสม่ำเสมอ					
1.*ท่านทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นได้	+1	+1	0	0.8	แก้ไข
2. ท่านมีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. ท่านมีการกำหนดเวลาการให้บริการเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ท่านสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะบริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที					
1. ท่านมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ท่านตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านสามารถแก้ปัญหาให้ผู้มาใช้บริการได้ตามความต้องการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. การเช็คอินและเช็คเอาท์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	0	0	0	0	ตัดทิ้ง
5. ท่านแสดงความใส่ใจและช่วยแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ตาราง 8 (ต่อ)

คำถาม	ประมาณค่า				
	ความคิดเห็น			ค่า IOC	แปลผล
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3		
6. ท่านมีความสามารถให้บริการได้รวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ พนักงานจะต้องให้บริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจได้ว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด					
1. ท่านให้บริการสุภาพ อ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. ท่านมีอัธยาศัยไมตรีอันดีตลอดเวลา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3. ท่านปฏิบัติงานอย่างมีระบบและเคร่งครัด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. พนักงานมีความรู้ในการตอบคำถามได้ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน					
1. โรงแรมให้การสนับสนุนท่านฝึกอบรมการบริการ	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง
2. ท่านรู้วิธีการแจ้งค่าใช้จ่ายบริการให้มีความน่าเชื่อถือได้	0	-1	0	-0.8	ตัดทิ้ง
3. ท่านรู้สึกว่ามีการรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และห้องพักอย่างทั่วถึง	0	-1	-1	-0.6	ตัดทิ้ง
4. ท่านเอาใจใส่และให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5. ท่านเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6. ท่านใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยที่ทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7.**มีการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการและสามารถให้บริการได้ทันทีเพียงแจ้งชื่อ	+1	+1	0	0.8	แก้ไข
8.***การบริการของท่านดีสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

หมายเหตุ ข้อที่แก้ไข

- *ท่านสามารถสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้กับผู้มาใช้บริการได้
- **ท่านสามารถให้บริการได้ทันทีเพียงแจ้งชื่อ
- ***ท่านให้บริการและดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคนเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

3.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทำการทดสอบ (Try out) กับพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดอยุธยาจำนวน 45 ราย และนำแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alphas coefficient)

จากการทดสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (alpha coefficient) ด้วยวิธีของ Cronbach พบว่าภาพรวมของแบบสอบถามทั้งหมดมีความเชื่อถือเท่ากับ 0.977 เมื่อแบ่งตามตัวแปร พบว่าทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.926 บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.925 ความผูกพันในงาน (Work Engagement) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.934 ในขณะที่ คุณภาพการบริการ (Service Quality) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.974

นิยามเชิงปฏิบัติการ และคะแนนมาตรวัดแบบสอบถาม

ตัวแปรในการวิจัยนี้ประกอบด้วยตัวแปรหลัก 4 ตัวแปร คือ (1) ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) (2) บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) (3) ความผูกพันในงาน (Work Engagement) (4) คุณภาพการบริการ (Service Quality) ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถแบ่งรายละเอียดได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) หมายถึง คุณลักษณะทุนเชิงบวกของพนักงานบริการโรงแรมในความสามารถด้านการก้าวข้ามผ่านปัญหา การมีมุมมองด้านบวก การเห็นคุณค่าภายในตนเอง โดยใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐานแบ่งต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกเป็นฐาน อีกทั้งยังมีคุณลักษณะที่สามารถวัดได้ พัฒนา บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตาราง 9 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก

คำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) หมายถึง ความเชื่อของพนักงานบริการว่ามีความสามารถ และศักยภาพในการปฏิบัติงาน มีความปรารถนาในความท้าทาย มีความพยายามทุ่มเทเพื่อที่จะทำเป้าหมายนั้นให้สำเร็จตามที่ตั้งไว้			.836
1. ฉันมั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาระยะยาวเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา	1	.610	
2. ฉันมั่นใจในการนำเสนอผลงานของฉันในที่ประชุมระดับผู้บริหาร	1	.463	
3. ฉันมั่นใจในการมีส่วนร่วมอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการ	1	.540	
4. ฉันมั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายงานของแผนก	1	.602	
5. ฉันมั่นใจในการติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
6. ฉันมั่นใจว่ามีเวลาทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย	1	.742	
ความหวัง (Hope) หมายถึง พนักงานบริการมีความเชื่อมั่นในการทำเป้าหมายที่ตั้งไว้ เปรียบเสมือนแรงจูงใจในการค้นหาเส้นทางที่จะมุ่งสู่เป้าหมาย ถึงแม้ว่าจะต้องพบกับอุปสรรคแต่ก็ยังมีความตั้งใจในการมองหาเส้นทางต่อไป			.766
1. เมื่อพบปัญหาในการทำงาน ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้	1	.637	
2. ปัจจุบันฉันเต็มไปด้วยพลังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	.439	
3. ฉันเชื่อว่า ปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทาง	1	.775	
4. ขณะนี้ฉันคิดว่าตนเองค่อนข้างประสบความสำเร็จในงาน	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
5. ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	.486	
6. ขณะนี้ฉันได้บรรลุเป้าหมายของงานที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
การมองโลกในแง่ดี (Optimism) หมายถึง ลักษณะของวิธีการคิดที่นึกถึงแต่ด้านดีเสมอเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานบริการ คือมีความสามารถในการมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้น สามารถมองหาโอกาสจากสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะทำเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ถึงแม้จะมีสิ่งที่ไม่ดีเกิดขึ้นแต่พนักงานบริการที่มีการมองโลกในแง่ดีจะมีความสามารถในการยอมรับความจริง และเรียนรู้จากความผิดพลาดนั้นเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงต่อไป			
1. เวลาที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในการทำงาน ฉันเชื่อเสมอว่าต้องมีแต่สิ่งที่ดีเกิดขึ้น	1	.675	.881
2. ในการทำงาน สิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอ	1	.868	

ตาราง 9 (ต่อ)

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α
		Correlation	
3. ฉันจะมองในมุมที่ดีในการทำงานเสมอ	1	.761	
4. ฉันจะมีมุมมองที่ดีต่อการทำงานในอนาคต	1	.649	
5. ปัจจุบันงานที่ฉันทำอยู่ “เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วก็มีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นตามมา”	1	.613	
6. ฉันมีวิธีคิดในการทำงานว่า “เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วก็มีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นตามมา”	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
ความยืดหยุ่นตัว (Resiliency) หมายถึงความสามารถในการปรับตัวได้หลังจากต้องเผชิญกับความล้มเหลว ความลำบาก รวมถึงความไม่แน่นอน โดยถือเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเอาชนะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ			.697
1. เมื่อฉันพบกับความล้มเหลวในงาน ฉันไม่สามารถลุกขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับปัญหาและก้าวเดินต่อไป	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
2. ฉันสามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง	1	.682	
3. ฉันสามารถปรับตัวกับความเครียดในการทำงานได้เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ	0.6	.617	
4. ฉันสามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน	1	.694	
5. ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบากกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน	0.6	.674	

ส่วนที่ 2 บรรยากาศองค์กร (Organization Climate) หมายถึง องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในองค์กรที่บุคลากรในองค์กรสามารถรับรู้ทั้งได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานของตนเอง อาทิเช่น การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นหรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน มีความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ องค์กรมีความชัดเจนในการให้รางวัล บุคลากรมีความรู้สึกได้ถึง การสนับสนุนจากภายในองค์กร รวมถึงมีการส่งเสริมให้โอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะของนโยบายมีมาตรฐานที่ชัดเจน

ตาราง 10 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามบรรยากาศองค์การ

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α
		Correlation	
ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) หมายถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานบริการโรงแรมสามารถแสดงความคิดเห็นหรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน โอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน			.619
1. พนักงานบริการสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย	1	.501	
2. ในการประชุมแต่ละครั้ง หัวหน้างานไม่เคยเปิดโอกาสให้ท่านได้แสดงความคิดเห็นเลย	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
3. แผนกเปิดโอกาสให้สามารถทำงานได้อย่างอิสระ	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
4. ในการตัดสินใจในเรื่องใดก็ตาม ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่เสมอ	1	.459	
5. หัวหน้างานไม่ยอมรับการตัดสินใจการทำงานของท่าน	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
ด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึงความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานบริการในองค์การ			.710
1. งานภายในแผนก มีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานชัดเจน	1	.369	
2. แผนกของท่านกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน	1	.292	
3. แผนกของท่านมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป	1	.510	
4. ท่านรู้สึกว่าการปฏิบัติงานของท่านเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากมีการวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ดี	1	.532	
5. แผนกของท่านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้พนักงานรับทราบอย่างเปิดเผย	1	.522	
6. ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก	1	.568	
7. ท่านมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างจำกัด	1	.598	
ด้านการให้รางวัล (Reward) หมายถึง องค์การมีความชัดเจนและความเหมาะสมในการให้รางวัลผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่พนักงานบริการโรงแรมรับรู้ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี			.700
1. ท่านรู้สึกว่าองค์การมีการให้รางวัลอย่างเหมาะสมและเพียงพอแล้ว	1	.668	
2. องค์การของท่านมีนโยบายการให้รางวัลและผลตอบแทนไม่ชัดเจน	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
3. บุคลากรทุกคนในองค์การจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	1	.489	
4. ท่านคิดว่าการให้รางวัลตอบแทนของผู้บังคับบัญชาขึ้นอยู่กับความพอใจส่วนตัว	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
5. องค์การให้รางวัลไม่สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ตาราง 10 (ต่อ)

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α
		Correlation	
6. ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย	1	.321	
ด้านการสนับสนุน (Support) หมายถึงความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในองค์กร การยอมรับ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน			.687
1. ท่านรู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานเพราะเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	0.6	.565	
2. ท่านรู้สึกว่าขณะปฏิบัติงานเหมือนมีคนคอยจับผิดท่านอยู่	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
3. ท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	1	.659	
4. เพื่อนร่วมงานให้อภัยในความผิดพลาดต่างๆ ของท่านได้	1	.549	
5. การปฏิบัติงานในหน่วยงานของท่านมีลักษณะ ต่างคนต่างทำ	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
6. ท่านได้รับคำแนะนำ และความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานสม่ำเสมอเมื่อเกิดปัญหา	1	.538	
ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) หมายถึงการส่งเสริมให้พนักงานบริการโรงแรมมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การจัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถ รวมทั้งการสนับสนุนให้พนักงานบริการโรงแรมให้แนวคิดและวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน			.805
1. ท่านมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในองค์กรนี้	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
2. องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของท่าน	1	.722	
3. ท่านมักได้รับอนุญาตเข้ารับการฝึกอบรมตามที่ร้องขอ	1	.602	
4. องค์กรสนับสนุนให้ท่านสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	1	.589	
5. องค์กรของท่านมีเป้าหมายและนโยบายการบริหารที่ชัดเจน	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
ด้านการควบคุม (Control) หมายถึงลักษณะของนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อควบคุมพฤติกรรมของพนักงานบริการโรงแรมในองค์กรให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตลอดจนมาตรฐานที่องค์กรจัดขึ้น			.753
1. องค์กรของท่านมีนโยบายการบริหารที่ไม่โปร่งใส	1	.385	
2. องค์กรของท่านกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เหมาะสม	1	.334	
3. ท่านรู้สึกว่ากฎระเบียบที่องค์กรกำหนดขึ้นเคร่งครัดมากเกินไป	1	.421	
4. องค์กรของท่านมีการตั้งมาตรฐานในการทำงานไว้อย่างเหมาะสม	1	.462	
5. องค์กรของท่านไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ในการทำงาน	1	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
6. องค์กรของท่านกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้สูงเกินไป	1	.431	

ส่วนที่ 3 ความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริการโรงแรม หมายถึง ความผูกพันของพนักงานเป็นโครงสร้างของความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นกระบวนการของความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพลังในการปฏิบัติงาน จนก่อให้เกิดการอุทิศตนในการทำงานเพื่อเป็นการมุ่งเน้นไปที่การทำงานของตนเองเพื่อองค์กร และนำไปสู่การแสดงออกที่สนุกสนานในการทำงานของพนักงานบริการ จนอาจทำให้รู้สึกว่าการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว หรือที่เรียกได้ว่าการซึมซับกับงาน (Absorption)

ตาราง 11 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามความผูกพันในงาน

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α Correlation
ความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกถึงพลัง ความพยายาม ความมุ่งมั่น และแรงจูงใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน			.884
1. เมื่อตื่นเข้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน	1	.535	
2. เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานท่านรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการทำงาน	1	.454	
3. ท่านสามารถอดทนกับสภาวะกดดันในการทำงาน	1	.792	
4. ท่านสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน	1	.564	
5. ท่านรู้สึกมีความสบายใจกับงานที่ท่านทำอยู่	1	.808	
6. ท่านมีความเข้มแข็งและคล่องแคล่วในการทำงาน	1	.664	
การอุทิศตน (Dedication) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการทำงาน ภาวะดีใจหรือรัก และความรู้สึกภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน			.806
1. ท่านรู้สึกความท้าทายของงานที่ท่านได้รับมอบหมาย	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
2. งานที่ท่านสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานได้	1	.767	
3. ท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	1	.800	
4. งานที่ท่านทำมีคุณค่าและความหมายสำหรับตนเอง	1	.592	
การซึมซับกับงาน (Absorption) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการฝักใฝ่อยู่กับการทำงานของพนักงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว			.924
1. เมื่อลงมือทำงานท่านจะอยู่กับงานโดยไม่สนใจเรื่องอื่น	1	.754	
2. เมื่อลงมือทำงานท่านรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว	1	.681	
3. เมื่อท่านลงมือทำงานจะมุ่งมั่นอยู่กับงานนั้นตลอดเวลา	1	.764	

ตาราง 11 (ต่อ)

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α
		Correlation	
4. เมื่อลงมือทำงานท่านจะไม่ยอมละทิ้งงานจนกว่างานจะสำเร็จ	1	.692	
5. ท่านมีความใส่ใจกับงานที่ท่านทำ	1	.794	
6. ท่านรู้สึกมีความสุขถึงแม้จะต้องทำงานในปริมาณมาก	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ส่วนที่ 4 คุณภาพการบริการ (Service Quality) ของพนักงานโรงแรม หมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานบริการโรงแรมตามการรับรู้ของพนักงานบริการ โดยประเมิน พฤติกรรม 5 ด้าน คือ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ปรากฏขึ้น จนเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้อย่างเป็น รูปธรรม และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจกับผู้รับบริการ พร้อมทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าอย่างทันท่วงที เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยมีการดูแลความเอาใจใส่ผู้รับบริการ ที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน

ตาราง 12 ผลแบบทดสอบค่าความเชื่อมั่นในข้อคำถามคุณภาพการบริการ

คำถาม	IOC	Corrected	
		Item-Total	α
		Correlation	
ความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและ พฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นของพนักงาน และสิ่งแวดล้อมที่พนักงานปฏิบัติงาน			.916
1. การเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย	1	.641	
2. โรงแรมสะอาดและสวยงาม	1	.760	
3. สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย	1	.758	
4. โรงแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	1	.746	
5. โรงแรมมีบริการหลากหลายและสอดคล้องในการใช้งาน	1	.713	
6. สภาพแวดล้อมมีความสวยงามเหมาะในการพักผ่อน	1	.733	

ตาราง 12 (ต่อ)

คำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลอย่างสม่ำเสมอ			.911
1. ท่านสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการได้	0.8	.773	
2. ท่านมีทักษะในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า	1	.853	
3. โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ	1	.787	
4. ท่านมีการกำหนดเวลาการให้บริการเหมาะสม	1	.745	
5. ท่านสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนด	1	.746	
6. ท่านสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง	1	.711	
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะบริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันท่วงที			.905
1. ท่านมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ	1	.878	
2. ท่านตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	1	.698	
3. ท่านสามารถแก้ปัญหาให้ผู้มาใช้บริการได้ตามความต้องการ	1	.819	
4. การเช็คอินและเช็คเอาท์สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	0	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
5. ท่านแสดงความใส่ใจและช่วยแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็ว	1	.807	
6. ท่านมีความสามารถให้บริการได้รวดเร็ว	1	.791	
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ พนักงานจะต้องให้บริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจได้ว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด			.871
1. ท่านให้บริการสุภาพ อ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใส	1	.804	
2. ท่านมีอัธยาศัยไมตรีอันดีตลอดเวลา	1	.654	
3. ท่านปฏิบัติงานอย่างมีระบบและเคร่งครัด	1	.787	
4. พนักงานมีความรู้ในการตอบคำถามได้ชัดเจน	1	.658	
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการที่มีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน			.931
1. โรงแรมให้การสนับสนุนท่านฝึกอบรมการบริการ	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง

ตาราง 12 (ต่อ)

คำถาม	IOC	Corrected	α
		Item-Total Correlation	
2. ท่านรู้วิธีการแจ้งค่าใช้บริการให้มีความน่าเชื่อถือได้	-0.8	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
3. ท่านรู้สึกว่ามีการรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และห้องพักร้อยทั้งถึง	-0.6	ตัดทิ้ง	ตัดทิ้ง
4. ท่านเอาใจใส่และให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	1	.723	
5. ท่านเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	1	.857	
6. ท่านใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยที่ทำให้ผู้ให้บริการประทับใจ	1	.776	
7. ท่านสามารถให้บริการได้ทันทีเพียงผู้ให้บริการแจ้งชื่อ	0.8	.811	
8. ท่านให้บริการและดูแลเอาใจใส่ผู้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	1	.734	

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ลักษณะข้อมูลจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ขั้นตอนการเตรียมการก่อนดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการวิจัย โดยการศึกษาค้นคว้าและการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทางด้านวิชาการต่างๆ และทำการทบทวนงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย แล้วนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และเหมาะสมก่อนนำไปเก็บข้อมูล

4.2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

4.2.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.2 ผู้วิจัยได้เข้าพบกับฝ่ายบุคคลของแต่ละโรงแรม และอธิบายวัตถุประสงค์ของการแจกแบบสอบถาม เพื่อขอความกรุณาในการเก็บรวบรวมข้อมูลหน่วยตัวอย่างตามแต่ละแผนกของโรงแรม โดยกำหนดเก็บข้อมูลกลับคืนภายใน 7 วัน

4.2.3 เมื่อครบกำหนด ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากแต่ละโรงแรม

