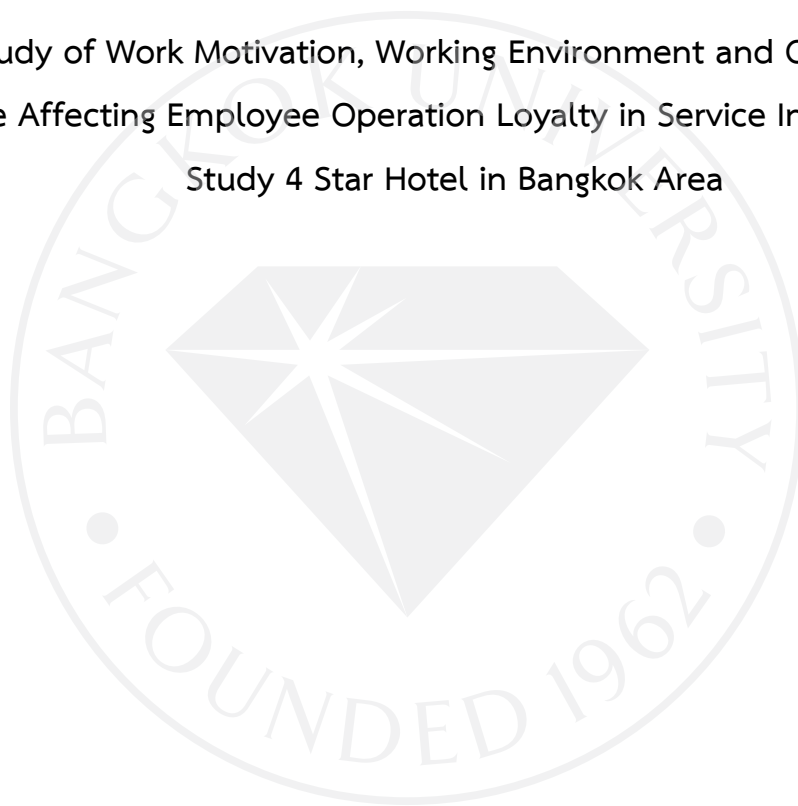


การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร
ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ
กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Work Motivation, Working Environment and Organization
Image Affecting Employee Operation Loyalty in Service Industry: Case
Study 4 Star Hotel in Bangkok Area



การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อ
ความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4
ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Work Motivation, Working Environment and Organization Image Affecting
Employee Operation Loyalty in Service Industry: Case Study 4 Star Hotel in Bangkok
Area

กฤตธัช วุฒิวิงศา

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



© 2561

กฤษฎิ์ชวุฒิวงศ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กรที่มี
อิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ
กรณีศึกษา โรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กฤตธัช วุฒินงศา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

29 สิงหาคม 2561

กฤตธัช วุฒิวงศา. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สิงหาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อ
ความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4
ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร (48 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน
และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการใน
อุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 เขต
ได้แก่ เขตวัฒนา เขตราชเทวี เขตปทุมวัน และเขตสาทร จำนวน 200 คน และใช้แบบสอบถาม
ออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน
วิธีการทางสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยอย่าง
ง่าย ผลการศึกษา พบว่าแรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร มี
ผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, สภาพแวดล้อมการทำงาน, ภาพลักษณ์ขององค์กร, ความจงรักภักดี

Woothiwongsa, K. M.B.A., August 2018, Graduated School, Bangkok University.

A Study of Work Motivation, Working Environment and Organization Image Affecting Employee Operation Loyalty in Service Industry: Case Study 4 Star Hotel in Bangkok Area (48 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Suthinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study is to study work motivation, working environment and organization image affecting employee operation loyalty in service industry: Case study 4 Star Hotel in Bangkok area. The questionnaire set was distributed in order to collect data from hotel employees in Bangkok area; Wattana, Ratchathewi, Pathumwan and Sathorn districts for 200 persons and the online questionnaire set was distributed in order to collect data from hotel employees for 200 persons. The statistical techniques used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviations and Simple Regression Analysis. It was found that work motivation, working environment and organization image affected employee operation loyalty in service industry with statistical significance level of 0.05.

Keywords: Motivation, Working Environment, Organization Image, Loyalty

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษารองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ซึ่งเป็นผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ อธิบายแนวทาง รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิจัยทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียนและคอยให้กำลังใจ คอยช่วยเหลือตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือและกำลังใจเสมอมา

กฤตธัช วุฒิวงศา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	8
1.5 นิยามคำศัพท์	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ประวัติและความเป็นมา	11
2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	22
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.4 สมมติฐานการวิจัย	27
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	28
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	30
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 การอภิปรายผล	33
5.2 ข้อเสนอแนะ	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	40
ประวัติผู้เขียน	48
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: แสดงค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Analysis Test)	26
ตารางที่ 4.1: จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน	30
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน	30
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กร	31
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความจงรักภักดีของพนักงาน	31
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)	31
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)	32
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ พนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)	32

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก (1996 - 2015)	1
ภาพที่ 1.2: สถิตินักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2017	2
ภาพที่ 1.3: กรอบแนวคิดการวิจัย	8



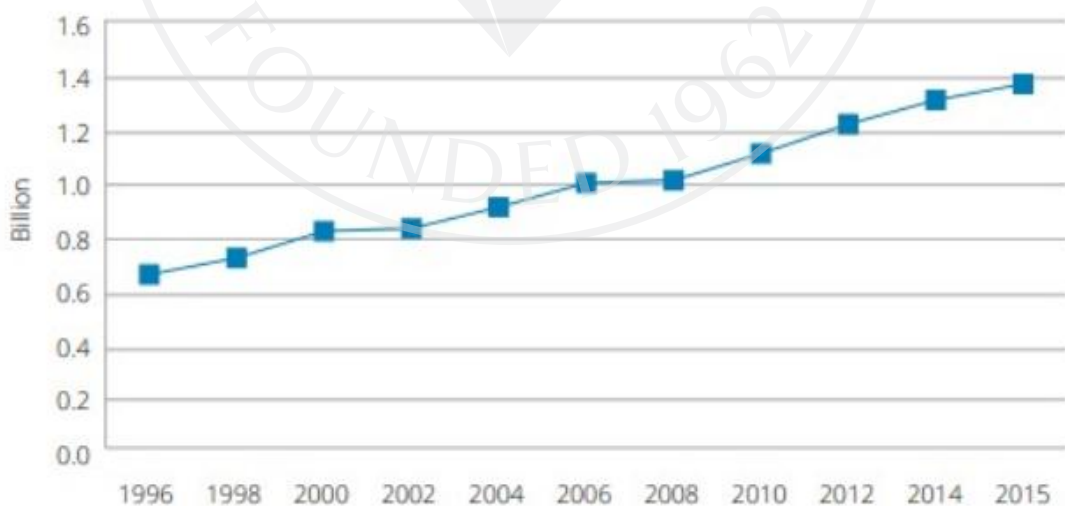
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในปัจจุบันนี้ภาพรวมของอุตสาหกรรมบริการนั้นเต็มไปด้วยการแข่งขันแย่งชิงกันอย่างมาก สาเหตุนั้นมาจากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งถือว่าเป็นภาคอุตสาหกรรมที่เติบโตได้เร็วที่สุดของโลกอีกด้วย โดยในปี พ.ศ. 2560 ได้มียอดจองมากถึง 1.6 ล้านล้านดอลลาร์ (52.8 ล้านล้านบาท) ซึ่งถือว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของโลกเลยทีเดียว โดยในแต่ละปีตลาดของการท่องเที่ยวจะเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวมากมายนับล้านล้านคน ทั้งจากตลาดของนักท่องเที่ยวใหม่ เช่น ประเทศจีน และตลาดจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีรายได้ต่อหัวที่สูงรวมไปถึงมีศักยภาพในการใช้จ่ายซื้อหาประสบการณ์และสัมผัสการท่องเที่ยวที่ใหม่เพื่อขึ้นทุกปี ส่งผลให้หลายๆประเทศหันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวโดยการปรับวิธีการขอวีซ่าเข้าประเทศให้ง่ายขึ้นหรือบางประเทศก็ยกเว้นวีซ่าท่องเที่ยวไป มีการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการขายสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรม อาหาร เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล

ภาพที่ 1.1: ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก (ปีค.ศ. 1996 - 2015)

