รูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรมในจังหวัดชลบุรี

Factors Affecting Service Performance of Hotel Employees in Chonburi Province

ปนัดดา จั่นเพชร[1], ศิริวรรณ ภิญโญสิริพันธุ์[2] และ พรรัตน์ แสดงหาญ[3]

Panadda Chanphet[1], Siriwan Pinyosiripan[2], and Pornrat Sadangharn[3]

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

Burapha Business School, Burapha University

E-mail: panadda.ch@go.buu.ac.th

Received July 18, 2024; **Revised** August 21, 2024; **Accepted** September 30, 2024

Abstract

The aim of this study is fourfold: 1) To explore the relationship between emotional intelligence and the service performance of frontline employees in the hotel business in Chonburi. 2) To examine the relationship between emotional intelligence and work engagement. 3) To investigate the relationship between work engagement and service performance, and 4) to analyze the mediating role of work engagement on the relationship between emotional intelligence and service performance. Purposive sampling was designed with 300 employees working full-time in a hotel located in Chonburi. Data was collected via questionnaire and descriptive statistics, including frequency, percentage, average, and standard deviation, and hypotheses were tested by analyzing structural equation models employed to analyze data. The results indicated that 1. service performance was influenced by emotional intelligence; 2. emotional intelligence is also associated with employee work engagement; 3. work engagement has a positive relationship with service performance; and 4. the relationship between emotional intelligence and service performance was mediated by work engagement.

Keywords: emotional intelligence; work engagement; service performance

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงาน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในงานและประสิทธิภาพการบริการ และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลคั่นกลางของความผูกพันในงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการให้บริการ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 300 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิง การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1. ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริการของพนักงานบริการส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี 2. ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อความผูกพันในงาน 3. ความผูกพันในงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริการ และ 4. ความผูกพันในงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความฉลาดทางอารมณ์ต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ

คำสำคัญ: ความฉลาดทางอารมณ์; ความผูกพันในงาน; ประสิทธิภาพการบริการ

บทนำ

การกลับมาดำเนินการอีกครั้งของธุรกิจโรงแรมภายการประกาศเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งรุนแรงทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจที่พักในรูปแบบอื่น (Lunkam, 2022) ธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในปี 2566 อยู่ที่ 69.33 % (Bank of Thailand, 2024) สร้างรายได้ให้กับประเทศ 8.1 แสนล้านบาท (Kasikorn Research Center, 2024) อย่างไรก็ดี จากการปิดประเทศ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ก่อให้เกิดการขาดแคลนแรงงานทักษะสูงที่ไม่กลับเข้ามาในระบบ ทำให้ผู้ประกอบการต้องยอมจ้างงานพนักงานประสบการณ์ต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาจบใหม่ที่ยังขาดทักษะด้านการบริการ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในช่วงการฟื้นตัวของการท่องเที่ยว

พนักงานถือเป็นกำลังหลักในการสร้างการบริการที่ประทับใจให้แก่ผู้เข้าพัก และการบริการที่สร้างความประทับใจจัดเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ (Kawilo & Wirasophon, 2024) ถึงแม้ในปัจจุบันความต้องการของนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเฉพาะบุคคล (Personalization) ซึ่งสามารถตอบสนองด้วยเทคโนโลยีหรือระบบอัตโนมัติได้ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่อาจสร้างความรู้สึกผูกพัน และความประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้าได้เสมอไป ความใส่ใจ ความเข้าใจ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันยังคงเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Harkison, 2017) สิ่งเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้จากการให้บริการผ่านพนักงานที่มีทักษะความฉลาดทางอารมณ์ เนื่องจากพนักงานระดับปฏิบัติการโดยเฉพาะพนักงานบริการซึ่งมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดมีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ดังนั้นพนักงานบริการส่วนหน้าจึงถูกคาดหวังว่าจะต้องมีความสามารถในการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้บริการ และสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ด้วยการแสดงออกถึงอารมณ์

เชิงบวกและควบคุมอารมณ์ด้านลบไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใดก็ตามเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป (Rane et al., 2023)