4.2.4 ผู้วิจัยจะนำแบบวัดที่ได้รับมาดำเนินการจัดกระทำข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ ประสบการณ์ในการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency Distribution) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

5.2 ข้อมูลทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) บรรยากาศองค์การ (Organization Climate) ความผูกพันในงาน (Work Engagement) และคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์เพื่อทดสอบตัวแปรส่งผ่าน ตามแนวทางของ Baron and Kenny (1986) ในการทดสอบตัวแปรส่งผ่าน โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และใช้สูตรคำนวณของ Baron and Kenny (1986) เพื่อหาอิทธิพลทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

พนักงานบริการที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้างาน โดยใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) 1 กลุ่ม ประกอบด้วยผู้เข้าร่วม จำนวน 7-10 คน ผู้ดำเนินการสนทนา 1 คน ผู้จัดบันทึก 1 คน และผู้ช่วยทั่วไป 1 คน ตามแนวการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คำถามปลายเปิดเชิงซักถามเหตุผล และค้นหาคำตอบ เพื่อนำมาอ้างอิงและสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณอีกครั้งหนึ่ง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยได้จัดการทำ Focus Group พนักงานบริการโรงแรมที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

มา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไป เป็นจำนวน 7-10 คน ใช้เวลาการสนทนากลุ่มประมาณ 1-3 ชั่วโมง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งการสนทนาแบบกลุ่มนี้สามารถประหยัดเวลาในการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล อีกทั้งยังเป็นการค้นหาข้อมูลถึงข้อเท็จจริงได้อย่างครบถ้วน และสามารถตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลไปได้พร้อมๆ กัน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหลักการในการสัมภาษณ์งานวิจัยในครั้งนี้ไว้ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์ให้ชัดเจน โดยมีการตั้งแนวคำถามที่มุ่งเน้นถึงการบริการที่มีคุณภาพ โดยมีการจัดแบบบันทึก รวมถึงอุปกรณ์อื่นที่มีความจำเป็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งการสนทนากลุ่มในงานวิจัยนี้อยู่ระหว่าง 1-3 ชั่วโมงเพื่อไม่ให้เกิดการเหนื่อยล้าของผู้ให้ข้อมูลและผู้ดำเนินการสัมภาษณ์

2) ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อนัดหมายผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า โดยมีการกำหนดเวลาในการจัดสนทนากลุ่ม สถานที่ และต้องมีการคำนึงถึงความสะดวกของผู้ให้ข้อมูลอย่างเต็มที่

3) ระหว่างดำเนินการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะต้องสร้างบรรยากาศที่ดี เป็นกันเอง เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลรู้สึกผ่านคลาย แล้วจึงทำการชี้แจงให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทราบถึงจุดประสงค์ของการสัมภาษณ์ และให้คำรับรองว่าจะปกปิดข้อมูลในการสนทนาครั้งนี้เป็นความลับ และไม่ให้ผู้ให้ข้อมูลเดือดร้อนหรือเสื่อมเสียได้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเต็มใจในการให้ข้อเท็จจริงมากที่สุด

4) ผู้วิจัยทำการตั้งคำถามทีละคำถาม โดยไม่มีการเร่ง หรือรีบร้อนในการรับฟังข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และไม่ใช้คำถามนำหรือชี้แนะแต่เป็นการถามคำถามที่ตรงประเด็น มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน สื่อความหมายชัดเจนและจะต้องเป็นคำถามที่ผู้ให้ข้อมูลมีข้อมูลอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้วิจัยจะต้องมีการแสดงถึงความตั้งใจฟัง ไม่ควรขัดแย้งต่อคำตอบ เพราะอาจมีผลต่อการตอบคำถามต่อไปได้ รวมทั้งต้องมีการแสดงถึงความสุภาพเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลไม่รู้สึกรู้สิดัดใจที่จะให้ข้อมูล

5) ผู้วิจัยทำการจัดบันทึกการสัมภาษณ์ทันที โดยมีการจดถึงประเด็นสำคัญและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน พร้อมมีการบันทึกเสียงระหว่างการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยทำการขออนุญาตบันทึกเสียง และต้องให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแสดงความยินยอมในการบันทึกเสียงก่อน ผู้วิจัยจึงทำการบันทึกเสียง

3. การจัดระบบแฟ้มข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นขั้นตอนเพื่อค้นหาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์การทำงานบริการด้านโรงแรม และมีการประเมินถึงคุณภาพการบริการที่ดีจากองค์กรที่ทำงาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพนี้ไม่ได้ใช้สถิติเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นหลัก จึงทำให้ผู้วิจัยข้อมูลมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการวิเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงต้องมีข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากสนทนากลุ่มอย่างครบถ้วน มีการจัดการอย่างเป็นระบบ สะดวก

และง่ายต่อการค้นหาข้อมูล จึงจะต้องทำให้ผู้วิจัยจัดทำแฟ้มขึ้นมาเพื่อประโยชน์ในการค้นหาข้อมูล จากการสนทนากลุ่มให้ได้อย่างมีระบบระเบียบ โดยแบ่งออกเป็น 2 แฟ้ม ดังนี้ (ทิพวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

3.1 แฟ้มข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ

3.1.1 ข้อมูลที่เป็นการบินที่การสนทนากลุ่มประกอบด้วย ชื่อผู้ให้ข้อมูล วันที่ ช่วงเวลา สถานที่สัมภาษณ์ ชื่อผู้สัมภาษณ์ บทสัมภาษณ์ กลุ่มคำ หน้า บรรทัดที่ คำถาม และ สมมติฐาน

3.1.2 ข้อมูลที่เป็นแบบวิเคราะห์การสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยชื่อ ผู้ให้ข้อมูล ชื่อผู้สัมภาษณ์ คำหลัก บรรยาย เหตุการณ์/สถานการณ์ และการตีความเบื้องต้น

3.2 แฟ้มผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

3.2.1 ในการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะต้องตั้งชื่อสมมติผู้ให้ข้อมูลทุกราย เนื่องจากต้องเคารพสิทธิมนุษยชน และการรักษาข้อมูลเป็นความลับ โดยระบุวัน เดือน ปี กลุ่มผู้ให้ ข้อมูล ชื่อสกุลจริงของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ชื่อสมมติ ตำแหน่ง หน่วยงานที่ปฏิบัติอยู่ รายชื่อนักวิจัยที่ทำการ สนทนากลุ่ม

3.2.2 เอกสารจัดกลุ่มดัชนีข้อมูล จะระบุถึงข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลตามคำถามการวิจัย

3.2.3 เอกสารสรุปหัวข้อย่อยตามคำถามการวิจัย จะระบุประเด็นตามคำถามการ วิจัย Sub-themes และดัชนีข้อมูลย่อยตามคำถามการวิจัย

3.2.4 เอกสารสรุปข้อค้นพบเบื้องต้น ซึ่งสรุปตามคำถามการวิจัยและเป็นการค้นหา ความเหมือนความต่างของข้อค้นพบจากแผนภาพ

3.2.5 เอกสารสร้างบทสรุป นำความเชื่อมโยงจากข้อค้นพบทั้งหมดมาสรุปเป็น แผนภาพ

4. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 4 ส่วน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริการโรงแรม มีประเด็นคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม

4.1.1 ประสบการณ์ทำงานด้านการบริการ

4.1.2 ความรู้ทั่วไปในงานบริการ

4.1.3 หน้าที่ความรับผิดชอบในหน้าที่ของพนักงานบริการโรงแรม

4.1.4 วัฒนธรรมองค์กรเป็นอย่างไรบ้าง

4.2 ความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ มีประเด็นคำถามจำนวน 5 ข้อคำถาม

- 4.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของการบริการในโรงแรม และแนวคิดการบริการอย่างมีคุณภาพ
- 4.2.2 สาเหตุที่สนใจในการทำงานบริการโรงแรม
- 4.2.3 ความรู้สึกในการทำงานบริการโรงแรม
- 4.2.4 งานบริการโรงแรมต้องอาศัยปัจจัยอะไรบ้างในการบริการอย่างมีคุณภาพ
- 4.2.6 เวลาทำงานรู้สึกถึงความมีพลังในการมุ่งมั่นบริการ
- 4.2.7 รู้สึกกระปรี้กระเป่าทุกครั้งเวลาต้องมาทำงาน

4.3 ข้อมูลพื้นฐานลักษณะ และเหตุผลของการทำงานบริการในโรงแรมว่าเป็นเพราะอะไรบ้าง มีประเด็นคำถามหลัก คือ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีประเด็นคำถามจำนวน 8 ข้อคำถาม

4.3.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

- 4.3.1.1 มีความถนัดในการบริการของโรงแรม
- 4.3.1.2 มีการตั้งเป้าหมายในสายอาชีพการบริการโรงแรมอย่างไรบ้าง
- 4.3.1.3 มีมุมมองงานด้านการบริการโรงแรมอย่างไร
- 4.3.1.4 มีการสร้างแรงจูงใจต่อตนเองในการทำงานสายอาชีพการบริการ

โรงแรม

4.3.2 ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม

- 4.3.2.1 ความสัมพันธ์กับพนักงานภายในโรงแรม
- 4.3.2.2 ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน
- 4.3.2.3 สังคมการทำงานในโรงแรมตรงตามลักษณะของเรา
- 4.3.2.4 โรงแรมมีการจัดอบรมที่มีประโยชน์กับสายงานของเรา
- 4.3.2.5 ผลตอบแทนในการทำงาน
- 4.3.2.6 มีอิสระในการทำงานได้อย่างเต็มที่

4.4 ปัญหาอุปสรรคในการทำงานด้านการบริการ มีประเด็นคำถามจำนวน 4 ข้อ

- 4.4.1 เหตุการณ์ที่เราได้แสดงความสามารถในการแก้ปัญหา
- 4.4.2 เวลาเจอปัญหาด้านการบริการ มีการแก้ปัญหาอย่างไร และรู้สึกอย่างไรบ้าง
- 4.4.3 มีความรู้สึกท้อแท้ในงานสายบริการโรงแรมบ้างหรือไม่
- 4.4.4 เวลาที่ต้องเผชิญกับปัญหาที่แก้ไม่ได้ มีการปฏิบัติอย่างไร

5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลถือเป็นสิ่งสำคัญของงานวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีการทดสอบเครื่องมือเบื้องต้น ไม่มีค่าสถิติแสดงคุณภาพ เพื่อแสดงความน่าเชื่อถือของ

ข้อมูล ผู้วิจัยจำต้องคำนึงถึงความสำคัญของความตรง (validity) ของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีอยู่ 3 ประเภทดังนี้

1) ความตรงของเครื่องมือ (instrumental validity) คือ ความตรงของนักวิจัยและพนักงานบริการโรงแรมเป็นสำคัญ ในการถ่ายทอดเรื่องราวจากการสนทนากลุ่ม โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละพนักงานบริการโรงแรมแต่ละคน และการเข้าถึงความจริงโดยไม่ใช้ทัศนคติของนักวิจัยเข้าครอบงำในการตีความหมายของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา

2) ความตรงเชิงประจักษ์ (apparent validity) คือ การที่นักวิจัยสามารถให้บรรณาธิบายเกี่ยวกับลักษณะภายนอกที่ปรากฏเห็นชัดของพนักงานบริการโรงแรม องค์การรวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ผู้วิจัยได้คลุกคลีในช่วงระยะที่ทำการศึกษา ได้ถูกต้องตามสภาพที่เป็นจริง

3) ความตรงเชิงคุณลักษณะ (construct validity) การที่นักวิจัยสามารถถอดรหัสระบบความคิดของพนักงานบริการโรงแรมเป็นสำคัญ และให้อธิบายเกี่ยวกับความหมายของปรากฏการณ์ ได้ถูกต้องตามเกณฑ์ รหัสหรือทัศนคติของพนักงานบริการโรงแรม

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ แบบนิรนัย (Deductive) ตั้งต้นจากทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษามาก่อนแล้วหาข้อมูลจากปรากฏการณ์จริงของโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมาสนับสนุน ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ที่เน้นเฉพาะเนื้อหาตามที่ปรากฏเท่านั้น โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอน 4 ขั้นตอน ดังนี้ (ทิพวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

6.1 ทำดัชนีข้อมูล (Indexing) ผู้วิจัยทำการอ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูลพร้อมดึงกลุ่มคำ (keyword) แล้วนำมาเขียนไว้ในช่องทางขวามือของแบบบันทึกภาคสนามพร้อมระบุเลขหน้า และเลขบรรทัดที่กลุ่มคำนั้นปรากฏอยู่ ผู้วิจัยทำการสรุปท้ายของการสัมภาษณ์ว่ามีคำถามอะไรบ้างที่อยู่ในใจของนักวิจัยและจะตั้งสมมติฐานว่าอย่างไรบ้าง เช่น กลุ่มคำ ๆ นั้นน่าจะตอบคำถามการวิจัยข้อใดและมีคำถามใดที่นักวิจัยได้คำตอบคลุมเครือก็ให้บันทึกไว้เพื่อว่าจะได้กลับไปถามผู้ให้ข้อมูลใหม่อีกครั้งจนกว่าจะได้คำตอบการวิจัยที่ชัดเจน นอกจากนี้ในการตั้งสมมติฐานดังกล่าวอาจจะเป็นจริงหรือไม่เป็นจริงก็ได้ ซึ่งนักวิจัยจะต้องพิสูจน์ข้อค้นพบต่อไป

6.2 จัดกลุ่มดัชนีข้อมูล (Clustering) แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

6.2.1 อ่านดัชนีข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง แล้วจัดแบ่งกลุ่มดัชนีข้อมูลตามคำถามการวิจัยในแต่ละคำถาม แล้วทำการแยกประเด็นข้อสรุปจากผู้ให้ข้อมูล

6.2.2 ทบทวนเพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมดในแต่ละกลุ่มดัชนีมารวมกันเป็นกลุ่มดัชนีข้อมูลย่อย

6.3 สร้างบทสรุป (Drawing themes)

6.3.1 อ่านทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมดในแต่ละกลุ่มดัชนีข้อมูลย่อยแล้วสรุปเป็นหัวข้อย่อยๆ (Sub-themes) ในแต่ละเรื่องตามคำถามการวิจัยของผู้ให้ หากอ่านทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมดแล้วพบว่าประเด็นใดที่เพิ่มเติม ก็สามารถนำมาจัดเป็นดัชนีข้อมูลและจัดให้เข้าในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งเพิ่มเติมในภายหลังได้

6.3.2 อ่านบทวนข้อมูลทั้งหมดของแต่ละหัวข้อย่อย เพื่อพิสูจน์ว่าหัวข้อย่อยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นหัวข้อย่อยที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล

6.3.3 อ่านทำความเข้าใจกับหัวข้อย่อยแต่ละข้อแล้วสรุปเป็นหัวข้อ (Themes) ตามแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และความคิดเห็นของผู้วิจัยเพื่อให้เป็นข้อค้นพบเบื้องต้น (preliminary finding)

6.3.4 สร้างบทสรุปโดยนำข้อค้นพบเบื้องต้นมาเชื่อมโยงเป็นบทสรุปผู้วิจัยนำข้อค้นพบที่ตอบคำถามการวิจัยทุกข้อมาเขียนเชื่อมโยงเป็นบทสรุป

6.4 พิสูจน์บทสรุป (Verifying conclusion) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่เป็นข้อสรุปกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องตรงกันกับความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ไว้อีกครั้งก่อนสรุปเป็นข้อค้นพบ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาด้านอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำนวน 217 ตัวอย่าง การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ส่วนดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจิตวิทยาเชิงบวก
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบรรยากาศองค์การ
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันในงาน
6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

วิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) วิเคราะห์หาทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient และใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ การกำหนดสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ผลดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r.	แทน	ค่าสถิติทดสอบความสัมพันธ์โดยค่าสถิติ Pearson's Correlation Coefficient test
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
Adjusted R2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว

sig.	แทน ค่าความน่าจะเป็นบอกลักษณะสำคัญทางสถิติ
*	แทน ผลทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H0	แทน สมมติฐานหลัก
H1	แทน สมมติฐานรอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ได้ดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	69	31.80
หญิง	148	68.20
รวม	217	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	22	10.14
อายุ 20 - 25 ปี	72	33.18
อายุ 26 - 30 ปี	47	21.66
มากกว่า 30 ปี	76	35.02
รวม	217	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	124	57.14
สมรส	61	28.11
แยกกันอยู่หรือหย่าร้าง	14	6.45
หม้าย	18	8.29
รวม	217	100.00

ตาราง 13 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	143	65.90
ปริญญาตรี	71	32.72
สูงกว่าปริญญาตรี	3	1.38
รวม	217	100.00

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ห้ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี จำนวน 217 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้ ปัจจัยด้านเพศ พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 148 คน คิดเป็น ร้อยละ 68.20 และเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.80 ปัจจัยด้านอายุ พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.02 รองลงมา อายุ 20 – 25 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.18 และ อายุ 26 – 30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.66 น้อยสุด น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.14 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีส่วนใหญ่โสด จำนวน 124 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.14 รองลงมา สมรส จำนวน 61 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.11 และหม้าย จำนวน 18 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.29 น้อยสุด แยกกันอยู่หรือหย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.45 ปัจจัยระดับการศึกษา พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี มากสุด จำนวน 143 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.90 รองลงมา ปริญญาตรี จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 32.72 น้อยสุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.38 ปัจจัยด้านประสบการณ์ด้านการบริการโรงแรม พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านการบริการโรงแรมระหว่าง 1 – 3 ปี มากสุด จำนวน 87 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.09 รองลงมา มากกว่า 5 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.42 และ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.96 น้อยสุด จำนวน 3 – 5 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.52 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจิตวิทยาเชิงบวก

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจิตวิทยาเชิงบวก ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) ด้านความหวัง (Hope) ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) และด้านความยืดหยุ่นตัว (Resiliency) มีผลการศึกษาได้ดังนี้

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Capital Positive Psychological) ในภาพรวม

ทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital)	\bar{x}	SD.
ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy)	3.40	0.85
ด้านความหวัง (Hope)	3.51	0.93
ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism)	3.63	0.87
ด้านความยืดหยุ่นตัว (Resiliency)	3.44	0.92
ภาพรวม	3.50	0.83