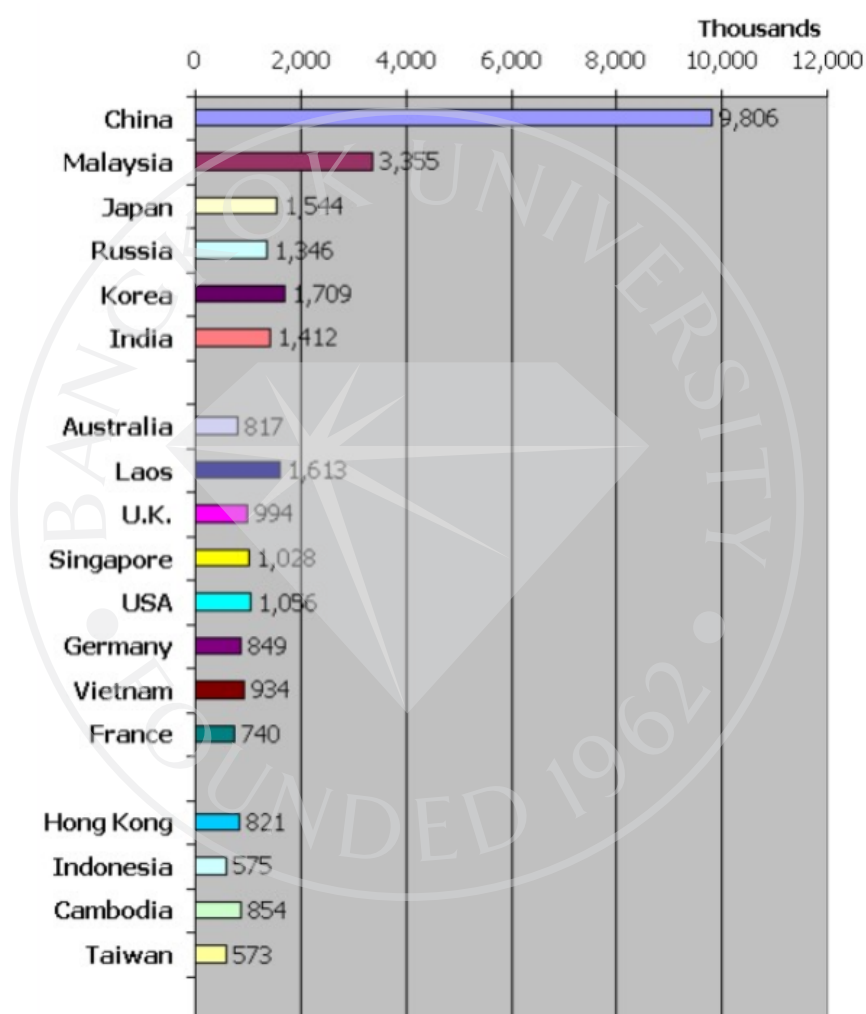


ที่มา: KISSMEMYDEER. (2561). เทรด์ 'ท่องเที่ยว-โรงแรม' ปี 2018. สืบค้นจาก

<https://www.thebangkokinsight.com/6073>.

อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 ได้เติบโตขึ้นร้อยละ 8.77 จากปี พ.ศ. 2559 ที่ 32.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 35.4 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2561 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 38.6 ล้านคน (KISSMEMYDEAR, 2561)

ภาพที่ 1.2: สถิตินักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทย ปี ค.ศ. 2017



ที่มา: KISSMEMYDEER. (2561). เทรนด์ 'ท่องเที่ยว-โรงแรม' ปี 2018. สืบค้นจาก

<https://www.thebangkokinsight.com/6073>.

จากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้อุตสาหกรรมการบริการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการประเภท 'โรงแรม' โดยสภาพของธุรกิจโรงแรมจะผันแปรโดยตรงตามการท่องเที่ยว โดยมูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวของโลกมี

สัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของ GDP โลก (World Travel & Tourism Council 2017) ในกรณีของไทยปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวสร้าง มูลค่ากว่าร้อยละ 17 ของ GDP หรือกว่า 2.5 ล้านล้านบาท โดยธุรกิจท่องเที่ยวเชื่อมโยงให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าที่กระจายตามภูมิภาคต่างๆ ซึ่งนอกจาก ธุรกิจโรงแรมและสถานที่พักแล้วยังเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงธุรกิจด้านการขนส่ง เป็นต้น โดยผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทิศทางการท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากห้องพักขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ระยะเวลาเข้าพักและราคาห้องพัก โดยรายได้จากการขายห้องพักถือเป็นรายได้หลักคิดเป็นสัดส่วน ถึงร้อยละ 60 - 70 ของรายได้รวมทั้งหมด ส่วนรายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 (ขึ้นกับขนาดของ โรงแรม โดยโรงแรม 4 - 5 ดาว มีสัดส่วนรายได้จากส่วนนี้มากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก) และรายได้อื่นๆ ร้อยละ 5 - 10 ส่งผลก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 4 - 5 ล้านคนทั่วประเทศ (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นจึงส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ทางโรงแรมจึงต้องการคนที่มีความรู้ ความชำนาญ ในด้านงานบริการเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก จนทำให้มีการแย่งชิงทรัพยากรด้านบุคคลสูงส่งผลให้เกิดการลาออกของพนักงานสูงและอาจจะรวมไปถึงบุคคลทั่วไปจะพิจารณาว่างานบริการทางด้านโรงแรมนั้นเป็นงานที่ค่อนข้างไม่มั่นคง เงินเดือนน้อย งานหนักแถมต้องรองรับอารมณ์ลูกค้าหลายครั้ง ทำให้พนักงานจำเป็นต้องเลือกโรงแรมที่ให้เงินเดือนและสวัสดิการสูงที่สุด ส่งผลให้พนักงานลาออกไปจากโรงแรมที่ทำอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ทางโรงแรมก็ต้องเสียทรัพยากรบุคคลที่มีความชำนาญไปให้กับโรงแรมอื่นๆซึ่งเป็นการเพิ่มจำนวนคนที่มีความชำนาญให้กับโรงแรมที่เป็นคู่แข่ง รวมไปถึงบางครั้งบ้างมีพนักงานที่ลาออกด้วยสาเหตุจากการที่มีปัญหาขัดแย้งกับหัวหน้างานหรือทางเพื่อนร่วมงานจนต้องลาออกไปเมื่อพนักงานไปอยู่ที่โรงแรมอื่นๆอาจจะมีการบอกกล่าวกันในเรื่องนี้ทำให้โรงแรมเก่ามีภาพลักษณ์ที่ดูไม่ดีทำให้ไม่มีใครอยากจะเข้าไปทำงานด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นอุตสาหกรรมโรงแรมจำเป็นต้องทำการสร้าง แรงจูงใจ สภาพแวดล้อม ภาพลักษณ์ และความจงรักภักดีให้กับพนักงานของโรงแรมเพื่อที่จะเป็นการป้องกันไม่ให้พนักงานลาออกไปจากโรงแรมที่ทำอยู่แล้วไปทำงานกับโรงแรมที่เป็นคู่แข่ง ทั้งนี้ งานวิจัยจะดำเนินงานวิจัยโดยใช้โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกรณีศึกษา และจะดำเนินการสำรวจกับทางพนักงานในธุรกิจโรงแรม

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีการเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ความจงรักภักดี (Loyalty) ในบริบทของการวิจัยได้แก่ ทฤษฎีความจงรักภักดี (Loyalty) โดย Baron (1996 อ้างในปชานนท์ ชนะราวี, 2556) ซึ่งอธิบายว่า

ความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ ความผูกพันต่อองค์กร หรือเจตคติต่อองค์กรที่จะสะท้อนให้เห็นถึงระบบความเกี่ยวข้องว่าบุคคลมีความเชื่อมั่น ศรัทธา รักและหวงแหนต่อองค์กรที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งระดับความพึงพอใจในระดับสูงมีส่วนสัมพันธ์กับการอยู่กับองค์กรในปัจจุบัน โดยประกอบด้วย 1. การยอมรับอย่างสูงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2. การเต็มใจที่จะเข้าไปกระทำการใดแทนได้ 3. ความปรารถนาอย่างสูงส่งที่จะคงอยู่กับองค์กรนั้นต่อไป และ ทฤษฎีความจงรักภักดีในตราสิน คำ (Brand Loyalty) โดย กิตติ สิริพัลลภ (2542, หน้า 81 อ้างในชุดิภา จำบาล, 2559) ซึ่งอธิบายว่า ความจงรักภักดีในตราสินคำ คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ ติดตราสินคำหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรึงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา ผู้วิจัยจึงนำมาปรับเป็นการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของ Lovell (1980, p. 109 อ้างใน “ทฤษฎีของการจูงใจ”, 2555) ที่ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองต่อความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ” นอกจากนี้ทฤษฎีของ Herzberg (2013) มีปัจจัยหรือองค์ประกอบ 2 ประการ ที่มีความ สัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ องค์ประกอบจูงใจ (Motivation Factors) และองค์ประกอบค้ำจุน (Maintenance Factors) หรือองค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene Factors) ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของ เกียรติกุล เข้มเพ็ชร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรง โรงแรมรอยัลลอร์ด เซอร์ราตัน กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของวิวัฒน์ แสงเพ็ชร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของนารินทร์ นิลประดับ (2547, หน้า 43 อ้างในรุจาภา แผงเกษร, 2556, หน้า 6) ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมในการทำงานว่า หมายถึงสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวบุคคลขณะทำงานทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต และมีผลต่อการทำงาน และแนวคิดของสกุณนารี กาแก้ว (2546, หน้า 20 อ้างในวัชรนทร ทรงเกียรติศักดิ์, 2558, หน้า 22) สรุปความหมายสภาพแวดล้อมในการทำงานและศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งที่อยู่ล้อมรอบคนปฏิบัติทำงานในขณะที่ทำงาน เช่น หัวหน้า ผู้ปฏิบัติงาน หรือเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งของ เช่น เครื่องกล เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นพลังงาน เป็นสารเคมีเช่น แสงสว่าง เสียง ความร้อน อากาศที่หายใจ และเป็นเหตุปัจจัยทาง จิตวิทยาสังคม เช่น ชั่วโมงในการทำงาน ค่าตอบแทน ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของรุจาภา แผงเกษร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา

สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวน กรมการทหารสื่อสาร และงานวิจัยของวรรณทร ทรงเกียรติศักดิ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัย สภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุน ของโรงงานน้ำตาล สหเรือ จำกัด จังหวัดมุกดาหาร

3. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของ Robinson & Barlow (1959 อ้างในรัชญา ใจจน, 2557, หน้า 19) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของคนซึ่งบุคคล มีความรู้สึกนึกคิดต่อสถาบันและองค์การ ภาพดังกล่าวในใจคนอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อม เช่น บุคคลอื่นเล่าให้ฟัง ได้ประสบพบเจอเอง ได้ยินและได้ฟังด้วยตนเอง และแนวคิดของปราณี จิตกรรมกิจศิลป์ (2548, หน้า 4 อ้างในฉันทชนก เรืองภักดี, 2557, หน้า 26) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่า เป็นคำข้อความสั้น ๆ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของรัชญา ใจจน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของฉันทชนก เรืองภักดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank ของผู้บริโภคที่ใช้ Smartphone และ Tablet ในกรุงเทพมหานคร

4. ด้านความจงรักภักดีของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของ Baron (1996 อ้างในปชานนท์ ชนะราวี, 2556) ซึ่งอธิบายว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ ความผูกพันต่อองค์กร หรือเจตคติต่อองค์กรที่จะสะท้อนให้เห็นถึงระบบความเกี่ยวข้องว่าบุคคลมีความเชื่อ มั่น ศรัทธา รักและห่วงหาพันต่อองค์กรที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งระดับความพึงพอใจในระดับสูงมีส่วนสัมพันธ์กับการอยู่กับองค์กรในปัจจุบัน โดยประกอบด้วย 1. การยอมรับอย่างสูงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2. การเต็มใจที่จะเข้าไปกระทำการใดแทนได้ 3. ความปรารถนาอย่างสูงที่จะคงอยู่กับองค์กรนั้นต่อไป และแนวคิดของกิตติ สิริพัลลภ (2542, หน้า 81 อ้างในชุติภา จำบาล, 2559) ซึ่งอธิบายว่า ความจงรักภักดีในตราสินค้า คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของพิมพ์กมล จักรานุกูล (2559) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีต่อการธำรงรักษาพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของเกตุณภัส เมธิ์สิวันฉมน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของความผูกพัน ทุ่มเทของพนักงานที่มีต่องาน และองค์การ กับความตั้งใจลาออกของพนักงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดนครราชสีมา

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจการทำงานที่มีต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน ข้อมูลสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน ข้อมูลภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน และข้อมูลจงรักภักดีของพนักงาน ซึ่งพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 200 ชุด โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 เขต เนื่องจากทั้ง 4 เขต เป็น สถานที่ที่มีโรงแรมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งได้แก่

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. เขตวัฒนา | 2. เขตปทุมวัน |
| 3. เขตราชเทวี | 4. เขตสาทร |

และรวมไปถึงการใช้วิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) 200 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีแนะนำลงไปในโซเชียลมีเดีย (Facebook) และเก็บข้อมูลในลักษณะนี้จนได้ข้อมูลตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงวันที่ 29 กรกฎาคม ถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 400 ชุด

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

- 1.3.3.1.1 ข้อมูลด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน
- 1.3.3.1.2 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน
- 1.3.3.1.3 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย

- 1.3.3.2.1 ข้อมูลด้านความจงรักภักดีของพนักงาน

1.3.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่ม โดย

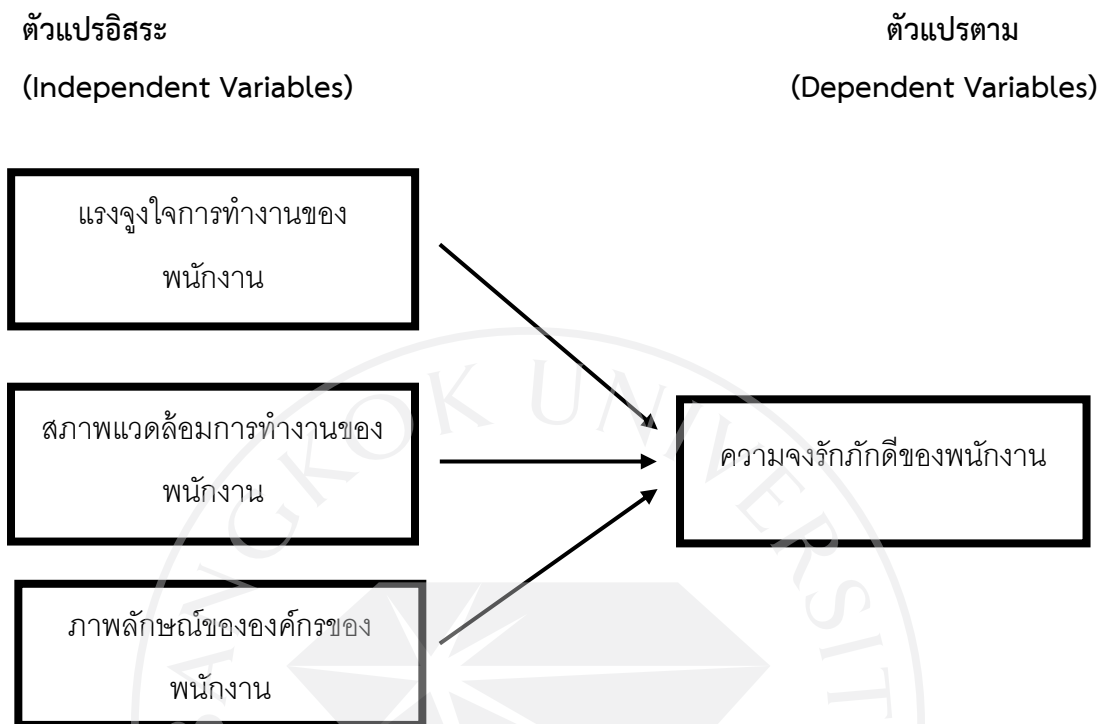
กลุ่ม 1 คือ ข้อมูลด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน

กลุ่ม 2 คือ ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน

กลุ่ม 3 คือ ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน

และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ ข้อมูลด้านความจงรักภักดีของพนักงาน ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระ ที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปรโดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

ภาพที่ 1.3: กรอบแนวความคิดการวิจัย



1.4 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.4.1 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

1.4.1.1 อิทธิพลของแรงจูงใจการทำงาน ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ4ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.1.2 อิทธิพลของสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ4ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.1.3 อิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ4ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.4.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1.4.2.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4.2.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

1.4.2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.4.2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.4.2.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.5 นิยามศัพท์ในงานวิจัยนี้

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1.5.1 ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูล ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

1.5.2 แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เป็นแรงกระตุ้นหรือเป็นวิธีการที่สร้างและกระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมหรือแสดงพฤติกรรมออกมา ทั้งที่เป็นพฤติกรรมโดย สัญชาตญาณและพฤติกรรมจากการเรียนรู้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแรงจูงใจนั้นต้องการ

1.5.3 สภาพแวดล้อมการทำงาน หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวผู้ทำงานในองค์กร เป็นสิ่งที่บ่งชี้ความรู้สึกรู้สึกของพนักงานที่มีต่องานที่ทำและสมาชิกร่วมงาน โดยสมาชิกทุกคนมีความรู้สึกที่ดี ทุ่มเท ทั้งกายใจ ความคิด และร่วมกันและช่วยกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ การทำงานจะมีคุณภาพเพิ่มขึ้น แต่ในทางตรงข้ามสภาพแวดล้อมในการทำงานอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดภาวะกดดันและเกิด ความเหนื่อยล้าในการทำงาน

1.5.4 ภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนทั่วไปหรือผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ทำให้สินค้าหรือบริการนั้นอยู่เหนือบริษัทคู่แข่งอื่นๆ และสามารถดำรงอยู่ในความทรงจำและ จิตใจของประชาชนผู้บริโภคได้