ความฉลาดทางอารมณ์ถือเป็นทรัพยากรส่วนบุคคล ที่ช่วยในการต่อต้านความเหนื่อยล้า (Burnout) จากการทำงาน โดยในทางกลับกันความฉลาดทางอารมณ์ยังช่วยในการ ส่งเสริมการมีความผูกพันในงานของพนักงานอีกด้วย (Geraci et al., 2023) ซึ่งจากผลการวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าความผูกพันในงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระดับองค์กรและประสิทธิภาพของพนักงาน (Abdullahi et al., 2022; Arwab et al., 2022) ในขณะที่งานศึกษาเกี่ยวกับบทบาทตัวแปรส่งผ่านของความผูกพันในงานในความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพในการบริการยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดชลบุรี ดังนั้น จึงส่งผลให้มีความจำเป็นต้องหาข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันว่า ความฉลาดทางอารมณ์ และความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริการ โดยผู้ประการธุรกิจโรงแรมสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์และแนวทางในการวางแผนพัฒนาทักษะให้กับบุคลากรบริการส่วนหน้าได้นำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการและกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมในสถานประกอบการ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และความผูกพันในงานของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในงานและประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลคั่นกลางของความผูกพันในงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ในด้านเนื้อหาจะครอบคลุมถึงความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการ โดยตัวแปรในการวิจัยได้มาจากการรวบรวมและทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และหนังสือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นโมเดลความสัมพันธ์ชิงสาเหตุของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริการส่วนหน้าซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดชลบุรี โดยจากรายงานสถานการณ์แรงงานในธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารในจังหวัดชลบุรีตั้งแต่เดือนมกรคม – ธันวาคม 2566 พบว่ามีจำนวนแรงงานในธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารในจังหวัดชลบุรีรวม 141,404 คน (Chonburi Provincial Statistical Office, 2023) อย่างไรก็ดี จำนวนแรงงาน

ดังกล่าวเป็นจำนวนแรงงานทั้งหมดที่ปฏิบัติงานในโรงแรมและร้านอาหาร ซึ่งไม่ได้มีการจำแนกตามระดับการให้บริการของโรงแรม จึงไม่อาจกำหนดจำนวนประชากรของพนักงานที่ทำงานในโรงแรมระดับได้อย่างแน่ชัด

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย และจัดเก็บข้อมูล คือ โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

ความฉลาดทางอารมณ์

Salovey and Mayer (1990) ความฉลาดทางอารมณ์ คือความสามารถในการเฝ้าสังเกตความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น และนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดความคิดและพฤติกรรมของตนเอง โดย พวกเขามองว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นความสามารถในการรับรู้ รวมถึงนำเสนอวิธีการในการสร้างความฉลาดทางอารมณ์ ได้แก่ การรับรู้อารมณ์ การอำนวยความสะดวกในการคิดโดยใช้อารมณ์ การเข้าใจอารมณ์ และการจัดการอารมณ์ ในขณะที่ Goleman (2006) เปรียบความฉลาดถทางอารมณ์เป็นเสมือนความสามารถส่วนบุคคลและความสามารถทางสังคมในการจัดการความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น ความสามารถในการจูงใจของตนเอง และควบคุมอารมณ์ของตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี (Gayathri & Meenakshi, 2013) ขณะที่ Bar-On (2000) ให้ความหมาย ความฉลาดทางอารมณ์เป็นความฉลาดทางด้านการรับรู้และการเข้าใจ ซึ่งหมายถึงกลุ่มของความสามารถและทักษะทางอารมณ์ส่วนบุคคล และทางสังคมที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลสามารถจัดการกับความต้องการและแรงกดดันที่เกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะมีความเห็นอกเห็นใจ (empathetic) สิ่งนี้ช่วยให้เขาหรือเธอสามารถรับรู้ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่นได้

ความผูกพันในงาน

ความผูกพันในงาน หมายถึง สถานะทางจิตใจเชิงบวกที่ได้รับการเติมเต็มซึ่งสัมพันธ์กับการทำงาน โดยผู้ที่มีความผูกพันในการทำงานจะมีลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านความกระตือรือร้น ด้านการทุ่มเทอุทิศตน และด้านการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงาน ด้านความขยันขันแข็ง (Vigor) หมายถึง ระดับพลังงานและความและความยืดหยุ่นทางจิตใจระดับสูงในขณะปฏิบัติงาน มีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการทำงานของตน และมีความอดทนในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับความยากลำบาก ด้านการอุทิศตนให้กับงาน (Dedication) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงการมีคุณค่าและความหมาย ความกระตือรือร้น แรงบันดาลใจ ความภาคภูมิใจ และความท้าทาย ด้านการเป็นส่วนหนึ่งกับงาน (Absorption) เกี่ยวกับการมีสมาธิจดจ่ออยู่กับงานของตนอย่างมีความสุข ทำให้รู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วขณะทำงาน ซึ่งเมื่อพนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับงานของตน การนำพาตนเองออกจากงานนั้นจึงเป็นเรื่องยาก (Schaufeli & Bakker, 2004)