จากตาราง 14 พบว่า พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกระดับดี ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความหวัง (Hope) และความยืดหยุ่นตัว (Resiliency) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63, 3.52 และ 3.44 ตามลำดับ ในด้านการรับรู้ความสามารถตนเองอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40 สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังตารางที่ 15 – 18

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy)

ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy)	\bar{x}	SD.
ฉันมั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาในช่วงระยะยาวเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา	3.46	0.95
ฉันมั่นใจในการนำเสนอผลงานของฉันในที่ประชุมของระดับผู้บริหาร	3.29	1.06
ฉันมั่นใจในการมีส่วนร่วมอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร	3.31	0.98
ฉันมั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายงานของหน่วยงาน	3.28	1.05
ฉันมั่นใจว่ามีเวลาทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายไปได้ด้วยดี	3.64	1.08
ภาพรวม	3.40	0.85

จากตาราง 15 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการรับรู้ความสามารถตนเองในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติดี 2 ข้อ ได้แก่ ฉันมั่นใจว่ามีเวลาทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายไปได้ด้วยดี และ ฉันมั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาในช่วงระยะเวลาเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหา 3.64 และ 3.45 มีทัศนคติในระดับปานกลางในเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ ฉันมั่นใจในการมีส่วนร่วมอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร ฉันมั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายงานของหน่วยงาน และ ฉันมั่นใจในการนำเสนอผลงานของฉันในที่ประชุมของระดับผู้บริหาร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.31, 3.23 และ 3.28 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความหวัง (Hope)

ด้านความหวัง (Hope)	\bar{x}	SD.
เมื่อพบปัญหาในการทำงาน ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้	3.43	1.00
ปัจจุบัน ฉันเต็มไปด้วยพลังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	3.53	1.15
ฉันคิดว่าปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทาง	3.60	1.03
ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	3.50	1.01
ภาพรวม	3.51	0.93

จากตาราง 16 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความหวังในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติในระดับทุกข้อ ได้แก่ ฉันคิดว่าปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทาง ปัจจุบัน ฉันเต็มไปด้วยพลังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเมื่อพบปัญหาในการทำงาน ฉันสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60, 3.53, 3.50 และ 3.43 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านการมองโลกในแง่ดี

การมองโลกในแง่ดี (Optimism)	\bar{x}	SD.
เวลาที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในการทำงาน ฉันเชื่อเสมอว่าต้องมีแต่สิ่งที่ดีเกิดขึ้น	3.47	1.07
ในการทำงานสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอ เพราะฉะนั้นฉันจะแก้ไขสิ่งผิดพลาดให้ดีที่สุด	3.70	1.06
ฉันจะมองในมุมที่ดีในการทำงานเสมอ	3.74	0.90
ฉันมีมุมมองที่ดีต่อการทำงานในอนาคต	3.67	1.04
ปัจจุบันงานที่ฉันทำอยู่ "เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วมักมีสิ่งดี ๆ เกิดขึ้นตามมา"	3.59	1.06
ภาพรวม	3.63	0.87

จากตาราง 17 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการมองโลกในแง่ดีอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีทัศนคติในระดับดีทุกข้อ ได้แก่ ฉันจะมองในมุมที่ดีในการทำงานเสมอ ในการทำงานสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอเพราะฉะนั้นฉันจะแก้ไขสิ่งผิดพลาดให้ดีที่สุด ฉันมีมุมมองที่ดีต่อการทำงานในอนาคต ปัจจุบันงานที่ฉันทำอยู่ "เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วมักมีสิ่งดี ๆ เกิดขึ้นตามมา" และเวลาที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในการทำงานฉันเชื่อเสมอว่าต้องมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นบ้าง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74, 3.70, 3.67, 3.59 และ 3.47 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ด้านความยืดหยุ่นตัว

ด้านความยืดหยุ่นตัว (Resiliency)	\bar{x}	SD.
ฉันสามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง	3.33	0.99
ฉันสามารถปรับตัวกับความเครียดในการทำงานได้ เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ	3.51	1.05
ฉันสามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้ เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน	3.50	1.03
ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบากกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน	3.44	1.04
ภาพรวม	3.44	0.92

จากตาราง 18 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความยืดหยุ่นตัวในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติดี 3 ข้อ ได้แก่ ฉันสามารถปรับตัวกับความเครียดในการทำงานได้เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ ฉันสามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้ เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน และฉันรู้สึกว่าคุณสามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบากกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกันเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51, 3.50 และ 3.44 ตามลำดับ มีทัศนคติระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ฉันสามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบรรยากาศองค์การ

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านการให้รางวัล ด้านการสนับสนุน (Support) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) และด้านการควบคุม (Control) มีผลการศึกษาได้ ดังนี้

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การในภาพรวม

ทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การ (Organization Climate)	\bar{x}	SD.
ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement)	3.15	1.00
ด้านโครงสร้าง (Structure)	3.17	0.84
ด้านการให้รางวัล (Reward)	2.98	1.06
ด้านการสนับสนุน (Support)	3.25	1.03
ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement)	3.10	1.06
ด้านการควบคุม (Control)	2.68	0.89
ภาพรวม	3.05	0.81

จากตาราง 19 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการสนับสนุน (Support) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) ด้านการให้รางวัล (Reward) และด้านการควบคุม (Control) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25, 3.17, 3.16, 3.10, 2.98 และ 2.68 ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังตารางดัง 20 – 25

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	\bar{x}	SD.
พนักงานบริการในองค์กรสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย	3.22	1.12
แผนกของท่าน เปิดโอกาสให้สามารถทำงานได้อย่างอิสระ	3.23	1.12
ในการตัดสินใจเรื่องใดก็ตาม ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่เสมอ	3.02	1.11
ภาพรวม	3.15	1.00

จากตาราง 20 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ แผนกของท่านเปิดโอกาสให้สามารถทำงานได้อย่างอิสระ

พนักงานบริการในองค์การสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย และในการตัดสินใจเรื่องใดก็ตาม ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22, 3.21 และ 3.02 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านโครงสร้าง (Structure)

ด้านโครงสร้าง (Structure)	\bar{x}	SD.
งานภายในองค์การระบุน้ำที่ความรับผิดชอบในการทำงานชัดเจน	3.36	1.15
แผนกกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน	3.29	1.14
แผนกของท่านมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป	2.95	1.17
ท่านคิดว่าการปฏิบัติงานของท่านเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี	3.38	1.08
แผนกมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้บุคลากรรับทราบอย่างเปิดเผย	3.22	1.16
ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก	3.26	1.12
มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างจำกัด	2.72	1.15
ภาพรวม	3.17	0.84

จากตาราง 21 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านโครงสร้างระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติระดับปานกลางทุกข้อ โดยสูงสุด ท่านคิดว่าการปฏิบัติงานของท่านเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมา งานภายในองค์การ มีการระบุน้ำที่ความรับผิดชอบในการทำงานชัดเจน แผนกของท่านกำหนดลักษณะโครงสร้างการบริหารงานไว้อย่างชัดเจน ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก แผนกของท่านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้บุคลากรรับทราบอย่างเปิดเผย แผนกของท่านมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป และท่านมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างจำกัด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.36, 3.30, 3.26, 3.22, 2.95 และ 2.72 ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการให้รางวัล (Reward)

การให้รางวัล (Reward)	\bar{x}	SD.
ท่านรู้สึกว่าคุณค์กรมีการให้รางวัลอย่างเหมาะสมและเพียงพอแล้ว	2.86	1.18
บุคลากรทุกคนในองค์การจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	2.97	1.20
ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย	3.10	1.16
ภาพรวม	2.98	1.06

จากตาราง 22 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านการให้รางวัล (Reward) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ โดยสูงสุด ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.10 รองลงมา บุคลากรทุกคนในองค์การจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน และท่านรู้สึกว่าคุณค์กรมีการให้รางวัลอย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.86 ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้านการสนับสนุน

ด้านการสนับสนุน	\bar{x}	SD.
รู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานเพราะเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	3.31	1.21
ได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	3.29	1.07
เพื่อนร่วมงานให้อภัยในความผิดพลาดต่างๆ ของท่านได้	3.24	1.04
ได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานสม่ำเสมอเมื่อเกิดปัญหา	3.16	1.14
ภาพรวม	3.25	1.03

จากตาราง 23 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านการสนับสนุนในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีทัศนคติระดับปานกลางทุกข้อ โดยสูงสุด คือ ท่านรู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานใน

หน่วยงานเพราะเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีค่าเฉลี่ย 3.31 รองลงมา ท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานให้อภัยในความผิดพลาดต่างๆ ของท่านได้ และท่านได้รับคำแนะนำ และความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.24 และ 3.16 ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้าน ความเจริญก้าวหน้า

ด้านความเจริญก้าวหน้า	\bar{x}	SD.
องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของท่าน	3.17	1.14
บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	2.99	1.20
องค์กรของท่านมีนโยบายและกฎระเบียบการบริหารที่ชัดเจน	3.14	1.14
ภาพรวม	3.10	1.06

จากตาราง 24 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านความเจริญก้าวหน้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยสูงสุด องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมา องค์กรของท่านมีนโยบาย และกฎระเบียบการบริหารที่ชัดเจน และ บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14 และ 2.99 ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การด้าน ความเจริญก้าวหน้า

ด้านความเจริญก้าวหน้า	\bar{x}	SD.
องค์กรของท่านมีนโยบายการบริหารที่ไม่โปร่งใส	2.27	1.19
องค์กรของท่านกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เหมาะสม	3.05	1.12
ท่านรู้สึกว่าการเปรียบเทียบที่องค์กรกำหนดขึ้นเคร่งครัดมากเกินไป	2.68	1.29
องค์กรของท่านไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ในการทำงาน	2.54	1.16
องค์กรของท่านกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้สูงเกินไป	2.87	1.15
ภาพรวม	2.68	0.89

จากตาราง 25 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการควบคุมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยสูงสุดในด้านองค์การของท่านกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมา องค์การของท่านกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้สูงเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ย 2.87 มีทัศนคติระดับน้อยมี 3 ข้อ ได้แก่ ท่านรู้สึกว่าการระเบียบที่องค์การกำหนดขึ้นเคร่งครัดมากเกินไป องค์การของท่านไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ในการทำงาน และองค์การของท่านมีนโยบายที่ไม่โปร่งใส โดยมีค่าเฉลี่ย 2.69, 2.54 และ 2.27 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันในงาน (Work Engagement)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันในงาน ได้แก่ ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตน (Dedication) และด้านการซึมซับกับงาน (Absorption) มีผลการศึกษาได้ดังนี้

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work engagement) ในภาพรวม

ทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement)	\bar{x}	SD.
ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor)	3.43	0.97
ด้านการอุทิศตน (Dedication)	3.49	1.06
ด้านการซึมซับกับงาน (Absorption)	3.49	0.97
ภาพรวม	3.47	1.00

จากตาราง 26 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีความผูกพันในงาน (Work Engagement) อยู่ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความผูกพันในงาน (Work Engagement) อยู่ในระดับดี ได้แก่ การซึมซับกับงาน (Absorption) การอุทิศตน (Dedication) และความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.49, 3.48 และ 3.43 ตามลำดับ สรุปผลรายด้านได้ดังตาราง 27 – 29

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor)

ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor)	\bar{x}	SD.
เมื่อตื่นเช้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน	3.40	1.19
เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานท่านรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการทำงาน	3.45	1.12
ท่านมีความพยายามในการทำงานกับสภาวะกดดันในการทำงาน	3.38	1.00
ท่านสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน	3.41	1.06
ท่านรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ	3.45	1.12
ท่านมีความเข้มแข็งและคล่องแคล่วในการทำงาน	3.49	1.06
ภาพรวม	3.43	0.97

จากตาราง 27 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติ 4 ข้อ โดยสูงสุด คือ ท่านมีความเข้มแข็งและคล่องแคล่วในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมา เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานท่านรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการทำงาน และท่านรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.45 และ ท่านสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน มีค่าเฉลี่ย 3.41 มีทัศนคติระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ เมื่อตื่นเช้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน และท่านมีความพยายามในการทำงานกับสภาวะกดดันในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.38 ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านการอุทิศตน

ด้านการอุทิศตน	\bar{x}	SD.
งานที่ท่านทำสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานได้	3.41	1.14
ท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	3.54	1.11
งานที่ท่านทำมีคุณค่าและความหมายสำหรับตนเอง	3.50	1.10
ภาพรวม	3.49	1.06

จากตาราง 28 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการอุทิศตนระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดีครบทุกข้อ โดยสูงสุดท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมา งานที่ท่านทำมีคุณค่าและความหมายสำหรับตนเอง และ งานที่ท่านทำสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานได้ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และ 3.41 ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านการซึ่มีซึ่กับงาน (Absorption)

ด้านการอุทิศตน	\bar{x}	SD.
เมื่อลงมือทำงานท่านจะอยู่กับงานโดยไม่สนใจเรื่องอื่น	3.50	1.08
เมื่อลงมือทำงานท่านรู้สึกว่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว	3.52	1.02
เมื่อท่านลงมือทำงานจะมุ่งมั่นอยู่กับงานนั้นตลอดเวลา	3.38	1.01
เมื่อลงมือทำงานท่านจะไม่ยอมละทิ้งงานจนกว่างานจะสำเร็จ	3.50	1.08
ท่านมีความใส่ใจกับงานที่ท่านทำ	3.53	1.13
ภาพรวม	3.49	0.97

จากตาราง 29 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการซึ่มีซึ่กับงาน (Absorption) ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดี 4 ข้อ โดยสูงสุด ได้แก่ ท่านมีความใส่ใจกับงานที่ท่านทำ มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมา เมื่อลงมือทำงานท่านรู้สึกว่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52, เมื่อลงมือทำงานท่านจะอยู่กับงานโดยไม่สนใจเรื่องอื่นและเมื่อลงมือทำงานท่านจะไม่ยอมละทิ้งงานจะกว่างานจะสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.50 และมีทัศนคติปานกลาง 1 ข้อ ได้แก่ เมื่อท่านลงมือทำงานจะมุ่งมั่นอยู่กับงานนั้นตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 3.38

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) มีผลการศึกษาได้ดังนี้

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service quality) ในภาพรวม

ทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality)	\bar{x}	SD.
ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible)	3.41	0.98
ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability)	3.46	1.04
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	3.56	0.98
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	3.59	0.99
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)	3.47	0.97
ภาพรวม	3.50	0.94

จากตาราง 30 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) อยู่ในระดับดี ได้แก่ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) และความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59, 3.56, 3.48, 3.46 และ 3.41 ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังตาราง 31 - 35

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible)

ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible)	\bar{x}	SD.
การเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย	3.65	1.04
โรงแรมมีความสะอาดและสวยงาม	3.47	1.17
สภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย	3.43	1.18
โรงแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย	3.24	1.12
โรงแรมมีบริการที่หลากหลายและสอดคล้องในการใช้งาน	3.35	1.05
สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการปฏิบัติงาน	3.34	1.11
ภาพรวม	3.41	0.98

จากตาราง 31 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดี 3 ข้อ โดยสูงสุดได้แก่ การเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา โรงแรมมีความสะอาดและสวยงาม และสภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.43 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อที่มีทัศนคติปานกลางได้ 3 ข้อ ดังนี้ โรงแรมมีบริการที่หลากหลาย และสอดคล้องในการใช้งาน สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการปฏิบัติงาน และโรงแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35, 3.34 และ 3.24 ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability)

ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability)	\bar{x}	SD.
สามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการได้	3.53	1.14
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	3.44	1.14
โรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ	3.41	1.09
ท่านมีการกำหนดเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.46	1.12
ท่านสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนด	3.44	1.15
ท่านสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง	3.47	1.10
ภาพรวม	3.46	1.04

จากตาราง 32 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดีทุกข้อ โดยสูงสุด ได้แก่ ท่านสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการได้ มีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมา ท่านสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง ท่านมีการกำหนดเวลาการให้บริการที่เหมาะสม และโรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47, 3.37 และ 3.46 ตามลำดับ และรายข้อที่ท่านมีความรู้ความสามารถในการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมและ ท่านสามารถให้บริการภายในเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.44

ตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	\bar{x}	SD.
ท่านมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ	3.63	1.15
ท่านตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว	3.55	1.08
ท่านสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ตามความต้องการ	3.50	1.05
พนักงานแสดงความใส่ใจและช่วยแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	3.59	0.97
พนักงานมีความสามารถให้บริการได้รวดเร็ว	3.52	1.11
ภาพรวม	3.56	0.98

จากตาราง 33 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 และพิจารณาเป็นรายข้อมีทัศนคติดีทุกข้อได้แก่ โดยสูงสุดในด้านท่านมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมา ได้แก่ ท่านแสดงความใส่ใจและช่วยแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ท่านตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ท่านมีความสามารถให้บริการได้รวดเร็ว และ ท่านสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ตามความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59, 3.55, 3.52 และ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)

การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	\bar{x}	SD.
ท่านให้บริการสุภาพอ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใส	3.71	1.04
ท่านมีอัตราค้ายไม่ตรีอันดีตลอดเวลา	3.69	1.07
ท่านปฏิบัติงานอย่างมีระบบและเคร่งครัด	3.50	1.09
ท่านมีความรู้ในการตอบคำถามได้ชัดเจน	3.46	1.07
ภาพรวม	3.59	0.99

จากตาราง 34 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติดีทุกข้อ โดยสูงสุด ได้แก่ ท่านให้บริการสุภาพอ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 3.71

รองลงมา ท่านมีอัตราค่าเสียไม่ตรีอันดีตลอดเวลา ท่านปฏิบัติงานอย่างมีระบบและเคร่งครัด และ ท่านมีความรู้ในการตอบคำถามได้ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70, 3.50 และ 3.46 ตามลำดับ

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)	\bar{x}	SD.
ท่านเอาใจใส่และให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	3.50	1.09
ท่านเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน	3.41	1.07
ท่านใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยเพื่อให้ผู้ใช้บริการประทับใจ	3.51	1.00
ท่านสามารถให้บริการได้ทันทีเพียงผู้ใช้บริการแจ้งชื่อ	3.45	1.01
ท่านให้บริการ และดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.51	1.08
ภาพรวม	3.47	0.97