1.5.5 ความจงรักภักดี หมายถึง การที่ผู้บริโภคมิทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความ เชื่อมั่น การนึกถึง หรือตรึงใจผู้บริโภค และเกิดการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดมา

1.5.6 พนักงานระดับปฏิบัติการ หมายถึง พนักงานแผนกต่างๆที่ทำงานอยู่ในโรงแรม 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตวัฒนา เขตปทุมวัน เขตราชเทวี และเขตสาทร

1.5.7 อุตสาหกรรมการบริการ หมายถึง การประกอบธุรกิจด้านโรงแรมที่อยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.6.1 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงด้านแรงจูงใจให้กับพนักงานในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานครได้

1.6.2 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะนำไปแก้ไขและปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้กับพนักงานในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานครได้

1.6.3 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะนำไปแก้ไขและปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กรของโรงแรมเขตกรุงเทพมหานครได้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร อธิบายได้ตามรายการดังนี้

2.1 ประวัติและความเป็นมา

2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

2.2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

2.2.3 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

2.2.4 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะอธิบายกรณีศึกษาในรายละเอียดดังนี้

2.1 ประวัติและความเป็นมาของอุตสาหกรรมบริการ (ธุรกิจโรงแรม)

โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัย และเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลัง หรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า “แขก” (Guest) โรงแรมนั้นเริ่มมาจากการที่ผู้คนเดินทางระหว่างเมืองไปมาหาสู่กัน แต่ผู้เดินทางจะนอนตามถนน หรือนอนตามบ้านเรือนของประชาชนทั่วไป หรือตามโบสถ์ โดยแต่เดิมเป็นการให้ที่พักพิง มีอาหารให้ตามอัตภาพ ไม่มีค่าบริการ จนกระทั่งมีคนหัวใส ได้เปลี่ยนแนวคิดนี้ให้กลายเป็นธุรกิจขึ้นมา เปลี่ยนแนวคิดจากไม่ตรีจิต มาเป็นธุรกิจ และเริ่มขายไวน์ อาหารง่ายๆ มีการใช้ระบบลงทะเบียนผู้เข้าพักขึ้นจนธุรกิจนี้แพร่หลายและทำกำไร โดยเริ่มต้นจาก ประเทศอิตาลี และเริ่มแพร่หลายไปยัง ประเทศเยอรมนี ฝรั่งเศส จนถึง สหราชอาณาจักร จากที่มีห้องพักอย่างเดียว ต่อมาจึงพัฒนาให้มี

ความหรูหรา สะดวกสบาย มีการบริการที่ดี โรงแรมไม่มีการพัฒนาไปไกลกว่านั้น จนกระทั่ง นายเซซาร์ ริทซ์ (Ce'Sar Ritz) ชาวสวิสเซอร์แลนด์ ผู้ซึ่งเป็นบิดาของการโรงแรมได้นำวิทยาการใหม่ๆ มาใช้นั่นเอง และยังเป็นเจ้าของประโยคอมตะ “The customer is always right” อีกด้วย (NARTCHANOK YOOJAMRUS, 2559)

อุตสาหกรรมโรงแรม คือ ธุรกิจประเภทที่พักแรมเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักผ่อนระหว่างเดินทาง โดยจำแนกออกมาเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

1. โรงแรม คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ และแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
2. เกสต์เฮาส์ คือ บ้านที่ดัดแปลง หรือสร้างขึ้น และแบ่งห้องเป็นที่พักแรม โดยเก็บค่าเช่า
3. บังกะโล คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคล หรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่า
4. รีสอร์ท คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ
5. โมเต็ล คือ ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักแต่ละห้อง หรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะ และการใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม
6. บ้านรับรอง คือ ที่พักหน่วยงานราชการ บริษัท หรือเอกชน จัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือ พักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า
7. บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน คือ บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรม โดยไม่เก็บค่าเช่า

อุตสาหกรรมโรงแรม(Hotel Industry) เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(Tourism Industry) ทั้งสองอย่างนี้ มีลักษณะที่คล้ายกัน แต่ก็มีส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ ลูกค้าจะต้องเป็นผู้เข้ามาซื้อสินค้า และการบริการ
2. อุตสาหกรรมโรงแรมมีลักษณะการขายบริการจะต้องขาย ณ จุดที่ทำการผลิต และให้บริการ ต้องเป็นเวลาที่ลูกค้าต้องการ และเป็นสินค้าบริการที่จับต้องไม่ได้
3. อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้ จัดเป็นสินค้าที่เสียได้ง่าย เพราะห้องที่ว่างในแต่ละคืน หมายถึง รายได้ที่สูญหายไป
4. อุตสาหกรรมโรงแรมต้องอาศัยแรงงานมนุษย์ในการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ งานบริการส่วนหน้า งานแม่บ้าน เป็นต้น
5. อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นสถานที่พักที่เปิดบริการให้แก่ลูกค้าทุกคนที่ต้องการที่พักอาศัย ไม่มีข้อห้าม (ยกเว้นเด็กที่ไม่มีผู้ปกครองมาด้วย)
6. อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นการผลิตสินค้าด้านการบริการที่สรรหาการบริการด้านอื่นๆ มาเสริม

เพื่อให้บริการแก่แขกผู้มาพักอย่างครบถ้วน เช่น โรงแรมชายทะเล ก็จะมีการบริการครบทุกอย่าง ทั้งห้องพัก อาหาร ความบันเทิง เพื่อความสะดวกไม่ต้องเดินทางเข้าเมือง

7. อุตสาหกรรมโรงแรมมีการลงทุนเป็นจำนวนมาก ทั้งที่ดิน และค่าก่อสร้างตกแต่ง มีราคาแพงมาก ดังนั้น การประกอบกิจการโรงแรมจะต้องมีกระบวนการจัดการที่ดีเป็นระบบ (NARTCHANOK YOOJAMRUS, 2559)

2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน

ทฤษฎีของการจูงใจ (Theories of Motivation) ของ Lovell (1980, p. 109 อ้างใน “ทฤษฎีของการจูงใจ”, 2555) ที่ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ” อาจสรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ยกตัวอย่างลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติคือ การขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่การตอบสนองสิ่งเร้าจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อหวังความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ แรงจูงใจจะทำให้แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมที่เลือกแสดงนี้ เป็นผลจากลักษณะในตัวบุคคลสภาพแวดล้อมดังนี้

1. ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกแสดงพฤติกรรมและมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้นๆ รวมทั้งพยายามทำให้เกิดผลเร็วที่สุด
2. ความต้องการเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น
3. ค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่างๆ เช่น ค่านิยมทางเศรษฐกิจ สังคม ความงาม จริยธรรม วิชาการ เหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดแรงขับของพฤติกรรมตามค่านิยมนั้น
4. ทักษะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ถ้ามีทักษะที่ดีต่อการทำงาน ก็ทำงานด้วยความทุ่มเท
5. ความมุ่งหวังที่ต่างระดับกัน ก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย คนที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้สูงจะพยายามมากกว่าผู้ที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้ต่ำ
6. การแสดงออกของความต้องการในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไป ตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมของตน ยิ่งไปกว่านั้นคนในสังคมเดียวกัน ยังมีพฤติกรรมในการแสดงความต้องการที่ต่างกันอีกด้วยเพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ของตน

7. ความต้องการอย่างเดียวกัน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้
8. แรงจูงใจที่แตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมที่เหมือนกันได้
9. พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลายๆทางและมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่นตั้งใจทำงาน เพื่อไ้ขึ้นเงินเดือนและได้ชื่อเสียงเกียรติยศ ความยกย่องและยอมรับจากผู้อื่น

นอกจากนี้ทฤษฎีของ Herzberg (อ้างในอำนาจชัย บุญศรี, 2556) ได้กล่าวไว้มีปัจจัยหรือองค์ประกอบ 2 ประการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ องค์ประกอบจูงใจ (Motivation Factors) และ องค์ประกอบค้ำจุน (Maintenance Factors) หรือ องค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene Factors)

องค์ประกอบจูงใจ (Motivation Factors)

เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติโดยตรง และเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบด้วย

1. ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น ประสพผลสำเร็จอย่างดี สามารถแก้ปัญหาต่างๆเกี่ยวกับงาน และรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น
2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลในหน่วยงานหรือบุคคลอื่นๆที่มาขอคำปรึกษา ซึ่งอาจแสดงออกในรูปการยกย่องชมเชย การให้กำลังใจ การแสดงความยินดีการแสดงออกที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ
3. ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานนั้นน่าสนใจ ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะทำตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพัง
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การได้รับมอบหมายให้ดูแลงานใหม่ๆ และมีอำนาจอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด
5. ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนชั้น การเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น มีโอกาสได้ศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม ได้รับการฝึกอบรมดูงาน