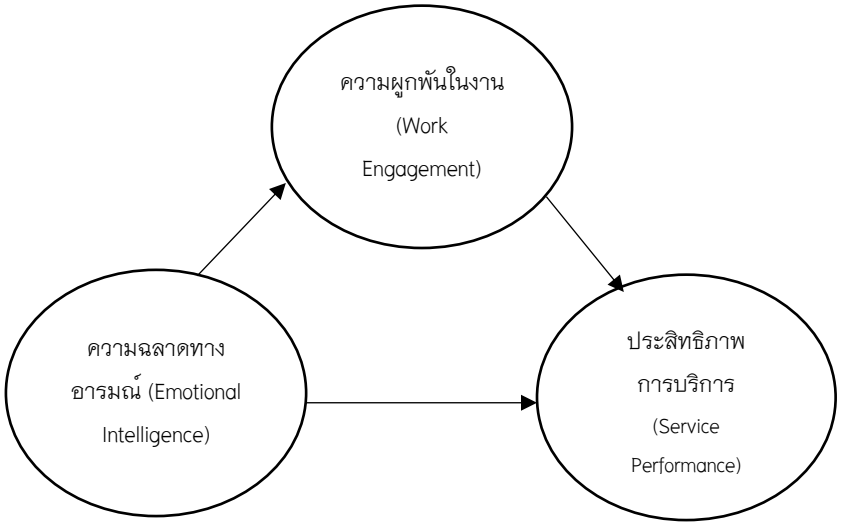
ประสิทธิภาพในการบริการ

Bowen et al. (1989) อธิบายลักษณะของการบริการว่าเป็นผลลัพธ์ที่ไม่อาจจับต้องได้ เป็นผลลัพธ์ที่สามารถปรับแต่งได้ ลูกค้าต้องเข้ามามีส่วนร่วม มีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ใช้แรงงานเป็นหลัก และประสบการณ์ของลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญเท่า ๆ กับผลผลิตเพื่อบริโภค ซึ่งพฤติกรรมของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ภายใต้บริบทเหล่านี้ ประสิทธิภาพการบริการจึงหมายถึงพฤติกรรมการให้บริการและการช่วยเหลือแก่ลูกค้า ดังนั้นในระหว่างการให้บริการพนักงานจะถูกคาดหวังให้แสดงพฤติกรรมที่มี

ความน่าเชื่อถือ ตอบสนองด้วยความรวดเร็ว มีความสุภาพ และความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานผู้ให้บริการยังต้องแสดงออกด้วยท่าทางที่เหมาะสมและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ของพนักงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Rane et al., 2023)

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้ง 3 ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพการบริการ สามารถเขียนกรอบแนวคิดและแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ต้องการทดสอบดังในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

Figure 1 Research Conceptual Framework

สมมติฐานงานวิจัย

H1 ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

H2 ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกกับต่อความผูกพันในงานของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

H3 ความผูกพันในงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับต่อประสิทธิภาพในการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

H4 ความผูกพันในงานมีอิทธิพลส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา หมายเลขใบรับรอง เลขที่ IRB2-068/2567 รับรองเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2567 โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษามีทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2-5 เป็นข้อคำถามระดับความคิดเห็นต่อตัวแปร มีข้อคำถามเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนตามแบบ Likert Scale ดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามทั้งหมดทุกชุดมีค่าเกิน 0.50 จึงได้มีการนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลองเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยการหาความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งพบว่า แบบสอบถามทุกข้อมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 จากนั้นวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง ยืนยัน (CFA) โดยตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผ่านเกณฑ์ที่ กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงคือ พนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมจังหวัดชลบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างกับจำนวนพารามิเตอร์เท่ากับ 15 ต่อ 1 หน่วยขึ้นไปตามแนวคิดของ Hair et al. (2019) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 20 ตัวแปร การควบคุมอารมณ์ดังนั้นการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่คำนวณ คือ 15 x 20 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 300 คน โดยจากการสืบค้นข้อมูลพบว่า โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรีมีจำนวน 81 แห่ง ดังนั้นจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ (พนักงานส่วนหน้า) ของโรงแรมแต่ละแห่งสามารถคำนวณได้ด้วยวิธีการหาเฉลี่ย โดยนำกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดหารด้วยจำนวนโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ 300 ÷ 81 = 3.70 คน และเนื่องจากเป็นเศษส่วนจึงปัดขึ้นเพื่อให้ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้ ผู้เข้าร่วมโครงการ (พนักงานส่วนหน้า) ของโรงแรมแต่ละแห่งจึงเท่ากับ 6 คนต่อโรงแรม 1 แห่ง โดยเป็นพนักงานส่วนหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของโรงแรมระดับ 3 ดาวเป็นผู้เลือกให้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลโดยการใช้สถิต ดังนี้ การหาความถี่ และร้อยละ (Frequency and percentage) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยทำการตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) และการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลเชิงสาเหตุของความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และผลการบริการของพนักงานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling: SEM) โดยมีเกณฑ์ดัชนีที่ใช้วัดความสอดคล้อง ดังต่อไปนี้ 1. ค่าไค-สแคว์สัมพัทธ์ ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 2. ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าต่ำกว่า 0.05 3. ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) ถ้ามีค่ามากกว่า