จากตาราง 35 พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดีทุกข้อ โดยสูงสุด ได้แก่ ท่านใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยเพื่อให้ผู้ใช้บริการประทับใจ และท่านให้บริการ และดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.51 รองลงมา ท่านเอาใจใส่และให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ท่านสามารถให้บริการได้ทันทีเพียงผู้ใช้บริการแจ้งชื่อ และ ท่านเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50, 3.45 และ 3.41 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) ใช้ค่า Tolerance และ VIF ทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สรุปผลงานวิจัยเป็นรายสมมติฐานได้ดังนี้

ตาราง 36 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการ

ตัวแปร (n = 217)	ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก					บรรยากาศองค์การ				ความผูกพันในงาน				คุณภาพการบริการ				
	การรับรู้ ความ สามารถ ของตนเอง	ความ หวัง ในแง่ดี	การมองโลก ในแง่ดี	ความ หยุนตัว	การมีส่วนร่วม ร่วม	โครง สร้าง	การให้ รางวัล	การ สนับสนุน	ความ เจริญ ก้าวหน้า	การ ควบคุม	ความเข้มแข็ง กระฉับ กระเฉง	การ อุทิศตน	การซึ่ซึ่ กับงาน	ความเป็น รูปธรรม ที่ปรากฏ	ความ เชื่อมั่น วางใจได้	ตอบ สนอง ต่อผู้รับ บริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ผู้ รับบริการ	การรู้จักและ เข้าใจผู้รับ บริการ
ด้านการรับรู้ความสามารถตนเอง	1.000	0.795**	0.731**	0.781**	0.653**	0.655**	0.627**	0.674**	0.654**	0.318**	0.681**	0.658**	0.621**	0.668**	0.671**	0.658**	0.631**	0.644**
ด้านความหวัง		1.000	0.810**	0.841**	0.561**	0.634**	0.465**	0.667**	0.555**	0.234*	0.766**	0.788**	0.742**	0.686**	0.746**	0.767**	0.735**	0.742**
ด้านการมองโลกในแง่ดี			1.000	0.864**	0.569**	0.707**	0.517**	0.741**	0.601**	0.220*	0.722**	0.782**	0.778**	0.673**	0.714**	0.725**	0.748**	0.737**
ด้านความหยุนตัว				1.000	0.559**	0.668**	0.502**	0.691**	0.584**	0.224*	0.759**	0.753**	0.730**	0.688**	0.733**	0.731**	0.697**	0.714**
ด้านการมีส่วนร่วม					1.000	0.707**	0.770**	0.650**	0.750**	0.303**	0.596**	0.591**	0.551**	0.670**	0.628**	0.606**	0.529**	0.588**
ด้านโครงสร้าง						1.000	0.692**	0.776**	0.730**	0.437**	0.782**	0.771**	0.747**	0.747**	0.748**	0.753**	0.714**	0.729**
ด้านการให้รางวัล							1.000	0.716**	0.847**	0.304**	0.578**	0.529**	0.494**	0.681**	0.614**	0.575**	0.489**	0.529**
ด้านการสนับสนุน								1.000	0.750**	0.366**	0.796**	0.758**	0.765**	0.757**	0.759**	0.769**	0.738**	0.755**
ด้านความเจริญก้าวหน้า									1.000	0.329**	0.637**	0.627**	0.580**	0.699**	0.656**	0.602**	0.561**	0.574**
ด้านการควบคุม										1.000	0.350**	0.329**	0.315**	0.345**	0.293**	0.315**	0.300**	0.266**
ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉง											1.000	0.806**	0.888**	0.781**	0.810**	0.828**	0.805**	0.809**
ด้านการอุทิศตน												1.000	0.893**	0.745**	0.791**	0.815**	0.818**	0.802**
ด้านการซึ่ซึ่กับงาน													1.000	0.736**	0.776**	0.812**	0.841**	0.816**
ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ														1.000	0.804**	0.878**	0.790**	0.814**
ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้															1.000	0.827**	0.819**	0.864**
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ																1.000	0.892**	0.805**
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ																	1.000	0.812**
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ																		1.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.220 – 0.893 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเชิงบวกและน้อยกว่า 0.90 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันไม่มีความสัมพันธ์กันมากไม่มีการควบคุมตัวแปรใดๆ ไว้ จึงทดสอบเพื่ออธิบายการเลือกตัวแปรอิสระตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ดังสมมติฐานที่ 1 – 4

1. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อคุณภาพการบริการ

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและความผูกพันในงานที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total effect: TE) โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามแนวคิดของบาร์อนและเคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) ร่วมกับของโซเบล (Sobel. 1982) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

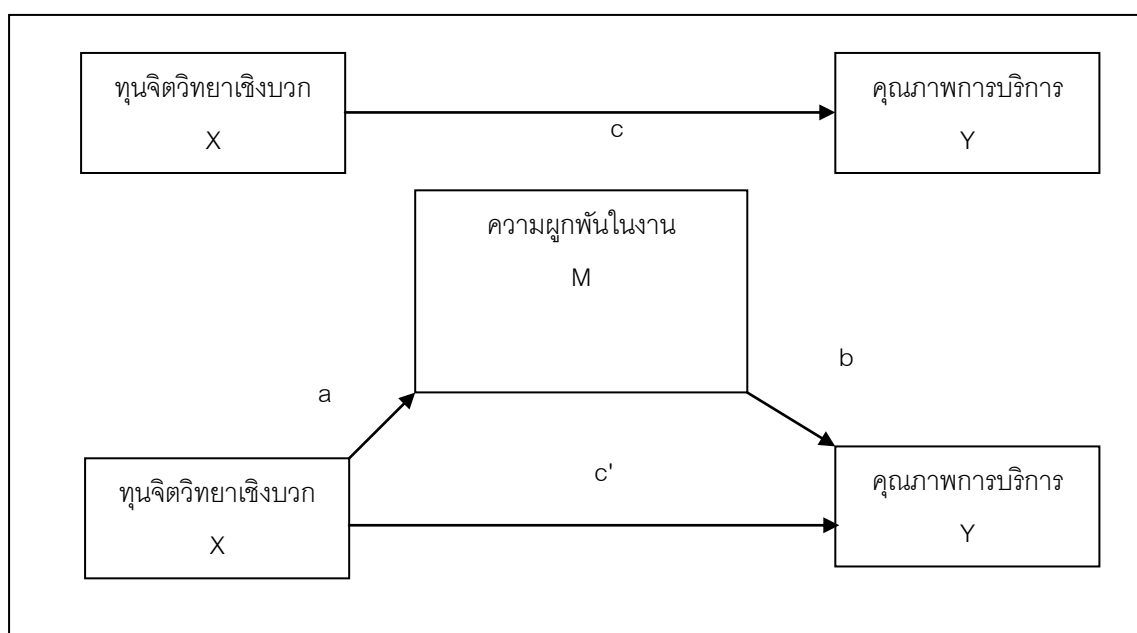
ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (X) กับคุณภาพการบริการ (Y) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_1) ของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการซึ่งคือเส้นอิทธิพล c ในภาพประกอบ 9

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (X) กับความผูกพันในงาน (M) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_2) ของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานซึ่งคือเส้นอิทธิพล a ในภาพประกอบ 9

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (X) และความผูกพันในงาน (M) กับคุณภาพการบริการ (Y) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_3) ของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อมีการควบคุมความผูกพันในงานแล้ว ซึ่งคือเส้นอิทธิพล C ในภาพประกอบ และหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_4) ของความผูกพันในงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมทุนจิตวิทยาเชิงบวกแล้ว ซึ่งคือเส้นอิทธิพล b ในภาพประกอบ 9

โดยในขั้นตอนนี้หากอิทธิพลทางตรง (β_3) ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ แสดงว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลแบบบางส่วน (Partial Mediator) แต่หากอิทธิพลทางตรง (3) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลแบบสมบูรณ์ (Complete Mediator)

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อมด้วยวิธีการของโซเบล (Sobel, 1982) โดยใช้ค่าสถิติทดสอบซี (z) เพื่อยืนยันว่าความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพประกอบ 9 เส้นอิทธิพลในการวิเคราะห์ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีการทดสอบสมมติฐานความเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรตาม แตกต่างกันเพียงตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรกลุ่มทุนจิตวิทยาเชิงบวก จึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งตามตัวแปรอิสระ ดังนี้

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ ในขั้นตอนการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามแนวทางการทดสอบในขั้นตอนที่ 1-3

วิเคราะห์การถดถอย	ตัวแปรพยากรณ์	b	SE	β	t	p
ขั้นตอนที่ 1: X→Y	คุณภาพการบริการ	.93	.05	.81	19.91	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก(X) กับคุณภาพการบริการ (Y) $R^2 = .65$						
ขั้นตอนที่ 2: X→M	คุณภาพการบริการ	.95	.05	.82	20.86	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก(X) กับความผูกพันในงาน (M) $R^2 = .67$						
ขั้นตอนที่ 3 : X,M→Y	คุณภาพการบริการ	.32	.06	.28	5.05	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทุนจิตวิทยาเชิงบวก (X) และความผูกพันในงาน (M) กับคุณภาพ การบริการ (Y) $R^2 = .79$						

จากตาราง 37 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเท่ากับ .65 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 19.91, p = .000$) กล่าวคือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล c) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน มีค่าเท่ากับ .67 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 20.86, p = .000$) กล่าวคือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลต่อความผูกพันในงาน (เส้นอิทธิพล a) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมอิทธิพลของความผูกพันในงาน แล้วมีค่าเท่ากับ .79 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 5.05, p = .000$) กล่าวคือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางตรงต่อ

คุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล c') และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของความผูกพันในงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก แล้ว มีค่าเท่ากับ .64 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 11.72, p = .000$) กล่าวคือ ความผูกพันในงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล b) ซึ่งผลการวิเคราะห์เป็นไปตามเงื่อนไขขั้นตอนในการพิจารณาตัวแปรส่งผ่านที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน (เส้นอิทธิพล a) และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของความผูกพันในงาน ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อมีการควบคุมอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก แล้ว (เส้นอิทธิพล b) ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามการสรุปผลว่าความเข้มแข็งในการมองโลกเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างทุนจิตวิทยาเชิงบวก กับคุณภาพการบริการหรือไม่นั้น นอกจากพิจารณาตามเงื่อนไขหลักฐานดังกล่าวแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงค่าอิทธิพลทางอ้อมของทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ซึ่งจะต้องมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงได้ประมาณค่าอิทธิพลทางอ้อมต่อไปด้วยวิธีการของไซเบล ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมมีการกระจายแบบโค้งปกติ ได้ค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานดังแสดงไว้ในตาราง 38

ตาราง 38 แสดงค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน

ตัวแปร	IE	SE	z	p	ช่วงความเชื่อมั่น 95%	
					Lower	Upper
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	.61 (.58)	.06	10.62	.000	.53	.74

หมายเหตุ : ค่าที่อยู่ในวงเล็บเป็นคะแนนมาตรฐาน

จากตาราง 38 พบว่า ค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานมีค่าเท่ากับ .61 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($z = 10.62, p = .000$) โดยมีค่าอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น 95% ระหว่าง .53 ถึง .74 ซึ่งไม่คลุมค่า 0 จึงสรุปได้ว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ส่วนการสรุปผลว่าความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ หรือแบบบางส่วนนั้น พิจารณาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 25 ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิง

บวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อควบคุมอิทธิพลของความผูกพันในงาน มีค่าเท่ากับ .28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 5.05, p = .000$) กล่าวคือ เมื่อมีความผูกพันในงานในความสัมพันธ์ระหว่างทุนจิตวิทยาเชิงบวกกับคุณภาพการบริการแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานลดลงจาก .81 ($t = 19.91, p = .000$) เป็น .28 ($t = 5.05, p = .000$) แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ จึงกล่าวได้ว่า ความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนในอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อคุณภาพการบริการ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผล ดังตาราง 39

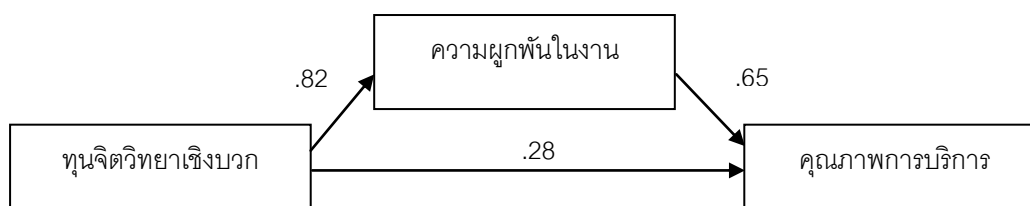
ตาราง 39 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรทุนจิตวิทยาเชิงบวก ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ความผูกพันในงาน			คุณภาพการบริการ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	.82	-	.82	.28	.58	.81
	(.95 ^{**})		(.95 ^{**})	(.32 ^{**})	(.61 ^{**})	(.93 ^{**})
ความผูกพันในงาน	-	-	-	.65	-	.65
				(.64 ^{**})		(.64 ^{**})

** $p < .01$ หมายถึง ค่าที่อยู่ในวงเล็บเป็นคะแนนมาตรฐาน ส่วนค่าที่อยู่ในวงเล็บเป็นคะแนนดิบ

จากตาราง 39 พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวก มีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .58 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทั้งนี้ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านความสัมพันธ์ของทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ดังภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 10 ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านทุนจิตวิทยาเชิงบวก ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน (คะแนนมาตรฐาน)

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่มีต่อคุณภาพการบริการ

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของบรรยากาศองค์การและความผูกพันในงานที่มีต่อคุณภาพการบริการ ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total effect: TE) โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามแนวคิดของบาร์อนและเคนนี่ (Baron; & Kenny. 1986) ร่วมกับของโซเบล (Sobel. 1982) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

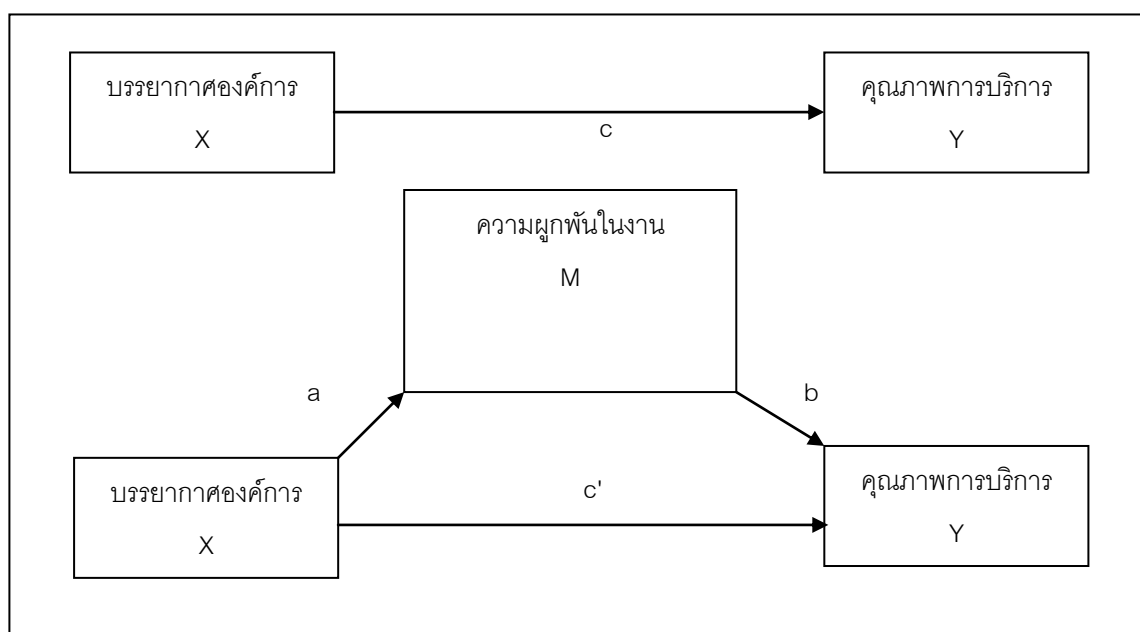
ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ (X) กับคุณภาพการบริการ (Y) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_1) ของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการซึ่งคือเส้นอิทธิพล c ในภาพประกอบ 11

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ (X) กับความผูกพันในงาน (M) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_2) ของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานซึ่งคือเส้นอิทธิพล a ในภาพประกอบ 11

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ (X) และความผูกพันในงาน (M) กับคุณภาพการบริการ (Y) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_3) ของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อมีการควบคุมความผูกพันในงานแล้ว ซึ่งคือเส้นอิทธิพล c' ในภาพประกอบ และหาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (β_4) ของความผูกพันในงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมบรรยากาศองค์การแล้ว ซึ่งคือเส้นอิทธิพล b ในภาพประกอบ 11

โดยในขั้นตอนนี้หากอิทธิพลทางตรง (β_3) ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ แสดงว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลแบบบางส่วน (Partial Mediator) แต่หากอิทธิพลทางตรง (β_3) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ทำหน้าที่ส่งผ่านอิทธิพลแบบสมบูรณ์ (Complete Mediator)

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อมด้วยวิธีการของโซเบล (Sobel, 1982) โดยใช้ค่าสถิติทดสอบซี (z) เพื่อยืนยันว่าความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพประกอบ 11 เส้นอิทธิพลในการวิเคราะห์บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีการทดสอบสมมติฐานความเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรตาม แตกต่างกันเพียงตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรกลุ่มบรรยากาศองค์การ จึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งตามตัวแปรอิสระ ดังนี้

ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรบรรยากาศองค์การ ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ ในขั้นตอนการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามแนวทางการทดสอบในขั้นตอนที่ 1-3

วิเคราะห์การถดถอย	ตัวแปรพยากรณ์	b	SE	β	t	p
ขั้นตอนที่ 1: X→Y	คุณภาพการบริการ	.95	.05	.79	18.65	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย ระหว่าง ตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ(X) กับ คุณภาพการบริการ (Y) $R^2 = .62$						
ขั้นตอนที่ 2: X→M	คุณภาพการบริการ	.95	.05	.77	18.04	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายระหว่าง ตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ(X) กับ ความผูกพันในงาน (M) $R^2 = .60$						
ขั้นตอนที่ 3 : X,M→Y	คุณภาพการบริการ	.33	.06	.28	5.55	.000
ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ระหว่าง ตัวแปรพยากรณ์บรรยากาศองค์การ (X) และความผูกพันในงาน (M) กับคุณภาพ การบริการ (Y) $R^2 = .79$						

จากตาราง 40 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเท่ากับ .62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 18.65, p = .000$) กล่าวคือ บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล c') ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน มีค่าเท่ากับ .60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 18.04, p = .000$) กล่าวคือ บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลต่อความผูกพันในงาน (เส้นอิทธิพล a) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมอิทธิพลของความผูกพันในงาน แล้วมีค่าเท่ากับ .79 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 5.55, p = .000$) กล่าวคือ บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อ

คุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล c') และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของความผูกพันในงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการเมื่อมีการควบคุมอิทธิพลของบรรยากาศองค์การ แล้ว มีค่าเท่ากับ .65 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 13.27$ $p = .000$) กล่าวคือ ความผูกพันในงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล b) ซึ่งผลการวิเคราะห์เป็นไปตามเงื่อนไขขั้นตอนในการพิจารณาตัวแปรส่งผ่านที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศองค์การ ที่ส่งผลต่อความผูกพันในงาน (เส้นอิทธิพล a) และค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของความผูกพันในงาน ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อมีการควบคุมอิทธิพลบรรยากาศองค์การ แล้ว (เส้นอิทธิพล b) ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามการสรุปผลว่าความเข้มแข็งในการมองโลกเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การ กับคุณภาพการบริการหรือไม่นั้น นอกจากพิจารณาตามเงื่อนไขหลักฐานดังกล่าวแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงค่าอิทธิพลทางอ้อมของบรรยากาศองค์การ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ซึ่งจะต้องมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงได้ประมาณค่าอิทธิพลทางอ้อมต่อไปด้วยวิธีการของไซเบล ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมมีการกระจายแบบโค้งปกติ ได้ค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของบรรยากาศองค์การ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานดังแสดงไว้ในตาราง 41

ตาราง 41 แสดงค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน

ตัวแปร	IE	SE	z	p	ช่วงความเชื่อมั่น 95%	
					Lower	Upper
บรรยากาศองค์การ	.62 (.51)	.06	10.73	.000	.55	.74

หมายเหตุ : ค่าที่อยู่ในวงเล็บเป็นคะแนนมาตรฐาน

จากตาราง 41 พบว่า ค่าประมาณอิทธิพลทางอ้อมของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานมีค่าเท่ากับ .62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($z = 10.73$, $p = .000$) โดยมีค่าอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น 95% ระหว่าง .55 ถึง .74 ซึ่งไม่คลุมค่า 0 จึงสรุปได้ว่า บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ส่วนการสรุปผลว่าความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ หรือแบบบางส่วนนั้น พิจารณาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 28 ซึ่งพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศ

องค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เมื่อควบคุมอิทธิพลของความผูกพันในงาน มีค่าเท่ากับ .28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 5.55, p = .000$) กล่าวคือ เมื่อมีความผูกพันในงานในความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับคุณภาพการบริการแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานลดลงจาก .79 ($t = 18.65, p = .000$) เป็น .28 ($t = 5.55, p = .000$) แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ จึงกล่าวได้ว่า ความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนในอิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่มีต่อคุณภาพการบริการ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผล ดังตาราง 42

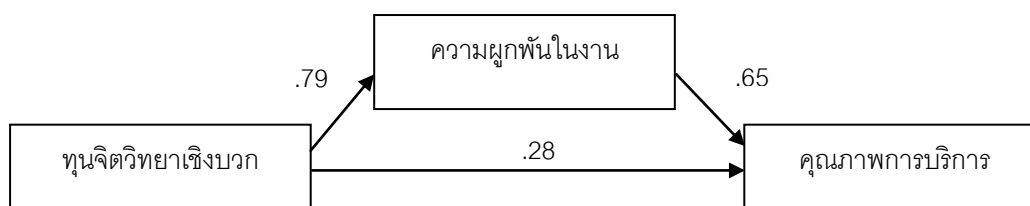
ตาราง 42 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรบรรยากาศองค์การ ความผูกพันในงาน และคุณภาพการบริการ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ความผูกพันในงาน			คุณภาพการบริการ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
บรรยากาศองค์การ	.77 (.95 ^{**})	-	.77 (.95 ^{**})	.28 (.33 ^{**})	.51 (.62 ^{**})	.79 (.95 ^{5**})
ความผูกพันในงาน	-	-	-	.66 (.65 ^{**})	-	.66 (.65 ^{**})

** $p < .01$ หมายเหตุ : ค่าที่อยู่นอกวงเล็บเป็นคะแนนมาตรฐาน ส่วนค่าที่อยู่ในวงเล็บเป็นคะแนนดิบ

จากตาราง 42 พบว่า บรรยากาศองค์การ มีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .79 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบรรยากาศองค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .51 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทั้งนี้ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านความสัมพันธ์ของบรรยากาศองค์การ ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน ดังภาพประกอบ 12



ภาพประกอบ 12 ผลการประมาณค่าโมเดลการส่งผ่านบรรยากาศองค์การ ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน (คะแนนมาตรฐาน)

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำสัมภาษณ์กับพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้า โดยใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) 1 กลุ่ม โดยมีการใช้ระยะเวลาประมาณ สองชั่วโมงครึ่ง ประกอบด้วยผู้เข้าร่วม จำนวน 7-10 คน ผู้ดำเนินการสนทนา 1 คน ผู้จดบันทึก 1 คน และผู้ช่วยทั่วไป 1 คน และผู้ช่วยทั่วไป 1 คน ตามแนวการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างคำถามปลายเปิด 2 คำถามเพื่อตอบคำถามวิจัยเพื่อนำมาอ้างอิงและสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณอีกครั้งหนึ่ง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

จากการสนทนากลุ่มพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาประกอบ 7 ปัจจัย คือ

1.1 ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) คือความเชื่อของพนักงานบริการโรงแรมว่ามีความสามารถ และศักยภาพในการปฏิบัติงาน มีความปรารถนาในความท้าทาย มีความพยายามทุ่มเทเพื่อที่จะทำเป้าหมายนั้นให้สำเร็จตามที่ตั้งใจไว้ ดังจะเห็นได้จากประโยคดังนี้

“คือเราเลือกที่จะทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง พี่ว่าเราต้องชอบมันด้วยนะ อย่างพี่นี้เลือกทำงานเป็นพนักงานต้อนรับ พี่ก็ต้องทำงานตรงนี้ให้ได้ อะไรที่พี่ทำไม่ได้นะ พี่จะศึกษาค้นคว้า พี่ถามเลยอะ คือเราทำงานบริการไง เราต้องทำได้ บริการได้”

“พี่ทำงานบริการในโรงแรมมานานแล้วนะ น่าจะได้สัก 20 กว่าปีแล้ว พี่ว่าพี่มีประสบการณ์ตรงนี้มาเยอะนะ เจอแขกหลายประเภท ตอนทำแรกๆ กลัวมาก ตื่นเต้น กลัวรับแขกไม่ได้ บริการไม่ถูก ตอนนี้อย่างมาก ฮาๆ ๆ ๆ ตอนนี้อย่างแล้วไง ฮาๆ ๆ ๆ ”

จากประโยคข้างต้นที่ได้จากบทสนทนากลุ่มครั้งนี้ พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีการรับรู้ความสามารถตนเอง ที่มีความมั่นใจในศักยภาพการทำงานบริการของตนเอง มีความพยายามที่จะศึกษาหาข้อมูล สอบถามเพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดีที่สุด ซึ่งสิ่งต่างๆ

เหล่านี้ที่มีในตัวพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี และจะนำพาไปสู่คุณภาพการบริการที่ดีในโรงแรมต่อไป

1.2 การมองโลกในแง่ดี (Optimism) คือลักษณะของวิธีการคิดที่นึกถึงแต่ด้านดีเสมอเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานบริการ คือมีความสามารถในการมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้น สามารถมองหาโอกาสจากสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะทำเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ถึงแม้จะมีสิ่งที่ไม่ดีเกิดขึ้น แต่พนักงานบริการที่มีการมองโลกในแง่ดีจะมีความสามารถในการยอมรับความจริง และเรียนรู้จากความผิดพลาดนั้นเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงต่อไป ดังจะเห็นได้จากประโยคต่อไปนี้

“เมื่อก่อนพี่ทำงานพลาดบ่อยมาก คือช่วงแรกๆ ที่ทำเรายังไม่ค่อยรู้เรื่องมากเท่าไร แต่พี่ไม่รู้สึกเคยท้อ หรือยอมแพ้เลยนะ คือทำงานที่ไหน ทำงานอะไรก็พลาดกันได้ทั้งนั้นแหละ สิ่งเหล่านี้ที่พลาดๆ ไปเราก็แค่มองหาข้อผิดพลาดว่ามาจากไหน เสร็จแล้วก็แก้ไข แค่นั้นเอง”

“สำหรับพี่ข้อผิดพลาด คือบทเรียนชั้นดีเลยนะ บางที่เราต้องผิดพลาด เพื่อฝึกการแก้ปัญหา ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นการฝึกความสามารถในการแก้ปัญหา ถ้าแก้ได้ดี แสดงว่าเราเก่ง แต่ถ้าไม่ดี ก็ถือว่าเป็นบทเรียน อันนี้คือความคิดพี่นะ”

“พี่คิดมาตั้งแต่เด็กแล้วว่า เราทำผิดได้เสมอ แต่จะต้องพยายามไม่ผิดในเรื่องเดิมๆ ให้บ่อยหนัก เพราะฉะนั้นทุกครั้งที่พี่ทำผิดพลาด พี่จะต้องนำข้อผิดพลาดนั้นมาเป็นบทเรียน ศึกษาหาทางแก้ไขให้ดีที่สุด มันเหมือนเป็นแรงผลักดันไปในตัวนะ”

จากตัวอย่างประโยคข้างต้นของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี พบว่าพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีมีการมองโลกในแง่ดี (Optimism) คือมีมุมมองกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการทำงานนั้นเป็นไปในทิศทางที่ดี มองแต่สิ่งๆ ดี และนำความผิดพลาดต่างๆ เหล่านั้นมาเป็นแรงผลักดันให้ตัวเองปฏิบัติหน้าที่ดียิ่งๆ ขึ้นไป

1.3 ด้านการให้รางวัล (Reward) คือ โรงแรมมีความชัดเจนและความเหมาะสมในการให้รางวัล ผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทน และสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่พนักงานบริการโรงแรมรับรู้ว่าจะได้รับรางวัล ตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี

“เอาตรงๆ เลยนะ บางที่เราตั้งใจทำงาน เราก็อยากได้สิ่งตอบแทนบาง เล็กๆ น้อยๆ คือสิ่งเหล่านี้เป็นกำลังใจให้พวกพี่นะ”

“ที่นี่ทุกปี เขาจะพาไปจัดงานเลี้ยงปีใหม่ คือพี่ว่าเขาเลี้ยงเต็มที่เลยนะ พาไปเที่ยวต่างจังหวัด เลี้ยงเต็มที่เลย แล้วก็จะมีการให้สิ่งตอบแทนเล็กๆ น้อยๆ สำหรับคนที่ทำงานดี ได้รับคำชม แล้วก็พวกที่อยู่กับโรงแรมมานาน มันเป็นกำลังใจนะ พี่ว่า”

“คือการที่เราได้สิ่งตอบแทนกับมาจากโรงแรม มันรู้สึกดีนะ มันเหมือนรู้สึกว่าเขาได้เห็นถึงความสามารถเรา การตั้งใจทำงานของเรา การที่เราทุ่มเททำงานตรงนี้ เขาก็เห็น ไม่ใช่เราทำไปแล้วไม่มีใครรับรู้ คือบางทีพี่ก็อย่างได้บางเพื่อเป็นกำลังใจอะนะ ฮาๆ ๗ ๗”

จากประโยคข้างต้นพบว่า พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีนั้นมีความภาคภูมิใจในบริการที่ดี จะต้องมีการอาศัยปัจจัยด้านการให้รางวัล เพื่อเป็นการแสดงถึงความมีน้ำใจที่โรงแรมมีให้แก่พนักงานบริการ สิ่งตอบแทนหรือรางวัลๆ เหล่านี้ บางสิ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งของมีค่า หากแต่เป็นการแสดงถึงว่า โรงแรมได้เห็นความตั้งใจในการทำงานของพนักงานเหล่านี้ และโรงแรมมิได้นิ่งเฉยต่อการทำงานที่ดีของพนักงานเลย เมื่อพนักงานบริการโรงแรมได้รับสิ่งตอบแทนแล้วนั้น ย่อมมีความรู้สึกยินดี และดีใจที่หัวหน้า หรือเจ้าของ เห็นถึงความสามารถของตนเองว่ามีความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดีนั่นเอง

1.4 ด้านการสนับสนุน (Support) คือความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในโรงแรม การยอมรับ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน ดังจะเห็นได้จากประโยคดังต่อไปนี้

“พี่ว่าพี่โชคดีนะ หัวหน้าดีมาก เวลาที่พี่ทำผิด เขาไม่เคยว่านะอาจจะบ่นบาง ฮาๆ ๗ แต่เขาสอนเราด้วยไง สอนในการทำงานที่ดีต้องทำยังไง ถ้าเจอปัญหาแบบนี้ต้องแก้แบบไหน”

“เพื่อนร่วมงานพี่ก็ดี ช่วยกันดีมาก ถึงแม้บางวันจะอยู่กันคนละกะก็ตาม แต่ก็ช่วยเหลือซึ่งกันและกันดีมาก ทำให้เวลาทำงานเลยไม่ค่อยมีข้อผิดพลาด งานก็เลยออกมาดี”

จากประโยคข้างต้นพบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีการสนับสนุนในโรงแรม มีหัวหน้าที่สามารถคอยปรึกษา คอยสอนในการแก้ปัญหา จึงทำให้พนักงานมีความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะทำงานกันคนละเวลาก็ตาม แต่จะมีการคอยช่วยเหลือกัน เลยทำให้ลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในการทำงานบริการได้เป็นอย่างดี

1.5 ความเข้มแข็งระดับกระแ่งในการทำงาน (Vigor) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกถึงพลัง ความพยายาม ความมุ่งมั่น และแรงจูงใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน ดังจะเห็นได้จากประโยคดังต่อไปนี้

“พี่คิดว่าตัวพี่อะนะ เป็นคนที่มีคามมุ่งมั่นมากๆ คือเมื่อเราตั้งเป้าหมายไว้แล้ว เราจะต้องทำให้ได้ เวลาเจอปัญหาพี่ไม่ท้อนะ พี่ไม่ยอมด้วย พี่ต้องทำให้ได้ อย่างงานบริการที่พี่ทำตอนนี้ ถ้าแขกอย่างได้อะไรนะ พี่ต้องทำให้ได้ คือต้องช่วยเขาให้ถึงที่สุดอะ อย่างเช่น ถ้าแขกถามว่าไปสระน้ำทางไหน พี่ไม่บอกเส้นทางนะ พี่พาเขาไปให้เห็นสระน้ำเลย”

“เวลาพี่ทำงาน พี่ก็อย่าได้รับคำชมจากแขกบางนะเพราะมันเป็นกำลังใจ เวลาบริการใครแล้วยิ้มให้ พี่นี่ก็ดีใจมากๆ แล้ว แค่อยิ้มก็พอ เพราะฉะนั้นพี่ว่าพี่จะทุ่มสุดตัวเลยนะเวลาที่ต้องบริการแขก”

จากประโยคข้างต้นพบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีความเข้มแข็ง

กระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ในการทำงานจะมีความทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจในการบริการแขกอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเอง อีกทั้งมุ่งมั่นบริการอย่างเต็มที่จนกว่าแขกพอใจ

1.6 การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการทำงาน ความกระตือรือร้น และความรู้สึกรักภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน ดังจะเห็นได้จากประโยคนี้

“พี่ชอบทำงานนี้นะ ทำมานานแล้ว ไม่เคยคิดจะเปลี่ยนงานเลย แล้วเวลาที่ทำงานนะ พี่อุทิศตัวเองเลย ทำเต็มที่แล้วก็มีความรู้สึกอยากทำมาก การที่เราได้บริการคนอื่น ได้เขาไปพูดคุยกับแขกที่มาใช้บริการแล้วรู้สึกดีนะ บางทีก็ไม่ว่าจะอธิบายยังไง แต่รู้สึกว่าจะถ้าเห็นแขกอยู่หนึ่งๆ ยืนรอหนึ่งๆ นี้ไม่ได้เลยนะ จะต้องรีบเขาไปพูดคุย สอบถาม ว่าอยากได้อะไรไหม แบบนี้เลย”

“ตอนที่มาทำงานครั้งแรก ตื่นเต้นมาก ตั้งใจทำงานไปหมดเลย กระตือรือร้นทำงานด้วยนะ คือถ้าอยู่หนึ่งๆ ไม่มีงานของตัวเองแล้ว พี่จะไปถามคนอื่นเลยนะมีอะไรให้ช่วยอีกไหม ไม่ค่อยชอบอยู่หนึ่งๆ อยากทำงาน”

จากประโยคข้างต้น พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้น มีการอุทิศตนในการทำงาน คือมีความรักในอาชีพการงานทางด้านสายนี้ คืองานด้านการบริการโรงแรม และมีการแสดงออกถึงความต้องการที่จะทำงานด้านการบริการอย่างเต็มที่ เต็มความสามารถของตนเอง มีความกระตือรือร้นในการทำงานโดยเฉพาะ

1.7 การซึมซับกับงาน (Absorption) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการฝักใฝ่อยู่กับการทำงานของพนักงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะเห็นได้จากประโยคดังนี้

“พี่จำได้เลยวันนี้มีงานประชุมทั้งหมด แล้วต่อด้วยงานแต่งมีกินเลี้ยงถึงดึกเลย แล้วพี่ก็มาทำงานปกติก็มาเช้าเวรเช้าตั้งแต่เจ็ดโมง แต่วันนั้นทำโอทีด้วย เพราะงานเยอะก็ต้องเลิกประมาณหนึ่งทุ่ม พี่ก็เตรียมตัว ตั้งใจทำงานไปเรื่อยๆ รู้สึกตัวอีกทีก็จะมีทุ่มแล้ว ทำไม้อู้ตัวเลย อันนี้ก็แอบตกใจว่าเราไม่เห็น้อยเลยนะ สงสัยจะแข็งแรงอยู่เหมือนกัน ฮาๆ ๆ ๆ ”

“มีอยู่ช่วงหนึ่งคืองานเยอะทุกวัน แล้วจะต้องทำโอทีทุกวันเลย สิบสองชั่วโมงต่อวันเลย รู้สึกว่าจะไม่ได้หยุดด้วยนะ ต้องทำติดต่อกันเลยน่าจะเก้าวันมั้ง ถ้าพี่จำไม่ผิดนะ ตอนแรกคิดว่าต้องเหนื่อยแน่ๆ เพราะงานเข้ายันเย็นเลย ก็เตรียมตัวปกติ ก็ทำไปเรื่อยๆ นะ สนุกบ้าง เครียดบ้างบางวัน ฮาๆ ๆ แต่รู้ตัวอีกทีก็มาทำงานในวันหยุดของตัวเอง ฮาๆ ๆ คือวันนั้นทำครบเก้าวันแล้ว วันที่สิบคือวันหยุดของพี่ แต่พี่ลืมไป นึกว่าต้องมาทำงาน คือพี่ขับรถมาถึงโรงแรมแล้วนะ น้ายามทักว่าอ้าววันนี้วันหยุดไม่ใช่รี พี่เลยนึ่กออก ขำตัวเอง ทำงานเพลิน ฮาๆ ๆ ”

จากประโยคข้างต้นพบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีการซึมซับกับงานบริการโรงแรม คือมีความรู้สึกที่อยากจะทำงานจนไม่รู้สึกว่าเหนื่อยล้าในการทำงาน หากแต่รู้สึกที่ได้ทำงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการแสดงเห็นถึงการซึมซับกับงานบริการได้เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ผลที่ได้จากการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative methods) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative methods) เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังแสดงในตาราง

ตาราง 43 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
H1 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ	สนับสนุน	สนับสนุน ^{*1}
H2 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน	สนับสนุน	สนับสนุน ^{*2}
H3 บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ	สนับสนุน	สนับสนุน ^{*3}
H4 บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน	สนับสนุน	สนับสนุน ^{*4}

หมายเหตุ *1 การวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนทางด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) และการมองโลกในแง่ดี (Optimism)

*2 การวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนทางด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการซึมซับกับงาน (Absorption)

*3 การวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนทางด้านการให้รางวัล (Reward) และด้านการสนับสนุน (Support)

*4 การวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนทางด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการซึมซับกับงาน (Absorption)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในงานของพนักงานบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน
2. เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1: ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ
- สมมติฐานที่ 2: ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- สมมติฐานที่ 3: บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ
- สมมติฐานที่ 4: บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ทั้งหมด 6 โรงแรม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ใช้จำนวนเต็มของกลุ่มประชากรจำนวน 239 คน เนื่องจากจำนวนประชากรไม่เพียงพอ และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 217 ฉบับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structural Questionnaire) โดยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 5 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะข้อมูลส่วน

บุคคล ส่วนตอนที่ 2-5 เป็นแบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา คือ แบบวัดทุนจิตวิทยาเชิงบวก แบบวัดบรรยากาศองค์การ แบบวัดความผูกพันในงาน และแบบวัดคุณภาพการบริการ ตามลำดับ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยเป็นใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Model) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยอาศัยการตีความข้อมูลเอกสาร บทความทางวิชาการ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องและตำราวิชาการต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารไว้แล้ว โดยสำรวจ (Survey) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยได้ทำสัมภาษณ์กับพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีที่มีรางวัลด้านคุณภาพการบริการในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา และพนักงานบริการที่มีการประเมินคุณภาพการบริการดีเยี่ยม 2 ปีซ้อนขึ้นไปจากหัวหน้า โดยใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) 1 กลุ่ม โดยมีการใช้ระยะเวลาประมาณ สองชั่วโมงครึ่ง ประกอบด้วยผู้เข้าร่วม จำนวน 7-10 คน ตามแนวการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คำถามปลายเปิดเชิงซักถามเหตุผลและค้นหาคำตอบเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การสรุปผลการวิจัยโดยใช้การพรรณนาผลงานวิจัยเพื่อนำมาอ้างอิงและสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำนวน 217 ตัวอย่าง ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ตามแนวคิดของครอนบาค (Cronbach Alpha Formula) จำนวน 30 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือว่ามีความเชื่อถือในระดับสูงมีค่าการทดสอบที่ 0.60

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) วิเคราะห์หาทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient และใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย สรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลในงานวิจัยสามารถนำมาสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง ร้อยละ 68.20 และ เพศชาย ร้อยละ 31.80 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 35.02 รองลงมา อายุ 20 – 25 ร้อยละ 33.18 น้อยสุด น้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่โสด ร้อยละ 57.14 รองลงมา สมรส ร้อยละ 28.11 ส่วนน้อย หย่าและ แยกกันอยู่หรือหย่าร้าง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 65.90 รองลงมา ปริญญาตรี ร้อยละ 32.72 น้อยสุด สูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์การบริการโรงแรมระหว่าง 1 – 3 ปี มากสุด ร้อยละ 40.09 รองลงมา มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 24.42 และ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 23.96 น้อยสุด จำนวน 3 – 5 ปี ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจิตวิทยาเชิงบวก พบว่า อยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 มีทุนจิตวิทยาเชิงบวกระดับดี ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความหวัง (Hope) และความยืดหยุ่น (Resiliency) ในด้านการรับรู้ความสามารถตนเองอยู่ในระดับปานกลาง สรุปผลเป็นรายข้อดังนี้

2.1 ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการรับรู้ความสามารถตนเองในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 โดยสูงสุด มั่นใจว่ามีเวลาทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายไปได้ด้วยดี และ มั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาในช่วงระยะเวลาเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหา มีทัศนคติในระดับปานกลาง ได้แก่ มั่นใจในการมีส่วนร่วมอภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร มั่นใจในการช่วยตั้งเป้าหมายงานของหน่วยงาน และมั่นใจในการนำเสนอผลงานของตนในที่ประชุมของระดับผู้บริหารตามลำดับ

2.2 ด้านความหวัง (Hope) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความหวัง (Hope) ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 โดยสูงสุดคิดว่าปัญหาทุกอย่างมีวิธีการแก้ไขอยู่หลากหลายแนวทางปัจจุบัน รองลงมาเต็มไปด้วยพลังในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถคิดหาวิธีการต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเมื่อพบปัญหาในการทำงาน น้อยสุดสามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ตามลำดับ

2.3 ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการมองโลกในแง่ดีอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 โดยสูงสุดมองในมุมที่ดีในการทำงานเสมอ รองลงมา ในการทำงานสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นได้เสมอเพราะฉะนั้นฉัน

จะแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดให้ดีที่สุด มีมุมมองที่ดีต่อการทำงานในอนาคต ปัจจุบันงานที่ฉันทำอยู่ “เมื่อผ่านอุปสรรคไปแล้วมักมีสิ่งดีๆ เกิดขึ้นตามมา” และเวลาที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในการทำงานฉันเชื่อเสมอว่าต้องมีสิ่งที่ดีเกิดขึ้นบ้าง ตามลำดับ

2.4 ด้านความยืดหยุ่นตัว (Resiliency) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความยืดหยุ่นตัวในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 โดยสูงสุดสามารถปรับตัวกับความเครียดในการทำงานได้เพื่อให้สามารถมุ่งหาเป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ รองลงมา สามารถทนกับช่วงเวลาที่มีความยากลำบากในการทำงานและผ่านพ้นไปได้ เนื่องจากเคยมีประสบการณ์มาก่อน และฉันรู้สึกว่าคุณสามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบากกับงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกันเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน ตามลำดับ มีทัศนคติระดับปานกลาง สามารถบริหารงานที่มีความยากด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง

3. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทัศนคติต่อบรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลาง โดยสูงสุด บรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการสนับสนุน (Support) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) การให้รางวัล (Reward) และด้านการควบคุม (Control) ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายชื่อได้ดังนี้

3.1 ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 โดยสูงสุดแผนกเปิดโอกาสให้สามารถทำงานได้อย่างอิสระ รองลงมา พนักงานบริการในองค์การสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย และในการตัดสินใจเรื่องใดก็ตาม และได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่เสมอตามลำดับ

3.2 ด้านโครงสร้าง (Structure) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านโครงสร้าง (Structure) ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 โดยสูงสุดการปฏิบัติงานของท่านเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี รองลงมา งานภายในองค์การมีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานชัดเจน แผนกของท่านกำหนดลักษณะโครงสร้าง (Structure) การบริหารงานไว้อย่างชัดเจน ท่านสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอย่างสะดวก แผนกของท่านมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้บุคลากรรับทราบอย่างเปิดเผย แผนกของท่านมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป และท่านมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาของท่านอย่างจำกัด ตามลำดับ

3.3 ด้านการให้รางวัล (Reward) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านการให้รางวัล (Reward) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 โดยสูงสุด ท่านได้รับคำชมเชยจากผู้บังคับบัญชาเมื่อปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย รองลงมา บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน และท่านรู้สึกว่าการให้รางวัลอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

3.4 ด้านการสนับสนุน (Support) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านการสนับสนุนในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 โดยสูงสุด รู้สึกอบอุ่นสบายใจในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานในหน่วยงานเพราะเพื่อร่วมงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รองลงมา ท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานเพื่อนร่วมงานให้อภัยในความผิดพลาดต่างๆ ของท่านได้ และท่านได้รับคำแนะนำ และความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน ตามลำดับ

3.5 ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านความเจริญก้าวหน้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 โดยสูงสุด องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของท่าน รองลงมา องค์กรของท่านมีนโยบาย และกฎระเบียบการบริหารที่ชัดเจน และ บุคลากรทุกคนในองค์กรจะได้รับผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

3.6 ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อด้านการควบคุมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 โดยสูงสุดในด้านองค์กรของท่านกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เหมาะสม รองลงมา องค์กรของท่านกำหนดมาตรฐานในการทำงานไว้สูงเกินไป มีทัศนคติระดับน้อยมี ได้แก่ ท่านรู้สึกว่ากฎระเบียบที่องค์กรกำหนดขึ้นเคร่งครัดมากเกินไป องค์กรของท่านไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ในการทำงาน และองค์กรของท่านมีนโยบายที่ไม่โปร่งใส ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความผูกพันในงาน (Work Engagement) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีความผูกพันในงานอยู่ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 โดยสูงสุดในด้านการซึมซับกับงาน (Absorption) รองลงมา การอุทิศตน (Dedication) และความเข้มแข็ง กระฉับกระเฉง ตามลำดับ สรุปผลรายชื่อได้ดังนี้

4.1 ด้านความเข้มแข็งกระฉับกระเฉง พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 โดยสูงสุด คือ ท่านมีความเข้มแข็งและคล่องแคล่วในการทำงาน รองลงมา เมื่ออยู่ในสถานที่ทำงานท่านรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังในการทำงาน และท่านรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 3.45 และ ท่านสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน มีทัศนคติระดับปานกลาง ได้แก่ เมื่อตื่นเช้ามาท่านรู้สึกอยากไปทำงาน และท่านมีความพยายามในการทำงานกับสภาวะกดดันในการทำงาน ตามลำดับ

4.2 ด้านการอุทิศตนพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการอุทิศตนระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 สูงสุดมีความกระตือรือร้นในการทำงาน รองลงมา งานที่ท่านทำมีคุณค่าและความหมายสำหรับตนเองและงานที่ท่านทำสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานได้ ตามลำดับ

4.3 ด้านการซึมซับกับงาน (Absorption) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการซึมซับกับงาน (Absorption) ระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 โดยสูงสุด ได้แก่ มีความใส่ใจกับงานที่ท่านทำ รองลงมา เมื่อลงมือทำงานท่านรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว, เมื่อลงมือทำงานท่านจะอยู่กับงานโดยไม่สนใจเรื่องอื่นและเมื่อลงมือทำงานท่านจะไม่ยอมละทิ้งงานจะกว่างานจะสำเร็จ และมีทัศนคติปานกลาง เมื่อท่านลงมือทำงานจะมุ่งมั่นอยู่กับงานนั้นตลอด

5. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 โดยสูงสุดในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) รองลงมา การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) และความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายชื่อได้ดังนี้

5.1 ด้านความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 สูงสุดการเดินทางมาโรงแรมมีความสะดวกและหาง่าย รองลงมา โรงแรมมีความสะอาดและสวยงาม และสภาพแวดล้อมของโรงแรมมีความปลอดภัย ตามลำดับ มีทัศนคติปานกลาง ได้แก่ โรงแรมมีบริการที่หลากหลาย และสอดคล้องในการใช้งาน สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการปฏิบัติงาน และโรงแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ตามลำดับ

5.2 ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 โดยสูงสุดสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการได้ รองลงมา สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง มีการกำหนดเวลาการให้บริการเหมาะสม และโรงแรมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

5.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ระดับดี มีค่าเฉลี่ย

3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 โดยสูงสุดในด้านท่านมีความพร้อมและเต็มใจในการช่วยเหลือ รongลงมา แสดงความใส่ใจและช่วยแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ท่านตอบสนองความต้องการได้อย่าง รวดเร็ว มีความสามารถให้บริการได้รวดเร็ว และ ท่านสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ตามความต้องการ ตามลำดับ

5.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) พนักงานบริการโรงแรมใน จังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.99 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทัศนคติดีทุกข้อ โดยสูงสุด ให้บริการสภาพ อ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใส รongลงมา มีอัธยาศัยไมตรีอันดีตลอดเวลา ท่านปฏิบัติงานอย่างมีระบบ และเคร่งครัด และ ท่านมีความรู้ในการตอบคำถามได้ชัดเจน ตามลำดับ

5.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) พนักงานบริการโรงแรมใน จังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 สูงสุด ใส่ใจรายละเอียดเล็กน้อยเพื่อให้ผู้ใช้บริการประทับใจ และให้บริการ และดูแลเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รongลงมา ท่าน เอาใจใส่และให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ท่านสามารถให้บริการได้ทันทีเพียง ผู้ใช้บริการแจ้งชื่อ และ ท่านเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและ บรรยากาศขององค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี พบว่า มี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.220 – 0.893 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเชิงบวกและน้อยกว่า 0.90 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันไม่มีความสัมพันธ์กันมากไม่มีการ ควบคุมตัวแปรใดๆ ไว้ จึงทดสอบเพื่ออธิบายการเลือกตัวแปรอิสระตัวแปรอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิง บวกและบรรยากาศขององค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ดังสมมติฐานที่ 1 – 4

สมมติฐานที่ 1 ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล มาตรฐานของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเท่ากับ .65 อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 ($t = 19.91, p = .000$) กล่าวคือ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการ บริการ (เส้นอิทธิพล c) ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ด้านความหวัง (Hope) มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด รongลงมา ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism)

สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือ ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยผ่านความผูกพันในงานมีค่าเท่ากับ .61 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($z = 10.62, p = .000$) โดยมีค่าอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น 95% ระหว่าง .53 ถึง .74 ซึ่งไม่คลุมค่า 0 จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน

สมมติฐานที่ 3 บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเท่ากับ .62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 18.65, p = .000$) กล่าวคือ บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลรวมต่อคุณภาพการบริการ (เส้นอิทธิพล c) ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ด้านการสนับสนุน (Support) มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด รองลงมา ด้านโครงสร้าง (Structure) และด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4: บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 โดยมีค่าประมาณอิทธิพลทางบวกของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงานมีค่าเท่ากับ .62 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($z = 10.73, p = .000$) โดยมีค่าอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น 95% ระหว่าง .55 ถึง .74 ซึ่งไม่คลุมค่า 0 จึงสรุปได้ว่า บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ โดยผ่านความผูกพันในงาน

สรุปผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

1. จากการรวบรวมบทสัมภาษณ์พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี พบว่า พนักงานงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานอยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่คุณภาพการบริการ อันเนื่องมาจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ทักษะคติของตนเองที่มีต่องานบริการโรงแรม เพื่อร่วมงานหัวหน้างาน พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานบริการในโรงแรม เพราะมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการในโรงแรม มีความรู้สึกนึกคิดที่อยากทำงานในด้านบริการของโรงแรม มีความรู้สึกกระตือรือร้นที่จะตื่นเช้าขึ้นมาในตอนเช้าเพื่อมาทำงานด้านการบริการ ส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความผูกพันในงาน (Work Engagement) เพราะมีความชอบที่จะบริการผู้อื่น มีความสุขที่ได้

บริการ ยิ่งเมื่อได้รับคำชมเชย ยิ่งทำให้รู้สึกมีกำลังใจในการปฏิบัติงานด้านการบริการยิ่งขึ้น ซึ่งจากบทสนทนาทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า พนักงานบริการโรงแรมส่วนหนึ่งมีความผูกพันในงาน (Work Engagement) เพราะมีใจรักในการบริการ มีจิตบริการที่อยากจะอำนวยความสะดวกให้แก่แขกผู้เข้ามาพักกับโรงแรม ชื่นชอบ และรักในการบริการ ยิ่งเมื่อได้รับคำชมเชยจากแขก ยิ่งมีความรู้สึกอิ่มเอมใจเป็นอย่างมาก และเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาในการทำงาน ก็จะไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เจอ หากแต่จะมีการมองโลกในแง่ดีเพื่อทำให้ผ่านอุปสรรคไปได้ และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่พบเจอ นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า พนักงานบริการโรงแรมมีทัศนคติจึงทำให้มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) แล้วนั้น ผู้วิจัยพบว่าเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างานที่ดีก็ส่งผลทำให้มีความผูกพันในงาน (Work Engagement) ได้อีกด้วย พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงานบริการโรงแรม เพราะมีเพื่อนร่วมงานที่ดี คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คอยเป็นห่วงเป็นใยตลอดเวลาในการทำงาน จึงทำให้พนักงานบริการโรงแรมมีความรู้สึกที่ดีที่จะปฏิบัติงานบริการด้านโรงแรม โดยที่ไม่รู้ตัว หากแต่ก็สนุกไปกับการทำงานบริการโรงแรมไปแล้ว อีกทั้งยังมีหัวหน้างานที่คอยสนับสนุนให้ทำงานอย่างเต็มที่ คอยดูแลเราในเวลาที่เราต้องการความช่วยเหลือ คอยชี้แนะแนวทางในการทำงานบริการที่ดี คอยให้กำลังใจเมื่อพนักงานบริการโรงแรมต้องพบเจอกับปัญหาในการทำงาน ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวคอยให้กำลังใจ สนับสนุนพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี และทำให้พนักงานโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความรู้สึกอยากทำงาน อยากปฏิบัติงานในโรงแรมทางด้านการบริการต่อไปอีกด้วย