องค์ประกอบค้ำจุน (Maintenance Factors) หรือองค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene Factors)

เป็นองค์ประกอบที่ช่วยป้องกันการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะเกิดความไม่ชอบงานหรือหย่อนประสิทธิภาพลง ประกอบด้วย

1. เงินเดือน (Salary) หมายถึง สิ่งตอบแทนการปฏิบัติงานในรูปเงินรวมถึงการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น เป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน
2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง ความน่าจะเป็นที่บุคคลจะได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ
3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation,

Subordinate, Peers) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

4. สถานะของอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับและนับถือของสังคม มีเกียรติและมีศักดิ์ศรี

5. นโยบายและการบริหาร (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

6. สภาพการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ

7. ชีวิตส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น การไม่ถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลครอบครัว

8. ความมั่นคงในงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน

9. การปกครองบังคับบัญชา (Supervision) หรือการนิเทศงาน หมายถึง ความสามารถหรือความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชาหรือผู้นิเทศงานในการดำเนินงานและการบริหารงาน

ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของ เกียรติกุล เข้มเพ็ชร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว โรงพยาบาลรามาธิบดี กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว โรงพยาบาลรามาธิบดี กรุงเทพมหานคร 2. เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว โรงพยาบาลรามาธิบดี กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว ประกอบด้วย แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน และแผนกรักษาความปลอดภัย จำนวน 144 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที และสถิติทดสอบเอฟ และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้า 2. ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรักษาตัว จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า พนักงานที่มีเพศอายุ แผนก และ ระยะเวลาที่ได้ปฏิบัติงาน ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน สำหรับในส่วนของพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม แตกต่างกันในด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพนักงานที่มี

เงินเดือน ต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม แตกต่างกันในด้าน ความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

และงานวิจัยของวิวัฒน์ แสงเพชร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการ ทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความแตกต่าง ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรม แห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มี ผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธุรกิจโรงแรม ระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความตรงของเนื้อหาและความ น่าเชื่อถือด้วยวิธีของ ครอนบาร์ค กับพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.891 หลังจากนั้นแจกกับ พนักงานระดับปฏิบัติการ ธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จำนวน 400 คน วิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานคือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบ พหุคูณ การศึกษาพบว่า เพศ สถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันต่อความผูกพัน องค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ยกเว้นอายุ อายุงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรม แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน

ทฤษฎีของนาริรัตน์ นิลประดับ (อ้างใน รุจาภา แพ่งเกษร, 2556, หน้า 6) ให้ความหมายของ สภาพแวดล้อมในการทำงานว่า หมายถึงสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวบุคคลขณะทำงานทั้งที่มีชีวิตและไม่มี ชีวิต และมีผลต่อการทำงาน และแนวคิดของสกุณนารี กาแก้ว (อ้างใน วรันธร ทรงเกียรติศักดิ์, 2558, หน้า 22) สรุปความหมายสภาพแวดล้อมในการทำงานและศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งที่อยู่ล้อมรอบคนปฏิบัติทำงานในขณะที่ทำงาน เช่น หัวหน้า ผู้ปฏิบัติงาน หรือเพื่อน ร่วมงาน เป็นสิ่งของ เช่น เครื่องกล เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นพลังงาน เป็น

สารเคมีเช่น แสงสว่าง เสียง ความร้อน อากาศที่หายใจ และเป็นเหตุปัจจัยทาง จิตวิทยาสังคม เช่น ชั่วโมงในการทำงาน ค่าตอบแทน

จากความหมายของสภาพแวดล้อมในการทำงานในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อม ในการทำงานหมายถึง สิ่งต่าง ๆ รอบตัวทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต อยู่รอบตัวและมีผล ต่อประสิทธิภาพในการทำงานของคนๆนั้น

ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของรุจาภา แพ่งเกษร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการ ทหารสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ คุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานกับคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการ ทหารสื่อสาร 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับคุณภาพชีวิตของข้าราชการ นายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับ คุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ ข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสารจำนวน 337 คน ซึ่งมีตัวแปร อิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม สำเร็จรูป ทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เฉพาะรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อ คุณภาพชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในการทำงาน 1 ด้านที่มี ความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสารอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ สภาพการทำงาน ปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิต พบว่ามี ตัวแปรอิสระของปัจจัยภายในทั้ง 2 ด้านที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของข้าราชการ นายทหารชั้น ประทวนกรมการทหารสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านสุขภาพ และด้านจิตใจ ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตพบว่ามีตัวแปรอิสระของปัจจัยภายนอก 2 ด้านที่มี ความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจ

และงานวิจัยของวรรณรท ทรงเกียรติศักดิ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัย ความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน โรงงานและหน่วยสนับสนุน ของโรงงานน้ำตาล สหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อ คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนของโรงงานน้ำตาล สหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลและทดสอบความตรงของ

เนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับพนักงานโรงงาน และหน่วยสนับสนุน จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.918 โดยแจกกับพนักงานและหน่วยสนับสนุน จำนวน 300 คน ส่วนวิธีทางสถิติแบ่งประเภทเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติสอบค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุ การปฏิบัติงาน และฝ่ายสังกัดแตกต่างกัน มีคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และปัจจัยความปลอดภัยไม่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุน ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อม มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน

2.2.3 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของ Robinson & Barlow (อ้างใน ญัฐชยา ใจจู, 2557, หน้า 19) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดในใจของคนซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อสถาบันและองค์กร ภาพดังกล่าวในใจคนอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม เช่น บุคคลอื่นเล่าให้ฟัง ได้ประสบพบเจอเอง ได้ยินและได้ฟังด้วยตนเอง และแนวคิดของปราณี จิตกรณกิจศิลป์ (อ้างในฉันทชนก เรืองภักดี, 2557, หน้า 26) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่า เป็นคำข้อความสั้น ๆ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

จากความหมายของภาพลักษณ์ขององค์กรในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่าภาพลักษณ์ตราสินค้า หมายถึง ภาพลักษณ์ของบริษัท/สินค้า/บริการ ที่สื่อออกมาในเชิงบวก เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจ รู้จัก และสามารถจดจำไปได้นาน โดยผู้บริโภคจะสามารถจดจำและรู้จักภาพลักษณ์ตราสินค้าได้จากการใช้ประสบการณ์เดิมเข้ามาช่วยจากการสัมผัส และจากการบอกเล่าปากต่อปาก

ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของญัฐชยา ใจจู (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเจาะจง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยอยู่ ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทุกท่านเคยรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดย Internet เป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มโปรตีน วิตามิน เกลือแร่ ในแต่ละครั้งมักจะซื้อให้กับตนเองและผู้อื่นรับประทานเพื่อบำรุงร่างกาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะมีความถี่ในการซื้อโดยเฉลี่ยนานกว่า 1 เดือน/ครั้ง โดย มักจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้แก่ ห้างสรรพสินค้า งานวิจัยนี้ได้ผลวิเคราะห์ตามสมมติฐานซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า อันได้แก่ ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพ ประเทศผู้ผลิตสินค้า และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ได้แก่ สิ่งเร้า อวัยวะรับสัมผัส ประสบการณ์เดิม ทักษะคิด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และงานวิจัยของฉันทชนก เรืองภักดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank ของผู้บริโภคที่ใช้ Smartphone และ Tablet ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านคุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกในครั้งนี คือ บุคคลทั่วไปที่ซื้อ Power Bank ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบอย่างง่ายและพหุคูณ การทดสอบสมมติฐานได้กำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชายจำนวน 214 คน มีอายุ 16 - 24 ปี ส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ย 5,001 - 15,000 บาท โดยภาพรวมได้ระดับความสำคัญมาก จากข้อมูลข้างต้นการตัดสินใจซื้อ Power Bank สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

2.2.4 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านความจงรักภักดีของพนักงาน

ปัจจัยดังกล่าวมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ของ Baron (อ้างใน ปชานนท์ ชนะราวี, 2556) ซึ่งอธิบายว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ ความผูกพันต่อองค์กรหรือเจตคติต่อองค์กรที่จะสะท้อนให้เห็นถึงระบบความเกี่ยวข้องว่าบุคคลมีความเชื่อมั่น ศรัทธา รักและหวงแหนต่อองค์กรที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งระดับความพึงพอใจในระดับสูงมีส่วนสัมพันธ์กับการอยู่กับองค์กรในปัจจุบัน โดยประกอบด้วย 1. การยอมรับอย่างสูงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2. การเต็มใจที่จะเข้าไปกระทำการใดแทนได้ 3. ความปรารถนาอย่างสูงส่งที่จะคงอยู่กับองค์กรนั้นต่อไป ความจงรักภักดีต่อองค์กรจึงนับเป็นเจตคติที่ค่อนข้างมั่นคงในช่วงเวลาอันยาวนานที่บุคคลแสดงตนอย่างภูมิใจในองค์กร

มีความพึงพอใจและปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นที่ช่วยนำพาองค์กรมีประสิทธิผลและอยู่รอดต่อไป นอกจากนี้องค์กรต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพเข้ามาเป็นสมาชิกองค์กรแล้ว การรักษาให้บุคลากรเหล่านั้นคงอยู่กับองค์กรอย่างมีคุณค่าเพื่อนำพาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ก็ เป็นสิ่งที่สำคัญ

และแนวคิดของกิตติ สิริพัลลภ (อ้างในชุดิภา จำบาล, 2559) ซึ่งอธิบายว่า ความจงรักภักดี ในตราสินค้า คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ ต่อดตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา มีคำกล่าวว่าการสร้างลูกค้าใหม่ 1 คน จะมีต้นทุนสูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่า 1 คน ถึง 5 - 10 เท่า และในปัจจุบันเกิดความหลากหลาย ในตราสินค้า ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายเพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยน หรือหันไปใช้สินค้าตราใหม่ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นกลยุทธ์ที่สำคัญทางการตลาดคือ การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) การสร้างความภักดีในตราสินค้าจึงมีความจำเป็นมาก และทำให้ลูกค้าเกิด ต้นทุนที่จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าตราอื่น ซึ่งอาจจะสรุปว่าความภักดีในตราสินค้ามี ความสำคัญ 3 ประการดังนี้ 1. สร้างปริมาณการขายให้สูงขึ้น (High Sale Volume) 2. เพิ่มราคาให้สินค้าสูงขึ้น (Premium Pricing Ability) 3. การรักษาลูกค้าให้คงอยู่ (Customer Retention) ตราสินค้าใดที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น เข้ามาอยู่กลางใจและง่ายต่อการเข้าถึง ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องใช้เวลา หรือลงทุนในการค้นหาข้อมูลเมื่อต้องการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่สร้างที่ดีทัศนคติ เหล่านั้น และเกิดเป็นความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) นอกจากจะเป็นฐานลูกค้าที่มั่นคง ยัง อาจจะแนะนำหรือเพิ่มลูกค้าให้มากขึ้นโดยไปบอกต่อเพื่อนหรือญาติสนิทอีกด้วย

ปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของพิมพ์กมล จักรานุกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีต่อการดำรงรักษาพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความผูกพันต่อ องค์กร และคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อการดำรงรักษาพนักงานโรงแรม ใช้แบบสอบถามในการ วิจัย มีกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำ นวน 436 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานอยู่ที่ 1 - 3 ปี ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนอยู่ที่ 15,001 – 20,000 บาท ใช้สถิติ T-test, One Way ANOVA, Pearson Correlation, Multiple Linear Regression ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. พนักงานที่มีตำแหน่งงาน และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำรงรักษาพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ ($p < 0.05$) 2. ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับการดำรง

รักษานักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) 3. ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อการดำรงรักษานักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และ 4. คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลต่อการดำรงรักษานักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

และงานวิจัยของเกตุณภัส เมธิกสิวัฒน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของความผูกพันทุ่มเทของพนักงานที่มีต่องานและองค์กร กับความตั้งใจลาออกของพนักงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันทุ่มเทของพนักงานที่มีต่องานกับความผูกพันทุ่มเทของพนักงานที่มีต่อองค์กร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันทุ่มเทของพนักงานที่มีต่องานและความผูกพันทุ่มเทของพนักงานที่มีต่อองค์กรกับความตั้งใจลาออกจากองค์กรของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรพนักงานผู้ให้บริการ และผู้บริหารระดับต้นที่มีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ภายในองค์กรธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีอัตราค่าห้องพักตั้งแต่ 1,000 บาท/คืน ขึ้นไป ในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การสร้างสมการพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ ผลการศึกษาพบว่า 1) ความผูกพันทุ่มเทต่องานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความผูกพันทุ่มเทต่อองค์กร 2) ความผูกพันทุ่มเทต่องานมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจลาออกจากองค์กร และความผูกพันทุ่มเทต่องาน ด้านความเต็มใจอุทิศตนให้กับงานสามารถอธิบายความแปรปรวนต่อความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานได้ร้อยละ 13.5 3) ความผูกพันทุ่มเทต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจลาออกจากองค์กร และความผูกพันทุ่มเทต่อองค์กรด้านการรับรู้สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานได้ ร้อยละ 23.8 4) ความผูกพันทุ่มเทต่องานมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับความตั้งใจลาออกจากองค์กรโดยผ่านตัวแปรแทรกซ้อน คือ ความผูกพันทุ่มเทต่อองค์กร และ 5) ความผูกพันทุ่มเทต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความตั้งใจลาออกจากองค์กร

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ การณศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระเบียบการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลแรงจูงใจการทำงาน ของพนักงาน ข้อมูลสภาพแวดล้อมการทำงาน ของพนักงาน ข้อมูลภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน และข้อมูลจงรักภักดีของพนักงาน ซึ่งพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|------------------------|--|
| 1. เพศ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ
(Nominal Scale) |
| 2. อายุ | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ
(Ordinal Scale) |
| 3. สถานภาพ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ
(Nominal Scale) |
| 4. ระดับการศึกษาสูงสุด | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ
(Nominal Scale) |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ
(Ordinal Scale)

3.1.1.2 ข้อมูลด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงานโรงแรมในเขต

กรุงเทพมหานคร

มีการวัดแบบอันตรภาค Interval Scale โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 1 |
| 2. เห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนนเป็น 2 |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนนเป็น 3 |
| 4. เห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนนเป็น 4 |
| 5. เห็นด้วยมากที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 5 |

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีการวัดดังนี้

- | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------|------------|
| 4.21 – 5.00 | มากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | มาก |
| 2.61 – 3.40 | ปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | น้อย |
| 1.00 – 1.80 | น้อยที่สุด |

3.1.1.2 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานโรงแรมในเขต

กรุงเทพมหานคร

มีการวัดแบบอันตรภาค Interval Scale โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 1 |
| 2. เห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนนเป็น 2 |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนนเป็น 3 |
| 4. เห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนนเป็น 4 |
| 5. เห็นด้วยมากที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 5 |

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีการวัดดังนี้

- | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------|-----------|
| 4.21 – 5.00 | มากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | มาก |
| 2.61 – 3.40 | ปานกลาง |

1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.3 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงานโรงแรมในเขต

กรุงเทพมหานคร

มีการวัดแบบอันตรภาค Interval Scale โดยมีระดับการวัดดังนี้

1. เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1
2. เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
3. เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
4. เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
5. เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.1.4 ข้อมูลด้านความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขต

กรุงเทพมหานคร

มีการวัดแบบอันตรภาค Interval Scale โดยมีระดับการวัดดังนี้

1. ความจงรักภักดีน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1
2. ความจงรักภักดีน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
3. ความจงรักภักดีปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
4. ความจงรักภักดีมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
5. ความจงรักภักดีมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง

1.81 – 2.60

น้อย

1.00 – 1.80

น้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.1.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามผู้ทรงคุณวุฒิเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกให้กับกลุ่มที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ พนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้เท่ากับ 0.900

ตารางที่ 3.1: แสดงค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Analysis Test)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
1. ข้อมูลด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน	10	0.591
2. ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน	8	0.849
3. ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน	10	0.875
4. ข้อมูลด้านความจงรักภักดีของพนักงาน	7	0.758
รวม	35	0.900

หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 29 กรกฎาคม ถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2561

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้จะเป็นพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 200 ชุด โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 เขต เนื่องจากทั้ง 4 เขต เป็น สถานที่ที่มีโรงแรมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งได้แก่

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. เขตวัฒนา | 2. เขตปทุมวัน |
| 3. เขตราชเทวี | 4. เขตสาทร |

และรวมไปถึงการใช้วิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) 200 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีแนะนำลงไปในโซเชียลมีเดีย (Facebook) และเก็บข้อมูลในลักษณะนี้จนได้ข้อมูลตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงวันที่ 29 กรกฎาคม ถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 400 ชุด

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 200 คนจากพนักงานโรงแรมเช่นเดียวกันกับผู้วิจัย

3.3.2 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานโรงแรมผ่านแบบสอบถามออนไลน์

3.3.3 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างช่วยทำการส่งต่อแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆที่เป็นพนักงานโรงแรมเช่นเดียวกันเพื่อทำแบบสอบถาม

3.3.4 ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่แจกไปและตัวแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้ส่งไป และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

3.4.1 อิทธิพลของแรงจูงใจการทำงาน ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.2 อิทธิพลของสภาพแวดล้อมการทำงาน ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3 อิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมการบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

3.5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

3.5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ4ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

สมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลปรากฏผลดังตาราง

ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	205	51.3

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ 26 - 30	130	32.5
สถานภาพโสด	314	78.5
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	302	75.5
รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท	89	22.3

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุ 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.5 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.5 รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.3

4.1.2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน

แรงจูงใจการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับแรงจูงใจ
รวมแรงจูงใจการทำงาน	3.74	0.338	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.338)

4.1.3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สภาพแวดล้อมการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับสภาพแวดล้อม
รวมสภาพแวดล้อมการทำงาน	4.01	0.472	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าระดับความคิดเห็นของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความจงรักภักดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.472)

4.1.4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพลักษณ์ขององค์กร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับภาพลักษณ์ขององค์กร
รวมภาพลักษณ์ขององค์กร	3.89	0.458	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อความจงรักภักดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.458)

4.1.5 ข้อมูลระดับความจงรักภักดีของพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความจงรักภักดีของพนักงาน

ความจงรักภักดี	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความจงรักภักดี
รวมความจงรักภักดี	3.51	0.510	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความจงรักภักดีของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.510)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรม
ในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)

ด้านแรงจูงใจ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
ด้านแรงจูงใจ	0.332	7.033	0.00*

$R^2 = 0.111$, F-Value = 49.462, n = 400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจมีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 33.2

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ
พนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)

ด้านสภาพแวดล้อม	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
ด้านสภาพแวดล้อม	0.352	7.511	0.00*

$R^2 = 0.124$, F-Value = 56.416, n = 400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 35.2

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน
โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Simple Regression Analysis)

ด้านภาพลักษณ์	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
ด้านภาพลักษณ์	0.482	10.978	0.00*

$R^2 = 0.232$, F-Value = 120.527, n = 400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 48.2

บทที่ 5

บทสรุป

บทสรุปการวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และ
ภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรม
การบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีบทสรุปผลการวิจัยนำเสนอใน 2
ส่วนที่สามารถอธิบายได้ตามการอภิปราย ผลและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 การอภิปรายผล

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 การอภิปรายผล

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ
(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การ
อภิปรายผลตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัยนี้

ผลการวิเคราะห์พบว่าความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ พบว่าพนักงานโรงแรมใน
เขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุระหว่าง 26 -
30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 สถานภาพโสดจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5
ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000
บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขต
กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านแรงจูงใจในการทำงานมี
ระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
และการแปลผลระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความจงรักภักดี
ของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ผลการวิเคราะห์
พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ของ
องค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์ขององค์กรมีระดับความคิดเห็นมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระดับความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อโดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าด้านแรงจูงใจในการทำงาน มีอิทธิพลร้อยละ 33.2 ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovell (1980, p. 109 อ้างใน “ทฤษฎีของการจูงใจ”, 2555) ที่ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ” และของ Herzberg (อ้างในอำนาจชัย บุญศรี, 2556) มีปัจจัยหรือองค์ประกอบ 2 ประการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ องค์ประกอบจูงใจ (Motivation Factors) และ องค์ประกอบค้ำจุน (Maintenance Factors) หรือองค์ประกอบสุขอนามัย (Hygiene Factors) นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติกุล เข้มเพชร (2559) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักร โรงแรมรอยัลล่อคิด เซอร่าตัน กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานฝ่ายห้องพัก ประกอบด้วย แผนกต้อนรับ แผนกแม่บ้าน และแผนกรักษาความปลอดภัย จำนวน 144 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ แผนก และ ระยะเวลาที่ได้ปฏิบัติงานต่างกันั้นม่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน แต่สำหรับในส่วนของพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมแตกต่างกันในด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพนักงานที่มีเงินเดือนต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมที่แตกต่างกันในด้านของความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของวิวัฒน์ แสงเพชร (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลแรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทดสอบกับพนักงานโรงแรมจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อ

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน มีอิทธิพลร้อยละ 35.2 ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับของนารินทร์ นิลประดับ (2547, หน้า 43 อ้างในรุจามา แพ่งเกษร, 2556, หน้า 6) ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมในการทำงานว่า หมายถึงสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวบุคคลขณะทำงานทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต และมีผลต่อการทำงาน และของสกุลนารี กาแก้ว (2546, หน้า 20 อ้างในวรรณทร ทรงเกียรติศักดิ์, 2558, หน้า 22) ที่สรุปความหมายสภาพแวดล้อมในการทำงานและศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งที่อยู่ล้อมรอบคนปฏิบัติทำงานในขณะที่ทำงาน เช่น หัวหน้าผู้ปฏิบัติงาน หรือเพื่อนร่วมงาน เป็นสิ่งของ เช่น เครื่องกล เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นพลังงาน เป็นสารเคมีเช่น แสงสว่าง เสียง ความร้อน อากาศที่หายใจ และเป็นเหตุปัจจัยทางจิตวิทยาสังคม เช่น ชั่วโมงในการทำงาน ค่าตอบแทน เป็นต้น และแนวคิดของปัจจัยดังกล่าวได้มีงานวิจัยของรุจามา แพ่งเกษร (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสารจำนวน 337 คน ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในการทำงาน 1 ด้านที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ สภาพการทำงาน และงานวิจัยของวรรณทร ทรงเกียรติศักดิ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุน ของโรงงานน้ำตาล สหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัย แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุน ของโรงงานน้ำตาล สหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนในทางเดียวกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. สมมติฐานข้อที่ 3 พบว่าด้านภาพลักษณ์ขององค์กร มีอิทธิพลร้อยละ 48.2 ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับของ Robinson & Barlow (อ้างใน ญัฐยา ใจจน, 2557, หน้า 19) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดในใจของคนซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อสถาบันและองค์กร ภาพดังกล่าวในใจคนอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม เช่น บุคคลอื่นเล่าให้ฟัง ได้ประสบพบเจอเอง ได้ยินและได้ฟังด้วยตนเอง และของปราณี จิตกรณกิจศิลป์ (อ้างอิงใน ฉันทชนก เรื่องภักดี, 2557, หน้า 26) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่า เป็นคำข้อความสั้น ๆ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยมีงานวิจัยของญัฐยา ใจจน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า อันได้แก่ ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพประเทศผู้ผลิตสินค้า และปัจจัยด้าน การรับรู้คุณค่า ได้แก่ สิ่งเร้า อวัยวะสัมผัส ประสิทธิภาพทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และงานวิจัยของฉันทชนก เรื่องภักดี (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank ของผู้บริโภคที่ใช้ Smartphone และ Tablet ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าคุณค่าของตราสินค้าทำให้เกิดการยอมรับและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแบตเตอรี่สำรองไฟ (Power Bank) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครด้วยเช่นกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติแสดงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย ทำให้ผู้บริโภครู้สึกทันสมัย มีรสนิยม และภูมิใจ เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้านี้

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานโรงแรมเป็นอย่างมาก ดังนั้น โรงแรมควรที่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 3 ข้อเพื่อที่จะเป็นการรับประกันได้พนักงานจะยังคงทำงานอยู่กับโรงแรมไม่ลาออกไปทำงานกับโรงแรมคู่แข่ง

5.2.2 ผู้วิจัยแนะนำให้ควรศึกษาในส่วนพื้นที่อื่นๆด้วย เพื่อให้ทราบถึงความเห็นที่แตกต่างจาก กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น โรงแรมระดับ 4 ดาวในจังหวัดอื่นๆ เป็นต้น

5.2.3 ควรที่จะมีการศึกษาด้านปัจจัยอื่นๆ ที่จะส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน ซึ่งจะ
เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในอนาคตมากยิ่งขึ้น

5.2.4 ผู้วิจัยแนะนำให้ควรศึกษาไปในด้านอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วย เพื่อที่จะทำได้ทราบถึง
ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการในอนาคต



บรรณานุกรม

- เกตุณภัส เมธิ์สิวันพัฒน. (2555). *ความสัมพันธ์ ของความผูกพัน ทีมเทของพนักงานที่มีต่องาน และองค์กร กับความตั้งใจลาออกของพนักงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เกียรติกุล เข้มเพ็ชร. (2559). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักร โรงแรมรอยัลล่อ คิตเซอร์ราตัน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*.
- ฉันทชนก เรืองภักดี. (2557). *คุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank ของผู้บริโภคที่ใช้ Smartphone และ Tablet ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ชุติภา จำบาล. (2559). *ความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)*. สืบค้นจาก <http://il258chutipa.blogspot.com/2016/03/brandloyalty.html>.
- ณัฐชยา ใจจู. (2557). *ภาพลักษณ์ตราสินค้าและการรับรู้คุณค่า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ทฤษฎีของการจูงใจ. (2555). สืบค้นจาก <http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>.
- ปชานนท์ ชนะราวี. (2556). *ความจงรักภักดี:พลังแห่งการพัฒนาและอยู่รอด (Loyalty: Power of Development and Outlast)*. สืบค้นจาก <http://pachanon.blogspot.com/2013/06/loyalty-power-of-development-and-outlast.html>.
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2560). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2561 - 63 'ธุรกิจโรงแรม'*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/IO_Hotel_2017_TH.asp.
- พิมพ์กมล จักรานุกุล. (2559). *อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพชีวิตการทำงานที่มี ต่อการดำรงชีพพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.