0.95 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 4. ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มากกว่า 0.90 5. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน (RMR) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ตามแนวคิดของ Schumacker and Lomax (2010)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 158 ราย และเพศชายจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.30 และ 45.90 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–40 ปี จำนวน 125 ราย (ร้อยละ 39.87 รองลงมาคือ 21–30 ปี จำนวน 101 ราย (ร้อยละ 32.2) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 112 ราย และต่ำกว่าหรืออยู่ในระดับมัธยมปลายจำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 32.50 ตามลำดับ มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 1–5 ปี จำนวน 139 ราย และระหว่าง 6–10 ปี จำวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.30 และ 23.20 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความฉลาดทางอารมณ์ และความผูกพันในงาน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.90 (S.D = 0.63, 0.70) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 (S.D = 0.70)

ตารางที่ 1 ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในประสิทธิภาพการบริการ

Table 1 Pearson correlation coefficient results between latent variables in the causal relationship model of service performance

	Self–awareness	Other–awareness	Self–control	Vigor	Dedication	Absorption
Self–awareness	1					
Other–awareness	.523**	1				
Self–control	.704**	.540**	1			
Vigor	.539**	.264**	.585**	1		
Dedication	.398**	.225**	.513**	.814**	1	
Absorption	.442**	.290**	.462**	.759**	.715**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2–tailed).

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ในช่วง 0.290 ถึง 0.814 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์ระดับสูง ได้แก่ ความมุ่งมั่น ทุ่มเท และอุทิศตน (Dedication) และความกระตือรือร้น (Vigor) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.814 ซึ่งเกินเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามแนวคิดของ Hair et al. (2019) ที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่ควรเกิน 0.80 ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งถ้าค่า Tolerance <= 0.1 หรือค่า VIF => 10 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน และเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

Table 2 Multicollinearity test

Service Performance	Tolerance	VIF
Self–awareness	.434	2.303
Other–awareness	.644	1.554
Self–control	.391	2.558
Vigor	.233	4.288
Dedication	.304	3.288
Absorption	.385	2.599

ผลการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยค่าสถิติ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) จากตารางที่ 2 พบว่า มีค่า Tolerance อยู่ระหว่า .233 – .644 และมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.554 –4.288 โดยค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด สรุปได้ว่าข้อมูลไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ สามารถนำไปวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้ในลำดับต่อไป

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) ของตัวแปรแฝง

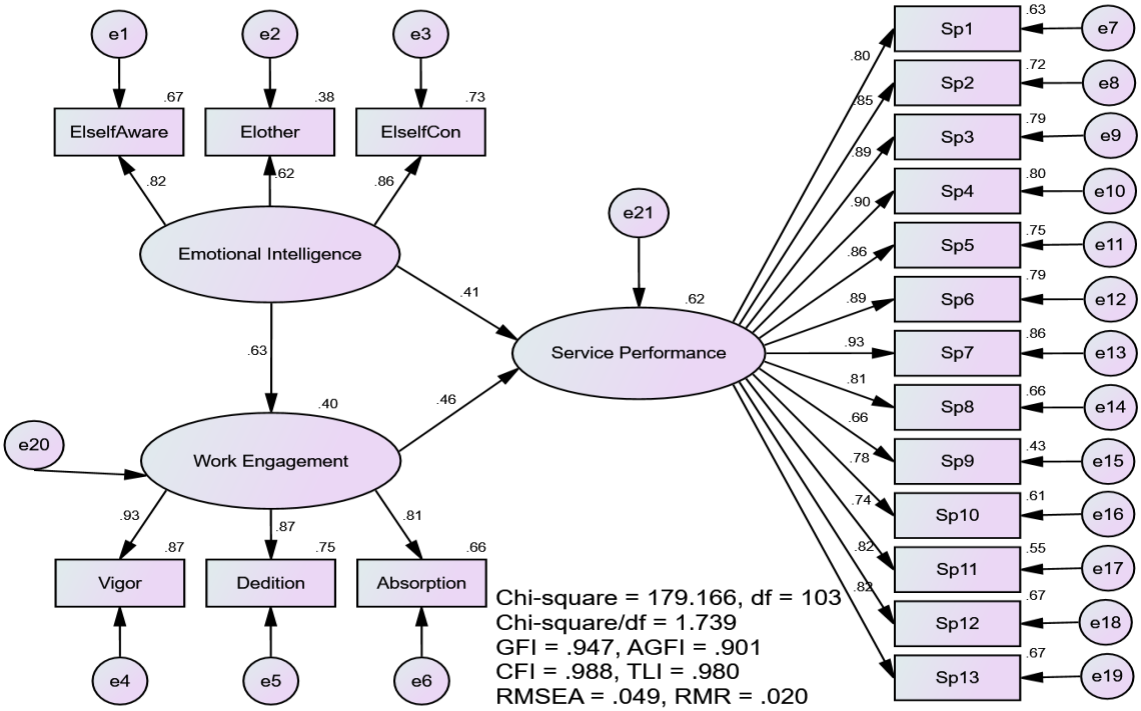
Table 3 Pearson correlation coefficient of latent variables

Variable	Work engagement	Service performance
Emotional Intelligence	0.547**	0.628**
Work Engagement	–	0.660**

*** Statistically significant at the 0.01 level.*

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า 1. ความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริการ มีค่า r เท่ากับ 0.628 มีความสำคัญระดับค่อนข้างสูง 2. ความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในงานที่ระดับปานกลาง โดยมีค่า r = 0.547 3. ความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริการที่ r = 0.660 มีความสำคัญค่อยข้างสูง ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์ข้อมูลโมเดลสมการโครงสร้าง



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

Figure 2 Results of testing the research hypotheses using structural equation modeling (SEM)

ผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้น พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จาก χ^2 = 179.166, df = 103, χ^2/df = 1.739, RMSEA = 0.049, RMR = 0.020, CFI = 0.988, TLI = 0.973, GFI = 0.947 และ AGFI = 0.901 แสดงว่า โมเดลมีความตรงเชิงโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร (Total Effect)

Table 4 The results of path analysis of the direct and indirect effects between emotional intelligence, work engagement, and service performance.

Variable	Work Engagement			Service Performance		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE
Emotional Intelligence	0.634**	0.634**	–	0.703**	0.411**	0.292**
Work Engagement	–	–	–	0.460**	0.460**	–
$R^2 = 0.621$						

** *Sig. < 0.01*, TE = Total effect, DE = Direct effect, IE = Indirect effect

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง และทางอ้อม ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของประสิทธิภาพการบริการ พบว่า 1. ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการบริการ เท่ากับ 0.411 โดยมีอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.292 2. ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในงาน 0.634 โดยไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 3. ความผูกพันในงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการบริการ 0.460 โดยไม่มีอิทธิพลทางอ้อม 4. ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการบริการ เท่ากับ 0.292 ผ่านความผูกพันในงาน ดังนั้นอิทธิพลรวมของความฉลาดทางอารมณ์จึงเท่ากับ 0.703 แสดงให้เห็นว่าความผูกพันในงานมีอิทธิพลส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างสนับสนุนสมมติฐานโดยสามารถ อภิปรายอิทธิพลของความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี ได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพในการบริการของพนักงานส่วนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sharma and Saxena (2024) ที่พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมบริการ กล่าวคือ การที่พนักงานมีความฉลาดทางอารมณ์ นอกจากจะเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองแล้ว ยังสามารถเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น ความสามารถนี้ช่วยให้พนักงานรับรู้ได้ว่าลูกค้าที่ตนกำลังให้บริการอยู่นั้นมีสภาวะทางอารมณ์แบบใดหรือต้องการสิ่งใด ซึ่งจะช่วยให้พนักงานเลือกแสดงพฤติกรรมตอบโต้กลับได้อย่างเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง ในขณะเดียวกันพนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์ยังสามารถควบคุมอารมณ์ของตนและสามารถรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นในขณะนำส่งบริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี (López, 2021)

ผลการศึกษาพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันในงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Obuobisa-Darko et al. (2023), and Barreiro and Treglown (2020) พบว่า ความฉลาดทางมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันในงาน ทั้งนี้เนื่องจากความฉลาดทางอารมณ์เป็นองค์ประกอบทางอารมณ์ของความผูกพันในงาน ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของพละกำลังทั้งทางกายและใจในการที่จะทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และ

เปรียบเสมือนเครื่องมือของพนักงานในการควบคุมอารมณ์และความรู้สึกในการเผชิญหน้ากับประสบการณ์ทางอารมณ์ขณะปฏิบัติงาน ความฉลาดทางอารมณ์ทำหน้าที่เป็นแหล่งพลังงานที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมเชิงบวกของพนักงาน ดังนั้น พนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะมีความผูกพันในงานมากกว่าพนักงานที่มีความฉลาดทางอารมณ์ต่ำ

ความผูกพันในงานมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการบริการ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Mundhra and Pramanik (2024) พบว่า ความผูกพันในงานเป็นปัจจัยทำนายประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน กล่าวคือ พนักงานที่มีความผูกพันในงานมีจิตใจจดจ่อและทุ่มเทแรงกายแรงใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างเต็มพละกำลัง โดยพนักงานที่มีความผูกพันในงานจะสัมผัสได้ถึงประสบการทางอารมณ์เชิงบวก เช่น ความสุข สนุก รวมถึงมีความกระตือรือร้น ทำให้สามารถรับมือกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าพนักงานที่ไม่มีความผูกพันในงาน

ความผูกพันในงานมีอิทธิพลส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี หมายความว่า ถ้าพนักงานบริการส่วนหน้ามีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะสามารถะหนักถึงอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น สร้างแรงจูงใจในตนเอง บริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่นได้ (Goleman, 2006) พนักงานจะรับรู้ว่างานที่ตนเองทำนั้นเป็นงานที่มีคุณค่ามีความหมาย และรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งและมีทัศนคติหรือความรู้สึกด้านบวกต่องาน มีความภาคภูมิใจในงานที่ตนรับผิดชอบ พนักงานจะแสดงออกถึงความรู้สึกเหล่านี้ด้วยการทุ่มเทลงไปในงานที่ทำ ส่งผลต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าของโรงแรม

สรุปผล

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ 1) ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการบริการ 2) ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันในงาน 3) ความผูกพันในงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริการของพนักงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี และ 4) ความผูกพันในงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความฉลาดทางอารมณ์ต่อประสิทธิภาพในการบริการอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อม ผ่านความผูกพันในงานซึ่งมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังประสิทธิภาพการบริการ ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนดแนวทางในการพัฒนาบุคคลากรโดยบรรจุการสร้างและพัฒนาทักษะความฉลาดทางอารมณ์เป็นหนึ่งในเป้าหมายหลัก ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดแนวทางการวัดความฉลาดทางอารมณ์ของพนักงานเป็นระยะ ๆ อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันในงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการบริการเช่นกัน ซึ่งการสร้างความผูกพันในงานให้เกิดกับพนักงานสามารถทำได้หลายแนวทาง ดังนั้น ในการกำหนดนโยบายที่ส่งผลต่อพนักงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนควรคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลเชิงบวกต่อความผูกพันในงานของพนักงาน และกำหนดปัจจัยเหล่านั้นให้เกิดเป็นรูปธรรม ทั้งนี้เพื่อสร้างให้พนักงานเกิดความพึงพอใจซึ่งสามารถนำไปสู่ความผูกพันในงานได้ในลำดับต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การวิจัยเรื่องนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยวิธีการรายงานด้วยตัวผู้ให้ข้อมูลเอง (self–report) จาก ซึ่งวิธีนี้อาจก่อให้เกิดอคติ ผลวิเคราะห์ที่ได้มีข้อจำกัดอยู่เพียงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ดังนั้นมีข้อเสนอแนะว่า งานวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน และเนื่องจากงานวิจัยนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการค่อนข้างจำกัด ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการศึกษาระยะยาว (Longitudinal) หรือการทดลองด้วยการจำลองสถานการณ์ ซึ่งจะสามารถช่วยผู้วิจัยให้เห็นภาพเชิงลึก และมีรายละเอียดที่ครอบคลุมรอบด้าน

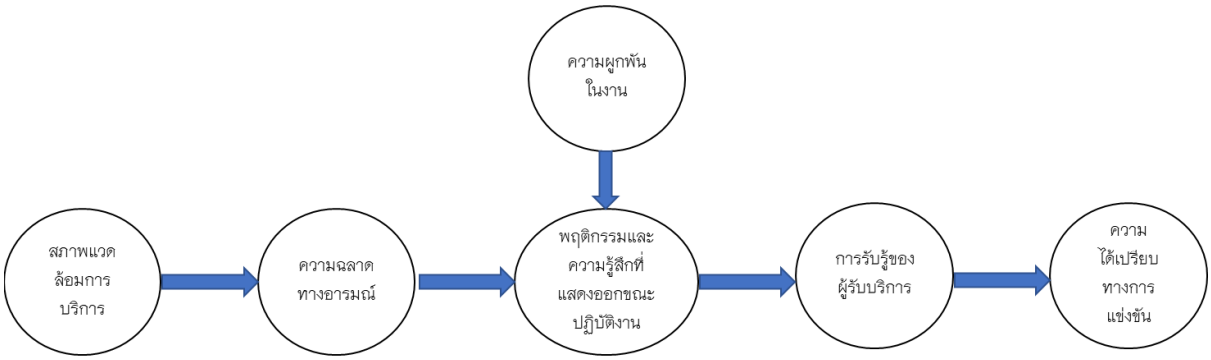
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัย ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อความผูกพันในงานและประสิทธิภาพการให้บริการของพนักงานส่วนหน้าปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความฉลาดทางอารมณ์ให้กับพนักงาน ซึ่งถือเป็นทักษะที่สำคัญมาก สามารถนำมาใช้ได้ในทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะงานทางด้านบริการที่ต้องพบเจอผู้คนมากมายหลากหลายทั้งด้านภาษาและวัฒนธรรม ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสามารถนำไปใช้ในการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานที่จะเข้ามาทำงานในองค์กรอีกด้วย

ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบทตัวแปรคั่นกลางของความผูกพันในงานต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพในการบริการในบริบทอื่น ๆ เช่น ในกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานทางอารมณ์ต่ำกว่าพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันถึงบทบาทของความผูกพันในงานในฐานะตัวแปรคั่นกลางต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้เรื่องความฉลาดทางอารมณ์ ความผูกพันในงาน และประสิทธิภาพการบริการของพนักงานส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี ภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้



ภาพที่ 3 โมเดลความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจบริการ

Figure 3 Competitive Advantage in Service Sector

การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่อาศัยแรงงานคนเป็นหลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน พนักงานมีความใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากกว่ากลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต พฤติกรรมการแสดงออกของพนักงานจึงสามารถส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าได้ทั้งทางเชิงบวกและเชิงลบ โดยพฤติกรรมที่ตอบแสดงออกไปนั้นเกิดจากสภาวะทางอารมณ์ที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก ณ ขณะปฏิบัติงาน ดังนั้น พนักงานบริการจำเป็นต้องตระหนักและรับรู้ความรู้สึกของตนเองในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้า ไม่เพียงเท่านั้น ในเสี้ยววินาทีที่ต้องเผชิญหน้ากับผู้รับบริการ พนักงานจะต้องมีความสามารถในการรับรู้และทำความเข้าใจกับอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเลือกแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยจากการศึกษาทำให้ทราบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ถือเป็นทักษะที่สามารถพัฒนาได้ผ่านการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติจากทั้งสถานการณ์จริงและสถานการณ์จำลอง

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ทักษะความฉลาดทางอารมณ์จะเป็นทักษะที่พึงประสงค์ที่ควรมีอยู่แล้วในตัวบุคลากร แต่ด้วยลักษณะของงานบริการที่เรียกร้องแรงงานทางอารมณ์เป็นหลักในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอาจทำให้พนักงานเกิดความเหนื่อยล้า ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริการได้ในระยะยาว เพื่อเป็นการป้องกันสภาวะการณ์ดังกล่าว ควรมีการการสร้างความรู้สึกผูกพันในงานให้กับพนักงาน เพื่อใช้เป็นตัวขับเคลื่อนหรือแรงจูงใจในการทำงาน เพราะพนักงานที่มีความผูกพันในงานจะสัมผัสถึงความสุข สนุกกับการปฏิบัติงาน และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือปัญหาที่ต้องเผชิญ

References

Abdullahi, M. S., Raman, K., & Solarin, S. A. (2022). Talent management practices on employee performance among academic staff of Malaysian private universities: employee engagement as a mediator. *Journal of Applied Research in Higher Education*, *14*(1), 135–158. DOI:10.1108/JARHE-08-2020-0283

Arwab, M., Adil, M., Nasir, M., & Ali, M. A. (2022). Task performance and training of employees: the mediating role of employee engagement in the tourism and hospitality industry. *European Journal of Training and Development*, *47*(9), 900–920. DOI:10.1108/EJTD-01-2022-0008

Bank of Thailand. (2024). Tourism Indicators. https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=875&language=eng

Barreiro, C. A., & Treglown, L. (2020). What makes an engaged employee? A facet-level approach to trait emotional intelligence as a predictor of employee engagement. *Personality and Individual Differences*, *159*(2), 109892. DOI:10.1016/j.paid.2020.109892

Bar-On, R. (2000). Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory (EQ-i). In R. Bar-On, & J. D. A. Parker (Eds.), *Handbook of emotional intelligence* (pp. 363–387). Jossey-Bass.

Bowen, D. E., Siehl, C., & Schneider, B. (1989). A framework for analyzing customer service orientations in manufacturing. *Academy of Management Review*, *14*(1), 75–95. https://doi.org/10.2307/258192

Chonburi Provincial Statistical Office. (2023, April 10). *Survey of the working conditions of the population, Chonburi Province.* https://chonburi.nso.go.th/reports-publications/survey-project-report-sample-census/survey-of-the-working-conditions-of-the-population/survey-of-the-working-conditions-of-the-population.html

Gayathri, N., & Meenakshi, K. (2013). A literature review of emotional intelligence. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, *2*(3), 42–51. https://www.researchgate.net/publication/281361394_A_Literature_Review_of_Emotional_Intelligence

Geraci, A., Di Domenico, L., Inguglia, C., & D'Amico, A. (2023). Teachers' emotional intelligence, burnout, work engagement, and self-efficacy during COVID-19 lockdown. *Behavioral Sciences (Basel, Switzerland)*, *13*(4), 296. https://doi.org/10.3390/bs13040296

Goleman, D. (2006). *Working with emotional intelligence*. Bantam Books.

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). Pearson Prentice.

Harkison, T. (2017). The importance of the human touch in the luxury accommodation sector. *Research in Hospitality Management*, *7*(1), 59–64. DOI:10.1080/22243534.2017.1355488

Kasikorn Research Center. (2024, May 4). *Turnover within the hotel and accommodation business projected to improve steadily during 2024, but competition will remain intense and there is uneven recovery seen across the sector (Current Issue No.3489 Full Ed.)* https://www.kasikornresearch.com/en/analysis/k-econ/business/Pages/Hotel-CIS3489-08-05-2024.aspx

Kawilo, N., & Wirasophon, W. (2024). Guidelines for creating excellent service quality for front-end service staff of 5-star standard hotels in Bangkok. In *Proceeding National & International Conference*, 16(2), 509–517. http://www.journalgrad.ssru.ac.th/index.php/8thconference/article/view/4627

López, G. (2021). *The impact of managers' emotional intelligence on dealing with difficult situations in the hospitality sector in Ireland*[Master's thesis, Dublin, National College of Ireland]. https://norma.ncirl.ie/id/eprint/5325

Lunkam, P. (2022, Nov). *Business/Industry Trends 2022 – 2024: Hotel Business*. Krungsri Research. https://www.krungsri.com/getmedia/aa9cf904-6514-4a14-a260-b24e2f7f6754/IO_Hotel_221125_TH_EX.pdf.aspx

Mundhra, E., & Pramanik, A. (2024). The impact of work engagement on employee work performance: mediation role of work autonomy. *International Journal of Indian Psychology*, *12*(1). 1786-1798. DOI:10.25215/1201.166

Obuobisa-Darko, T., Dogbe-Zungbey, O. D., Frimpong, F., & Sokro, E. (2023). Emotional intelligence and work engagement: The Moderating effect of work-related psychological impact due to the COVID-19 pandemic. *Environment and Social Psychology*, *9*(1). DOI:10.54517/esp.v9i1.1717

Rane, N. L., Achari, A., & Choudhary, S. P. (2023). Enhancing customer loyalty through quality of service: Effective strategies to improve customer satisfaction, experience, relationship, and engagement. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, *5*, 427-452.

Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, *9*(3), 185-211. https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG

Schaufeli, W., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement. *Journal of Organizational Behavior, 25,* 293-315. http://dx.doi.org/10.1002/job.248

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginners guide to structural equation modeling.* Routledge.

Sharma, S., & Saxena, P. (2024). Role of emotional and artificial intelligence in employee performance: A perspective from the Indian service industry. *Abhigyan*, *42*(1), 43-56. DOI:10.1177/09702385241233078