2. จากการรวบรวมบทสัมภาษณ์พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาและอธิบายรูปแบบคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (Self efficacy) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ด้านการให้รางวัล (Reward) และด้านการสนับสนุน (Support) พบว่า ในการรับรู้ความสามารถตนเอง คือความเชื่อของพนักงานบริการโรงแรมว่ามีความสามารถ และศักยภาพในการปฏิบัติงาน มีความปรารถนาในความท้าทาย มีความพยายามทุ่มเทเพื่อที่จะทำเป้าหมายนั้นให้สำเร็จตามที่ตั้งใจไว้ พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีการรับรู้ความสามารถตนเอง ที่มีความมั่นใจในศักยภาพการทำงานบริการของตนเอง มีความพยายามที่จะศึกษาหาข้อมูล สอบถามเพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดีที่สุด ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ที่มีในตัวพนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรี และจะนำไปสู่คุณภาพการบริการที่ดีในโรงแรมต่อไป การมองโลกในแง่ดี (Optimism) คือลักษณะของวิธีการคิดที่นึกถึงแต่ด้านดีเสมอเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานบริการ คือมีความสามารถในการมองหาสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้น สามารถมองหาโอกาสจากสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะทำเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ถึงแม้จะมีสิ่งที่ไม่ดีเกิดขึ้น แต่พนักงานบริการที่มีการมองโลกในแง่ดีจะมีความสามารถในการยอมรับความจริง และเรียนรู้จากความผิดพลาดนั้นเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงต่อไป พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีมีการมองโลกในแง่ดี

(Optimism) คือมีมุมมองกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการทำงานนั้นเป็นไปในทิศทางที่ดี มองแต่สิ่งๆ ดี และนำความผิดพลาดต่างๆ เหล่านั้นมาเป็นแรงผลักดันให้ตัวเองปฏิบัติหน้าที่ดียิ่งๆ ขึ้นไป ด้านการให้รางวัล (Reward) โรงแรมมีความชัดเจนและความเหมาะสมในการให้รางวัล ผลตอบแทน มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทน และสวัสดิการที่มีความยุติธรรม ตลอดจนการที่พนักงานบริการโรงแรมรับรู้ว่าคุณค่าตอบแทน จะได้รับรางวัล ตอบแทนเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี พนักงานบริการโรงแรมจังหวัดราชบุรีนั้น มีคุณภาพการบริการที่ดี จะต้องมีการอาศัยปัจจัยด้านการให้รางวัล (Reward) เพื่อเป็นการแสดงถึงความมีน้ำใจทางโรงแรมมีให้แก่พนักงานบริการ สิ่งตอบแทนหรือรางวัลๆ เหล่านี้ บางสิ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งของมีค่า หากแต่เป็นการแสดงถึงว่า โรงแรมได้เห็นความตั้งใจในการทำงานของพนักงานเหล่านี้ และโรงแรมมิได้นิ่งเฉยต่อการทำงานที่ดีของพนักงานเลยเมื่อพนักงานบริการโรงแรมได้รับสิ่งตอบแทน แล้วนั้น ย่อมมีความรู้สึกที่ดี และดีใจที่หัวหน้าหรือเจ้าของ เห็นถึงความสามารถของตนเองว่ามีความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดีนั่นเอง ด้านการสนับสนุน (Support) คือความรู้สึกที่เป็นมิตรภายในโรงแรม การยอมรับ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีการสนับสนุนในโรงแรม มีหัวหน้าที่สามารถคอยปรึกษา คอยสอนในการแก้ปัญหา จึงทำให้พนักงานมีความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะทำงานกันคนละเวลาก็ตาม แต่จะมีการคอยช่วยเหลือกัน เลยทำให้ลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในการทำงานบริการได้เป็นอย่างดี และความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงานเป็นลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกถึงพลัง ความพยายาม ความมุ่งมั่น และแรงจูงใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน จะมีความทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจในการบริการแขกอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเอง อีกทั้งมุ่งมั่นบริการอย่างเต็มที่จนกว่าแขกพอใจ การอุทิศตนในการทำงานเป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการทำงาน ความกระตือรือร้น และความรู้สึกภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้น มีการอุทิศตนในการทำงาน คือมีความรักในอาชีพการงานทางด้านสายนี้ คืองานด้านการบริการโรงแรม และมีการแสดงออกถึงความต้องการที่จะทำงานด้านการบริการอย่างเต็มที่ เต็มความสามารถของตนเอง มีความกระตือรือร้นในการทำงานโดยเฉพาะ การซึมซับกับงาน (Absorption) เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการฝักใฝ่อยู่กับการทำงานของพนักงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว พบว่าพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีนั้นมีการซึมซับกับงาน (Absorption) บริการโรงแรม คือมีความรู้สึกที่อยากจะทำงานจนไม่รู้สึกรู้ว่าเหนื่อยล้าในการทำงาน หากแต่รู้สึกดีที่ได้ทำงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการซึมซับกับงาน (Absorption) บริการได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

1. จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวก และบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี โดยมีความผูกพันในงาน (Work Engagement) ของพนักงานบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน สอดคล้องกับแนวคิดของ Albanese (1981) ที่กล่าวสนับสนุนว่า ตัวแปรทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) ซึ่งเป็นตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรบรรยากาศองค์การซึ่งเป็นตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทั้งสอง ตัวแปรนี้ร่วมกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน หรือคุณภาพการให้บริการ โดยผลการศึกษา พบว่า ทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.807 และทุนจิตวิทยาเชิงบวกมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการโดยผ่านตัวแปรความผูกพันในงาน (Work Engagement) มีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.720 สอดคล้องกับแนวคิดของ ชูเฟลิ และเบคเคอร์ (Schaufeli; & Bakker) ที่กล่าวว่าความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นสภาวะทางจิตใจที่มีต่องาน ซึ่งสภาวะนั้นเกิดจากการรู้สึก และการคิด ในเชิงบวกที่มีต่องาน และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในที่สุด และด้านบรรยากาศองค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการโดยมีตัวแปรความผูกพันในงาน (Work Engagement) เป็นตัวแปรส่งผ่าน สอดคล้องกับแนวคิดของ Litwin & Stringer (2002: 65), Steers & Porter (1983: 365) ที่กล่าวว่า บรรยากาศองค์การจะเป็นความรู้สึกของการปฏิบัติงานต่อลักษณะที่มองเห็นได้ขององค์การ จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรม ต่อทัศนคติของพนักงานบริการ และแนวคิดของ วิภาวี มหารักษ์กะ (2550: 29-30) ที่กล่าวว่า บรรยากาศองค์การเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของพนักงานบริการ ความสำเร็จขององค์การส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับบรรยากาศองค์การซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนการทำงานทำให้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลผู้บริหารจึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารบรรยากาศองค์การ (Organization Climate) โดยผลการศึกษา พบว่า บรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.770 และบรรยากาศองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อคุณภาพการบริการโดยผ่านตัวแปรความผูกพันในงาน (Work Engagement) มีค่าสัมประสิทธิ์รวมเท่ากับ 0.659

2. จากผลการทดสอบอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ พบว่า ด้านทุนจิตวิทยาเชิงบวก ได้แก่ ด้านความหวัง (Hope) และ ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) สอดคล้องกับแนวคิดของ อะเวย์ และคณะ (Avey; et al. 2010: 430-452) ที่กล่าวว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive psychological capital) มีมุมมองต่างๆ ในทางบวกและมีความเข้าใจในการจัดการในสิ่งต่างๆ ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ด้านความหวัง (Hope) มีอิทธิพลเชิง

บวกสูงสุด รองลงมา ด้านการมองโลกในแง่ดี (Optimism) โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าด้านทุนจิตวิทยาเชิงบวก สามารถอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) และผลการทดสอบ พบว่า ด้านบรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ด้านโครงสร้าง (Structure) และ ด้านการสนับสนุน (Support) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) ผลการทดสอบ พบว่า ด้านการสนับสนุน (Support) มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด รองลงมา ด้านโครงสร้าง (Structure) และด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ตามลำดับ โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าด้านบรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) สามารถอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Litwin & Stringer (1968) ที่กล่าวว่า บรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) คือ องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมและขององค์กร ซึ่งรับรู้โดยบุคคลที่ทำงานในองค์กรทั้งโดยตรงและทางอ้อม มีอิทธิพลสูง และพฤติกรรมการทำงานในองค์กร

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี ข้อมูลด้านจิตวิทยาเชิงบวกอยู่ในระดับที่ดี โดยสูงสุดคือ การมองโลกในแง่ดี (Optimism) ความหวัง (Hope) และความยืดหยุ่น (Resiliency) ในด้านการรับรู้ความสามารถตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ ลูธานส์ และคณะ (Luthans; et al. 2007: 3) ที่กล่าวว่า สภาพของบุคคลที่เป็นจุดเด่น หรือจุดแข็งที่มีการพัฒนาคุณลักษณะในทางที่ดี ซึ่งไปสู่ทางกำหนดพฤติกรรมที่สามารถวัดได้ พัฒนาได้ และสามารถจัดการอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นในองค์กรยุคปัจจุบัน ด้านทัศนคติต่อบรรยากาศขององค์กรมีทัศนคติต่อบรรยากาศขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยสูงสุดบรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการสนับสนุน (Support) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านการมีส่วนร่วม (Involvement) ด้านความเจริญก้าวหน้า (Opportunity for advancement) ด้านการให้รางวัล (Reward) และด้านการควบคุม (Control) ตามลำดับ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ สตริงเจอร์ (Stringer. 2002) ที่กล่าวว่า บรรยากาศขององค์กรเป็นการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการปฏิบัติงานซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ค่านิยมของคนในองค์กรที่แสดงออกมาจากความรู้สึกรู้สึกหรือการรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยที่เราไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ในองค์กร ด้านความผูกพันในงาน (Work Engagement) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีความผูกพันในงาน (Work Engagement) อยู่ระดับดี โดยสูงสุดในด้านการซึมซับกับงาน (Absorption) รองลงมา การอุทิศตน (Dedication) และความเข้มแข็งกระฉับกระเฉงในการทำงาน (Vigor) ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Development Dimensions International (DDI) (Schaufeli; & Bakker. 2010) ที่กล่าวว่า ความผูกพันในงาน (Work Engagement) คือการที่พนักงานมีความคิด และความ

เชื่อในค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร มีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับองค์กร และยินดีที่จะกระทำสิ่ง ที่อยู่นอกเหนือจากหน้าที่เพื่อองค์กร และปรารถนาจะอยู่กับองค์กร และในด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีโดยรวมมีทัศนคติต่อคุณภาพการบริการ (Service Quality) อยู่ในระดับดี สูงสุดในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) รองลงมา การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ความ เชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) และความเป็นรูปธรรมที่ปรากฏ (Tangible) ตามลำดับ ผลการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของ Bitner (1992); Cordupleski Rust และ Zahorik. (1993); (อ้างอิงจาก ชัชวาล ทัดศิริช. 2001) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่นั่นเป็นเป็นกระบวนการ บริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตามความคาดหวังของบุคคลที่ได้มีโอกาสได้เข้ามาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้

1. จากการศึกษา พบว่า บรรยากาศขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการ โดยมีตัวแปรความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้น ควรเปิดโอกาสให้พนักงานบริการได้แสดง ความคิดเห็นหรือให้อำนาจได้อย่างอิสระในการทำงาน มีความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ความ รับผิดชอบ องค์กรมีความชัดเจนในการให้รางวัล พนักงานบริการมีความรู้สึกได้ถึง การสนับสนุนจาก ภายในองค์กร รวมถึงมีการส่งเสริมให้โอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะของ นโยบายมีมาตรฐานที่ชัดเจน
2. จากการศึกษา พบว่า ด้านบรรยากาศขององค์กร (Organization Climate) มีอิทธิพลเชิงบวก ต่อคุณภาพการบริการ โดยด้านการสนับสนุน (Support) มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด ดังนั้นควรให้ ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ควรสร้างความรู้สึกที่เป็น มิตรภายในองค์กรการยอมรับ ให้ความร่วมมือ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน ทั้งจาก ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน และให้ความสำคัญกับสถานที่ทำงานให้มีความสะดวกสบาย และมีความเหมาะสมในการทำงาน
3. จากการศึกษา พบว่า พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีทัศนคติต่อคุณภาพ การให้บริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) สูงสุด ดังนั้นควรส่งเสริมให้ พนักงานมีความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ พนักงานจะต้องให้บริการด้วยความ สุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการ ให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และ

ได้ผลอย่างสม่ำเสมอ และให้ความมั่นใจได้ว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุดเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

4. จากการศึกษา พบว่า พนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีมีความผูกพันในงาน (Work Engagement) ด้านความเข้มแข็งระดับกระเฉง น้อยสุด ดังนั้นควรส่งเสริมให้พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยมีการจัดกิจกรรมพิเศษ การอบรมสัมมนาเพื่อความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานและเพิ่มการซึ่มซึบกับงาน (Absorption) และเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งระดับกระเฉงในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป อิทธิพลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยมีความผูกพันในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี จำแนกหรือเปรียบเทียบกันในแต่ละแผนก หรือเปรียบเทียบตามลักษณะงาน หรือตำแหน่งงานของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรี เพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นประโยชน์ในการจัดการและวางแผนในการปฏิบัติงานต่อพนักงานในครั้งต่อไป

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในรูปแบบ full model เนื่องจากในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแยกเป็นการศึกษาตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล และตัวแปรลักษณะสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการนำทั้งสองตัวแปรรวมเข้าด้วยกัน เพื่อผลการจะสามารถใช้เป็นแนวพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพการปฏิบัติงานและความคิดเห็นของพนักงานบริการโรงแรมในจังหวัดราชบุรีในภาพรวม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551. (2551, 23 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 125 ตอนที่ 70 ก. หน้า 7-13.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. (2554). *นโยบายสังคม และสวัสดิการสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). *การพัฒนามาตรฐานวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการโรงแรม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- เครือวัลย์ บุญสะเดา. (2546). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิสจำกัด*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จันทนา ลีรุ่งเรืองพร. (2552). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท มัตซึบะ ไอ เอส เค ไลน์ ประเทศไทย จำกัด แผนกโลจิสติกส์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการภาครัฐและเอกชน). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- จิระศักดิ์ ธารสุขกระจ่าง. (2014). *บรรยากาศขององค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. วิทยานิพนธ์ พธ.ม. (พระพุทธศาสนา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรฤดี สุกปลั่ง. (2543). *ผล ของบุคลิกภาพและเชาวน์อารมณ์ที่มีคุณภาพของการให้บริการตามการรับรู้ของหัวหน้างาน ของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัชวาล ทัดศิวิชัย. (2011, 11 เมษายน). *ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ. PHR Thailand Contributor*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true.
- ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก. (2549). *การวิจัยเชิงคุณภาพคือ*. ใน *การวิจัยเชิงคุณภาพเบื้องต้น*. สรรพ ภูงค์ และ อ้อมเดือน สดมณี. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ณัฐวุฒิ อรินทร์. (2555). *การศึกษาปัจจัยเชิงเหตุ และผลของทุนจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อสุขภาวะทางจิตและพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบของบุคลากรสาธารณสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้*. วิทยานิพนธ์ วท.ด. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (ม.ป.ป.). *แนวคิด ทฤษฎี การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ*. ใน *เริ่มแรกเรียนรู้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ*. ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนนครราชสีมา สถาบันพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณิณี บุญยฤทธานนท์. (2547). *ปัจจัยที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- นิรุติ จินอยู่; และ ศิริณา มีสันเทียะ. (2556). *การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและภัยคุกคาม เพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี*. บ้านเมือง. (2558, 26 มกราคม). ธุรกิจโรงแรมปีแพะเงินสะพัด 5.27 แสนล้าน. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.banmuang.co.th/news/economy/7248>.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. (2549). *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- บุญมาก ศิริเนาวกุล; พีรณัฐ ไชว์สูงเนิน; และ สุชาย ธนวิเสถียร. (2013, January–May). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีและดัชนีชี้วัด*. *Stamford Journal*. 5(1).
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2551). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ปิยะ ททรัพย์สมบุรณ์. (2545). *ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478. (2478, 13 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*.
- พวงเพ็ญ ชูรินทร์. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร ความเครียดและความพึงพอใจในงานที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานโรงแรมในเขตภาคใต้ตอนบน ภายใต้สถานการณ์ของภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ*. *วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 3(2552): 1-15. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.ttresearch.org/home/images/2553_3/7.%20%E0%B8%AD.pdf.

- พิรุณ รัตตนวณิช; และ สุวดี ชูสุวรรณ. (2544). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อบริการของโรงพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดตรัง*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระบรมราชชนก.
- มณีรัตน์ แดงอ่อน. (2551). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทัศนคติการรับบริการของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยศึกษา สำนักบริการการศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. การค้นคว้าอิสระ (การจัดการ ทั่วไป)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- รัชฎู เรื่องโอชา. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การการเสริมสร้างพลังอำนาจ ในงานเชิงโครงสร้างและความพึงพอใจในงานของบุคลากร ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุ แห่งชาติ*. งานวิจัย ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2547, 12-13 มกราคม). *การวิจัยและประเมินแบบผสมวิธี: กระบวนทัศน์ใหม่ของการวิจัยและประเมิน*. ใน *บทความนำเสนอในที่ประชุมทางวิชาการด้านวิจัย วัดและ ประเมินผล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- รัศมี สุขประเสริฐ; สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์; และ อุบลวัลย์ บุญรอด. (2551). *ผลกระทบของค่านิยม ขององค์กรและคุณภาพการให้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ กจ.ม. (การจัดการ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัย มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ลัดดา สัจพันโรจน์. (2545). *บรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์การในทัศนะของพนักงาน บริษัทวิโน-ไทยเอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การ จัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วรรณญา แดงสนิท; และ ดวงกมล ไตรวิจิตร. (2014). *ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทุนทาง จิตวิทยาเชิงบวก และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูโดยมีความยึดมั่นผูกพันในงาน เป็นตัวแปรส่งผ่าน*. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*. 9(2): 307-319.
- วัชระ เวชประสิทธิ์. (2557). *ตัวแบบกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันและผล การปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. ดุษฎีนิพนธ์ บธ.ด. (การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- วัลย์ลิกา สวัสดิ์นฤเดช. (2539). *สภาพแวดล้อมในการทำงานตามทัศนะของข้าราชการฝ่ายธุรการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558, 2 ตุลาคม). *โรงแรม*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1>.
- วิจิตร ศรีสุพรรณ. (2551). *แนวปฏิบัติการพยาบาลในคลินิก*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฑทอง.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). *วิธีองค์การคุณภาพยุค 2000*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาวี มหารักษ์กะ. (2550). *การศึกษความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานสายปฏิบัติการโรงเรียนร่วมฤดีวิเทศศึกษา*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิโรจน์ ลักษณะอดิสร. (2550). *กลยุทธ์ HR ที่จับต้องได้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีรพงษ์ เฉิมจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชนจำกัด.
- ศิริวรรณ กิติเวชกุล. (2539). *บรรยากาศองค์การที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการศึกษาเฉพาะกรณี กรมชลประทาน*. สารนิพนธ์ ร.ม. (บริหารรัฐกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักบริการการทะเบียนกรมการปกครอง. (2552). *ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2552*.
- สีมาภา จันท์หอมกุล. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การความผูกพันในงานและความพึงพอใจในชีวิตของบุคลากรสังกัดกรมสารบรรณทหารบก*. งานวิจัยส่วนบุคคล ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุจนา เจริญพันธุ์. (2553). *คุณภาพการบริการของคอนโดมิเนียม: กรณีศึกษา บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โครงการลาดพร้าว*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2522). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. ใน *แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดิเรก เฉลียวฉลาด. (2552). *การจัดสนทนากลุ่ม*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.moe.go.th/moe/upload/blog/htmlfile/448-7756.html>.

- อัจฉรา เฉลยสุข. (2556). อิทธิพลของบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรคุณภาพ การให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงาน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีธัญบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉรา ประเสริฐสิน. (2557). การวิจัยเชิงประเมิณแบบผสมวิธี. *รวมบทความวิจัยวิทยาและทฤษฎีเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมในองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยสัมพันธ์.
- Alan, Saks M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*. 21(7): 600 – 619.
- Albanese. (1981). *Managing: toward accountability for performance*. 3rd ed. Venture: Regal Books.
- Avey, j. B.; Luthans, F.; & Youssef, C. M. (2010). The additive value of Psychological Capital in Predicting Workplace Attitude and Behaviors. *Journal of Management*. 36(2): 430-452.
- Bakker, A. B.; Demerouti, E.; & Verbeke, W. (2004). *Human Resource Management*. 43: 83 – 104.
- Baron, R. M.; & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51: 1173-1182.
- Bitner, M. (1992). Service scapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*. 56: 57-71.
- Brown, W.; & Moberg, D. (1980). *Organization Theory and Management: A Macro Approach*. New York: Wiley & Sons.
- Cronin, J. J.; & Taylor, S. A. (1992, July). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*. 56: 55-68.
- Dubrin, A. J. (1984). *Foundations of Organizational Behavior: An Applied Perspective*, Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Fredrickson, B. L.; & Joiner, T. (2002). Positive emotions trigger upward spirals toward emotional well-being. *Psychological Science*. 13: 172–175.

- Harter, J. K.; Schmidt, F. L.; & Keyes, C. L. (2002). Well-Being in the Workplace and its Relationship to Business Outcomes: A Review of the Gallup Studies. In *Flourishing: The Positive Person and the Good Life*. Keyes, C. L.; & Haidt, J., editors. pp. 205-224. Washington D.C.: American Psychological Association.
- Hellriegel, D.; & Slocum, J. W. (1974). Organizational climate: Measures, research and contingencies. *Academy of Management Journal*. 17(2): 255-280.
- Judd, C. M.; & Kenny, D. A. (1981). Process analysis: Estimating mediation in treatment evaluations. *Evaluation Review*. 5: 602-619.
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*. 33: 692-724.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River. NJ: Pearson Prentice Hall.
- Larson, M. (2004). *Positive Psychological Capital : A Comparison with human and Social Capital and An Analysis Of A Training Intervention*. A Dissertation of the Graduate College, College at the University of Nebraska. Photocopied.
- Litwin, G. H.; & Stringer, R. A. (1968). *Motivation and Organization Climate*. Bonton: Division of research, Graduate school of business administration, Harvard University. Photocopied.
- (2002). *Leadership and Organizational Climate*. Upper Saddle River. New Jersey. 07458.
- Luthans, F.; Avey, J. B.; & Patera, J. L. (2008). Experimental Analysis of A Web-Based Training Intervention to Develop Positive Psychological Capital. *Academy of Management Learning & Education*. 7(2): 209-221.
- Luthans, F.; Luthans, K. W.; & Luthans, B. C. (2004). Positive Psychological Capital : Beyond Human Capital and Social Capital. *Business Horizons*. 47/1: 45-50.
- Luthans, F.; Youssef, M.; & Avoloi, B. (2007). *Psychological Capital : Developing the human Competitive Edge*. Oxford, England: Oxford University press.
- Macey, W. H.; & Schneider, B. (2008). *The meaning of employee engagement*. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice* 1. pp. 3-30.

- Mackinnon, D. P. (2008). *Introduction to statistical mediation analysis*. New York: Erlbaum.
- Malhotra, N.; & Mukherjee, A. (2004). The relative influence of organizational commitment and job satisfaction on service quality of customer-contact employees in banking call centres. *Journal of Service Marketing*. 18(3): 162-174.
- Manne, S. (2003). Coping and Social support. In *Handbook of Psychology*. Vol 9 Health Psychology. Nezu, M.; Christine, Maguth Nezu; Pamela, Geller A., editors. pp. 51-74. New Jersey: John Wiley & sons.
- Marie, M. L.; & Alison, M. D. (2006). Links between service climate, employee Commitment and Ployees' service quality capability. *Managing Service Quality*. 16(5): 460-476.
- Mathis; & Jackson. (2003). *Human Resource Management*. 10th ed. South Western, a division of Thomson Learning, Mason, OH.
- McColl-Kennedy; & Janet, R. (2003). *Services Marketing : a managerial approach*. Milton: John Wiley and Sons.
- Parasuraman. (1998). Customer Service in Business-to-Business Markets: An Agenda for Research. *Journal of Business and Industrial Marketing*. 13(4/5): 309-321.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; & Berry, L. L. (1985, May-June). Quality Counts in Services, Too. *Business Horizons*. 44-52.
- (1988). SERQUAL :A multiple items scale for measuring consumer perceptions for service quality. *Journal of Retailing*. 64(1): 12-40.
- (1990). Five Imperatives for Improving Service Quality. *Sloan Management Review*. (Summer): 29-38.
- Preacher, K. J.; & Leonardelli, G. J. (2012, 21 January). *Calculation for the Sobel test-An interactive Calculation tool form ediation tests*. Retrieved April 18, 2016, from <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>.
- Roderic Gray. (2007). *A Climate of Success: creating the right organization climate for high performance*. Retrieved July 28, 2015, from http://www.jobjob.co.th/th/HR_Variety/387/Climate_of_Success.

- Salanova, M.; Agut, S.; & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and Work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediating role of service climate. *Journal of Applied Psychology*. 90: 1217-1227.
- Schaufeli, W. B.; & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*. 25: 293-315.
- Schaufeli, W. B.; & Bakker, A. B. (2010). The conceptualization and measurement of work engagement. In *Work engagement: A handbook of essential theory and research*. Bakker, A. B.; & Leiter, M. P., editors. pp. 10-24. New York: Psychology Press.
- Schaufeli, W. B.; & Salanova, M. (2007). Work engagement: An emerging psychological concept and its implications for organizations. In *Research in Social Issues in Management (Volume 5): Managing social and ethical issues in organizations*. Gilliland, S. W.; Steiner, D. D.; & Skarlicki, D.P., editors. pp. 135-177. Greenwich, CT: Information Age Publishers.
- Schaufeli, W. B.; & Van Rhenen, W. (2006). Over de rol van positieve en negatieve emoties bij het welbevinden van managers: Een studie met de Job-related Affective Well-being Scale (JAWS) [About the role of positive and negative emotions in managers' well-being: A study using the Job-related Affective Well-being Scale (JAWS)]. *Gedrag & Organisatie*. 19: 323-244.
- Schaufeli, W. B.; Bakker, A. B.; & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*. 66: 701-716.
- Schaufeli, W. B.; Salanova, M.; Gonzalez-Roma, V.; & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout and: A confirmative analytic approach. *Journal of Happiness Studies*. 3: 71-92.
- Seligman, M. E. P. (1991). *Helplessness: On Depression, Development, and Death*. 2nd ed. New York: W.H. Freeman.
- (1998). *Learned Optimism*. 2nd ed. New York: Pocket Books (Simon and Schuster).

- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Free Press (Simon and Schuster).
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic intervals for indirect effects in structural equations models. In *Sociological methodology*. Leinhardt, S., editor. pp. 290-312. San Francisco: Jossey-Bass.
- Steers, R. M. (1977, March). Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly*. 22: 46-56.
- Steers; & Porter. (1983). *Motivation and work behavior*. McGraw-Hill series in management Management Series, the University of Michigan.
- Stringer, R. A. (2002). *Leadership and organizational climate*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Syjan, Harish. (1999). Optimism and Street-Smarts : Identifying and Improving Salesperson Intelligence. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 17-33.
- Snyder, C. R.; & Lopez, S. J. (2002). *The handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.
- (2007). *Positive Psychology: The Scientific and Practical Exploration of Human Strengths*. Sage Publications.
- Vechio, R. P. (1995). *Organizational Behavior*. 3rd ed. Florida: Harcourt Brace and Company
- Xanthopoulou, D.; Bakker, A. B.; Demerouti, E.; & Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources, and work engagement. *Journal of Vocational Behavior*. 74: 235-24.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มณฑิรา จารุเพ็ง
2. อาจารย์ ดร. ปิยพงษ์ คล้ายคลัง
3. อาจารย์ ดร. อมราพร สุรการ

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญจากโปรแกรม SPSS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ทุนจิตวิทยาเชิงบวก ^b		Enter

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.647	.55956	1.299

a. Predictors: (Constant), ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

b. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.155	1	124.155	396.530	.000 ^b
	Residual	67.317	215	.313		
	Total	191.473	216			

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. Predictors: (Constant), ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
						B	Std. Error
1 (Constant)	.260	.167		1.558	.121	-.069	.588
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	.923	.046	.805	19.913	.000	.832	1.015

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.6961	4.8770	3.4901	.75815	217
Residual	-2.10718	1.80332	.00000	.55826	217
Std. Predicted Value	-2.366	1.829	.000	1.000	217
Std. Residual	-3.766	3.223	.000	.998	217

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ทุนจิตวิทยาเชิงบวก ^b		Enter

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.669	.668	.54911	1.326

a. Predictors: (Constant), ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

b. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131.183	1	131.183	435.072	.000 ^b
Residual	64.827	215	.302		
Total	196.010	216			

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

b. Predictors: (Constant), ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	.141	.164		.865	.388	-.181	.464
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	.949	.046	.818	20.858	.000	.860	1.039

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.6181	4.8877	3.4621	.77931	217
Residual	-2.62206	1.84789	.00000	.54784	217
Std. Predicted Value	-2.366	1.829	.000	1.000	217
Std. Residual	-4.775	3.365	.000	.998	217

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ความผูกพันในงาน, ทุนจิตวิทยาเชิงบวก ^b		Enter

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887 ^a	.786	.784	.43768	1.388

a. Predictors: (Constant), ความผูกพันในงาน, ทุนจิตวิทยาเชิงบวก

b. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.477	2	75.239	392.755	.000 ^b
	Residual	40.995	214	.192		
	Total	191.473	216			

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
	1 (Constant)	.169	.131				1.298
ทุนจิตวิทยาเชิงบวก	.319	.063	.278	5.051	.000	.194	.443
ความผูกพันในงาน	.637	.054	.645	11.722	.000	.530	.744

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.6208	4.9485	3.4901	.83466	217
Residual	-1.17833	1.32939	.00000	.43565	217
Std. Predicted Value	-2.240	1.747	.000	1.000	217
Std. Residual	-2.692	3.037	.000	.995	217

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	บรรยากาสองค์การ ^b		Enter

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786 ^a	.618	.616	.58326	1.298

a. Predictors: (Constant), บรรยากาสองค์การ

b. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.332	1	118.332	#####	.000 ^b
	Residual	73.141	215	.340		
	Total	191.473	216			

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. Predictors: (Constant), บรรยากาศองค์การ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.587	.161		3.652	.000	.270	.903
	บรรยากาศองค์การ	.952	.051	.786	18.651	.000	.851	1.052

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.5382	5.3444	3.4901	.74016	217
Residual	-1.17647	1.63282	.00000	.58191	217
Std. Predicted Value	-2.637	2.505	.000	1.000	217
Std. Residual	-2.017	2.799	.000	.998	217

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	บรรยากาศองค์การ ^b		Enter

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776 ^a	.602	.600	.60219	1.303

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.044	1	118.044	#####	.000 ^b
	Residual	77.966	215	.363		
	Total	196.010	216			

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

b. Predictors: (Constant), บรรยากาศองค์การ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
							B	Std. Error
1	(Constant)	.562	.166		3.390	.001	.235	.889
	บรรยากาศองค์การ	.950	.053	.776	18.042	.000	.847	1.054

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.5126	5.3143	3.4621	.73926	217
Residual	-1.69337	1.85267	.00000	.60079	217
Std. Predicted Value	-2.637	2.505	.000	1.000	217
Std. Residual	-2.812	3.077	.000	.998	217

a. Dependent Variable: ความผูกพันในงาน

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ความผูกพันในงาน, บรรยากาศองค์การ ^b		Enter

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.790	.789	.43297	1.404

a. Predictors: (Constant), ความผูกพันในงาน, บรรยากาศองค์การ

b. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.355	2	75.678	#####	.000 ^b
	Residual	40.118	214	.187		
	Total	191.473	216			

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

b. Predictors: (Constant), ความผูกพันในงาน, บรรยากาศองค์การ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
							B	Std. Error
1	(Constant)	.221	.122		1.803	.073	-.021	.462
	บรรยากาศองค์การ	.333	.060	.275	5.546	.000	.215	.451
	ความผูกพันในงาน	.651	.049	.658	13.272	.000	.554	.747

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.2046	5.1399	3.4901	.83709	217
Residual	-.99756	1.24099	.00000	.43096	217
Std. Predicted Value	-2.730	1.971	.000	1.000	217
Std. Residual	-2.304	2.866	.000	.995	217

a. Dependent Variable: คุณภาพการบริการ

CALCULATION FOR THE SOBEL TEST

quantpsy.org

An interactive calculation tool for mediation tests

Curriculum vitae
 Selected publications
 Supplemental material for publications
 Online utilities
 Mediation & moderation material
 PSY-GS 8879: Factor Analysis
 Vanderbilt Psychological Sciences
 Vanderbilt Quantitative Methods
 Organizations
 Friends and colleagues
 Contact me

© 2010-2016,
 Kristopher J. Preacher

is significantly different from zero.

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.95	Sobel test: 10.61573594	0.06727347	0
b 0.64	Aroian test: 10.60563706	0.057328	0
s_a 0.05	Goodman test: 10.62586372	0.05721888	0
s_b 0.05	Reset all	Calculate	

Alternatively, you can insert t_a and t_b into the cells below, where t_a and t_b are the t-test statistics for the difference between the a and b coefficients and zero. Results should be identical to the first test, except for error due to rounding.

Input:	Test statistic:	p-value:
t_a 20.86	Sobel test: 10.21774192	0
t_b 11.72	Aroian test: 10.20882977	0
	Goodman test: 10.22667745	0
	Reset all	Calculate

The reported p-values (rounded to 8 decimal places) are drawn from the unit normal distribution under the assumption of a two-tailed z-test of the hypothesis that the mediated effect equals zero in the population. +/- 1.96 are the critical values of the test ratio which contain the central 95% of the unit normal distribution.

We should note that there are three principal versions of the "Sobel test" - one that adds the third denominator term (Aroian, 1944/1947 - this is the version popularized by Baron & Kenny as the Sobel test), one that subtracts it (Goodman, 1960), and one that does not include it at all. We stress

CALCULATION FOR THE SOBEL TEST

quantpsy.org

An interactive calculation tool for mediation tests

Curriculum vitae
 Selected publications
 Supplemental material for publications
 Online utilities
 Mediation & moderation material
 PSY-GS 8879: Factor Analysis
 Vanderbilt Psychological Sciences
 Vanderbilt Quantitative Methods
 Organizations
 Friends and colleagues
 Contact me

© 2010-2016,
 Kristopher J. Preacher

Note that s_a and s_b should never be negative.

To conduct the Sobel test

Details can be found in Baron and Kenny (1986), Sobel (1982), Goodman (1960), and Mackinnon, Warsi, and Dwyer (1995). Insert the a, b, s_a , and s_b into the cells below and this program will calculate the critical ratio as a test of whether the indirect effect of the IV on the DV via the mediator is significantly different from zero.

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.95	Sobel test: 10.7289944	0.05755432	0
b 0.65	Aroian test: 10.718887	0.05760859	0
s_a 0.05	Goodman test: 10.73913043	0.0575	0
s_b 0.05	Reset all	Calculate	

Alternatively, you can insert t_a and t_b into the cells below, where t_a and t_b are the t-test statistics for the difference between the a and b coefficients and zero. Results should be identical to the first test, except for error due to rounding.

Input:	Test statistic:	p-value:
t_a 18.04	Sobel test: 10.68949158	0
t_b 13.27	Aroian test: 10.6788507	0
	Goodman test: 10.70016433	0
	Reset all	Calculate

The reported p-values (rounded to 8 decimal places) are drawn from the unit normal distribution.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวเจตลักษณ์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 30 พฤศจิกายน 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	69 หมู่ที่ 7 ตำบลคลองสวนพลู อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ 13000
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้จัดการโรงแรม แอท อยุธยา
สถานที่ทำงาน	โรงแรม แอท อยุธยา 69 หมู่ที่ 7 ตำบลคลองสวนพลู อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ 13000 โทรศัพท์ 083-0166976 E-mail: jetlaksana@gmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2546	มัธยมศึกษาตอนปลาย สาขาการบัญชี โรงเรียนนานาชาติเซนต์จอร์จส์อเมริกัน จังหวัดสระบุรี
พ.ศ.2550	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการบริหารเชิงธุรกิจภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาเขตบางนา
พ.ศ.2559	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์ แขนงวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