- วิวัฒน์ แสงเพชร. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวโรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์. (2558). ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนของโรงงานน้ำตาล สหเรือง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รจภา แพ่งเกษร และอดิเทพ มโนการ. (2556). การศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหารชั้นประทวนกรมการทหารสื่อสาร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อานวยชัย บุญศรี. (2556). ทฤษฎีของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg and other). สืบค้นจาก <http://aumnuychai.blogspot.com/2013/09/herzberg-and-other.html>.
- KISSMEMYDEER. (2561). เทรนด์ ‘ท่องเที่ยว-โรงแรม’ ปี 2018. สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/6073>.
- Yoojamrus, N. (2016 a). *Hotel History*. Retrired from <https://smartfinder.asia/th/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1-hotels-history/>.
- Yoojamrus, N. (2016 b). *What is Hotel Industry?*. Retrired from <https://smartfinder.asia/th/%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1-hotel-industry/>.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามที่จัดทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษา วิชาการศึกษาระดับบุคคล ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในหัวข้อวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ สำหรับแบบสอบถามฉบับนี้จะประกอบด้วยคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

ส่วนที่ 3 ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

ส่วนที่ 4 ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

ส่วนที่ 5 ด้านความจงรักภักดีของพนักงานปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

แบบสอบถาม

แรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากคุณให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 18-25 ปี

☐ 2) 26-30 ปี

☐ 3) 31-35 ปี

☐ 4) 36-40 ปี

☐ 5) 41-45 ปี

☐ 6) มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ 1) โสด☐ 2) สมรส☐ 3) หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี☐ 2) ปริญญาตรี☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) 15,000 – 20,000 บาท☐ 2) 20,001 – 25,000 บาท☐ 3) 25,001 – 30,000 บาท☐ 4) 30,001 – 35,000 บาท☐ 5) มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ด้านแรงจูงใจการทำงานของพนักงาน		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	เงินเดือนและสวัสดิการที่ได้รับในการทำงาน ปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกงานของ ข้าพเจ้า					

2.	ข้าพเจ้าได้เข้ามาทำงานกับโรงแรมจากการ จัดลำดับของโรงแรมที่ให้เงินเดือนและสวัสดิการ สูงสุดเป็นทางเลือกอันดับหนึ่ง					
3.	ข้าพเจ้าสามารถได้รับสวัสดิการตามเงื่อนไขที่ ข้าพเจ้ามีความมุ่งหวังและเป็นไปตามข้อตกลง					
4.	เมื่อข้าพเจ้าเปรียบเทียบเงินเดือนและสวัสดิการ กับเพื่อนที่ทำงานในสายงานเดียวกัน ข้าพเจ้ามี แรงจูงใจในการทำงาน					
5.	ข้าพเจ้ามักจะสมัครงานกับโรงแรมที่อยู่ในจุด ศูนย์กลางธุรกิจหรือใกล้กับที่บ้านข้าพเจ้าเท่านั้น					
6.	ข้าพเจ้ายินดีที่จะย้ายไปพักอาศัยใกล้กับโรงแรม ที่ข้าพเจ้าทำงาน ถ้าหากโรงแรมที่ข้าพเจ้าทำงาน อยู่ไกลจากบ้านของข้าพเจ้า					
7.	งานที่ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติมีโอกาส เติบโต และก้าวหน้าในโครงสร้างขององค์กร					
8.	งานที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่เป็นงานที่ข้าพเจ้ามีความ ชื่นชอบ และตรงกับวิถีชีวิตของข้าพเจ้า					
9.	งานที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่ได้รับข้อเสนอแนะจากคน รอบข้างในการให้ข้อมูลการตัดสินใจ					
10.	ข้าพเจ้ารู้สึกภาคภูมิใจเมื่อคนรอบข้างข้าพเจ้าชื่น ชมว่างานที่ข้าพเจ้าเลือกเป็นงานที่ดี					

ส่วนที่ 3 ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานของพนักงาน		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	โรงแรมของข้าพเจ้ามีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในงานอย่างชัดเจน					
2.	โรงแรมของข้าพเจ้ามีกฎระเบียบและข้อบังคับที่เหมาะสมกับงานที่ทำ					
3.	ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถของข้าพเจ้า					
4.	งานที่ข้าพเจ้าทำมีความท้าทาย และช่วยให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้และมีประสบการณ์มากขึ้น					
5.	หัวหน้าและเพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้าให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนข้าพเจ้าในการทำงานเต็มใจ					
6.	หัวหน้าและเพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้ามีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการทำงานกับข้าพเจ้า					
7.	โรงแรมของข้าพเจ้ามีการทำงานเป็นทีมเพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล					
8.	ในโรงแรมของข้าพเจ้ามีการติดต่อสื่อสารระหว่างแผนกเป็นอย่างดี ไม่มีความล่าช้า					

ส่วนที่ 4 ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของพนักงาน		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่เป็นปัจจัยสำคัญในการเข้ามาทำงาน					
2.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีประวัติและชื่อเสียงที่ดีในด้านการบริการ					
3.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีระบบการทำงานที่มีความเป็นมาตรฐานและสามารถทำให้ทราบความก้าวหน้าในการทำงาน					
4.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำงานร่วมกัน					
5.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วม					

6.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่ สามารถทำให้ข้าพเจ้ามีความรู้สึกภูมิใจและทุ่มเท ในการทำงานแม้ว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคใน การทำงาน					
7.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีการ สื่อสารในเรื่องความปลอดภัยทั้งในส่วนของ พนักงานและในส่วนของผู้ใช้บริการอย่างมี ประสิทธิภาพ					
8.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีการ จัดบริเวณภายในและภายนอกโรงแรมที่ส่งเสริม ในเรื่องของการรักษาสภาพแวดล้อมและความ สะอาด					
9.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่มีการ จัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสมแม้ว่าจะตั้งอยู่ใน บริเวณที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการค้นหาที่ตั้งของ โรงแรม					
10.	ภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ข้าพเจ้าปฏิบัติอยู่ที่เกิด จากการแต่งกายของพนักงานโรงแรมมีความ เหมาะสม เรียบร้อย มีบุคลิกท่าทางและการ พูดจาที่สุภาพ					

ส่วนที่ 5 ด้านความจงรักภักดีของพนักงานต่ออุตสาหกรรมบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง มีความจงรักภักดีน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ความจงรักภักดีน้อย
- 3 หมายถึง ความจงรักภักดีปานกลาง
- 4 หมายถึง ความจงรักภักดีมาก
- 5 หมายถึง ความจงรักภักดีมากที่สุด

ความจงรักภักดีของพนักงาน		ระดับความจงรักภักดี				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	เมื่อพูดถึงโรงแรมข้าพเจ้าจะนึกถึงโรงแรมของข้าพเจ้าเป็นแห่งแรก					
2.	ข้าพเจ้าจะแนะนำโรงแรมของข้าพเจ้าให้กับผู้อื่นเมื่อมีโอกาสเสมอ					
3.	ข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นในโรงแรมที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่					
4.	ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรมของทางโรงแรมสม่ำเสมอ					
5.	เมื่อข้าพเจ้าทำงานที่โรงแรมมาเป็นเวลานานข้าพเจ้ารู้สึกตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม					
6.	ข้าพเจ้าตั้งใจจะทำงานที่โรงแรมแห่งนี้จนกว่าจะเกษียณอายุการทำงาน					
7.	ข้าพเจ้าไม่คิดที่จะเปลี่ยนไปทำงานที่โรงแรมอื่นแม้ว่าจะได้รับตำแหน่งและเงินเดือนที่ดีกว่า					

ขอขอบคุณในความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามชุดนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล: กฤตธีช วุฒิวงศา

อีเมล: krittdad.w@hotmail.com

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการโรงแรม วิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2557

ประสบการณ์การทำงาน 15 มีนาคม พ.ศ. 2560 - 29 มิถุนายน พ.ศ. 2561
Human Resources Coordinator
(Recruitment, Training and Visa & Work Permit)
Radisson Blu Plaza Bangkok Hotel

15 กันยายน พ.ศ. 2557 - 16 มิถุนายน พ.ศ. 2559
Human Resources Coordinator (Employee Relation)
Sofitel Bangkok Sukhumvit (A Luxury Hotel)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 30 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อยู่บ้านเลขที่ 20

ซอย ถนน ตำบล/แขวง

อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์ 10170

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590204488

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กรที่มี
อิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ
กรณีศึกษา โรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด
ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ
ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้
ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ
อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์ อภิธิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.สุชาติา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร