

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดี ขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่

THE RELATIONSHIP BETWEEN AFFECTIVE TRUST, COGNITIVE TRUST AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR IN CAFE ORGANIZATION

ดลฤทัย เจียรกุล^{1*} และประพนธ์ โอสอดสัมพันธุ์สุข²

Dolruthai Jiarakul^{1*} and Prahpon Osodsampransook²

^{1,2}คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{1,2}Faculty of Humanities, Kasetsart University

Received: August 16, 2023 / Revised: January 6, 2024 / Accepted: January 16, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ความไว้วางใจ และพฤติกรรม
การเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในธุรกิจคาเฟ่
เมื่อมีความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางกับเมื่อมีความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงาน
เป็นตัวแปรคั่นกลาง 3) ศึกษารูปแบบการทำนายพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรที่มีความไว้วางใจ
เชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานและความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลาง ทำการวิจัย
โดยการเก็บแบบสอบถามจากพนักงานระดับปฏิบัติการในคาเฟ่แบบเครือข่ายในกรุงเทพ จำนวน 604 ตัวอย่าง
แล้วทำการวิเคราะห์สถิติด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจ
เชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจ
เชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง
ส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับ
เดียวกันส่งผลกระทบบต่อความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันอันส่งผลกระทบต่อการเกิด
พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในองค์กรธุรกิจอื่น เช่น องค์กรใน
ธุรกิจโรงแรมที่มีการแบ่งแผนกหรือฝ่ายงานชัดเจน และควรศึกษาองค์กรที่มีวัฒนธรรมแตกต่างออกไป

คำสำคัญ: ความไว้วางใจต่อเพื่อนร่วมงาน ความไว้วางใจต่อผู้บังคับบัญชา ธุรกิจคาเฟ่ พฤติกรรมการเป็นบุคลากร
ที่ดีขององค์กร

*Corresponding Author

E-mail: memomay13@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research are as follows: (1) to study population demographics, trust, and good organizational citizenship behavior of the personnel of the coffee shop business; (2) to compare good organizational citizenship behavior of the personnel of the coffee shop business when affective trust is an intervening variable and when cognitive trust is an intervening variable; and (3) to study the predictive models of good organizational citizenship behavior within the organization when affective trust is an intervening variable and when cognitive trust is an intervening variable. This research was conducted by collecting questionnaires from 604 practitioner-level employees of chained coffee shops in Bangkok. Research data were statistically analyzed with the use of structural equation modeling. The research findings reveal that affective trust and cognitive trust for colleagues at the same level are intervening variables between affective trust and cognitive trust for the administrators; the affective trust and cognitive trust for the immediate superior affect good organizational citizenship behavior; and affective trust for colleagues at the same level have an impact on cognitive trust for colleagues at the same level, which in turn leads to the impact on the occurring of good organizational citizenship behavior within the organization. Future research should explore other organizations, such as those in the hotel industry with departmental divisions, as well as organizations with different cultures.

Keywords: Trust for Colleagues, Trust for Superior, Cafe Business, Good Organizational Citizenship Behavior

บทนำ

คาเฟ่ (Cafe) เป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ จัดอยู่ในส่วนการบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยมักจะจัดรวมอยู่ในธุรกิจร้านกาแฟ แม้จะมีการใช้คำว่าร้านกาแฟและคาเฟ่แทนกัน แต่คาเฟ่ หรือ Cafe จะมีลักษณะแตกต่างจากร้านกาแฟ หรือ Coffee Shop กล่าวคือผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอและลักษณะของร้านกาแฟและคาเฟ่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยร้านกาแฟจะเน้นเครื่องดื่มจากกาแฟประเภทต่าง ๆ เช่น เอสเพรสโซ (Espresso) คาเฟ่อเมริกาโน (Cafe Americano) ลาเต้ (Latte) คาปูชิโน (Cappuccino) และมอคค่า (Cafe Mocha) เป็นต้น ส่วนคาเฟ่ จะมีเครื่องดื่มที่หลากหลายเพิ่มเติมจากกาแฟ อาจจะมีเมนูอาหาร

และมีการจัดบรรยากาศภายในร้านให้น่าสนใจและน่านั่งด้วย ในปี 2561 ตลาดธุรกิจร้านกาแฟของประเทศไทยมีมูลค่า 28,509 ล้านบาท ประกอบด้วยร้านกาแฟเครือข่าย (Chained Store) และร้านกาแฟรายย่อย (Independent Store) โดยเมื่อพิจารณาเป็นสัดส่วนของมูลค่าทางเศรษฐกิจแล้วร้านกาแฟแบบเครือข่ายจะมีสัดส่วนร้อยละ 60 ของร้านกาแฟทั้งหมดในประเทศไทย (Food Intelligence Center, Intelligent Center for the Food Industry, 2023) วัฒนธรรมกาแฟเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นกับวิถีชีวิตของคน และร้านกาแฟประเภทคาเฟ่กลายเป็นจุดหมายปลายทางทั้งสำหรับคนในพื้นที่และสำหรับนักท่องเที่ยว โดยคาเฟ่สามารถใช้เป็นพื้นที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ และเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยน

ทางวัฒนธรรมของคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว (Pannara, 2021) ทำให้ธุรกิจเพิ่มความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการเพิ่มมากขึ้น

ในฐานะธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงาน (Labor Intensive) (Bednarska, 2013) ในมิติเชิงพฤติกรรมนั้นพนักงานขององค์กรในธุรกิจดังกล่าวในบริบทของโลกมีอัตราการลาออก (Turnover Rate) สูง (Morrissey, 2022) และในบริบทของประเทศไทยก็เช่นเดียวกันที่ขาดแรงงานคุณภาพ มีการเปลี่ยนงาน และอัตราการลาออกที่สูงมาก (Prachachat.net, 2023) รวมทั้งการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กรในธุรกิจดังกล่าวในฐานะองค์การประเภทที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักดังกล่าวแล้วข้างต้นจึงส่งผลต่อข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยหรือกลไกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์การธุรกิจดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น (Dini et al., 2023)

การปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในกรณีองค์การในอุตสาหกรรมบริการนั้น พฤติกรรมที่มีความจำเป็นต่อการเสริมสร้างผลการดำเนินงานที่ดีทั้งในรูปของผลกำไร คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า คือพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากคำบรรยายลักษณะงาน หรือพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behavior: OCB) เนื่องจากโดยลักษณะของการปฏิบัติงานบริการนั้นเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง ผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ดังนั้นจึงมักมีสถานการณ์อันมิได้คาดหมายล่วงหน้าหรือมักมีสถานการณ์ที่อาจมีระดับของความต้องการการอุทิศตนที่สูงกว่าระดับปกติอยู่เสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการอันนำมาสู่ผลการดำเนินงานที่ดีดังกล่าว (Osodsampransook, 2022; Deery et al., 2017; Setyaningrum, 2017)

ในเชิงพฤติกรรมองค์การนั้นมีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของพนักงาน ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่พนักงานขององค์การในฐานะปัจเจกบุคคลรับรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับภาคส่วนต่าง ๆ ในองค์การ ได้แก่ ผู้บริการ หัวหน้างาน หรือเพื่อนร่วมงานที่ปฏิบัติงานร่วมกัน

อย่างไรก็ตามปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของพนักงานคือ ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ (Affective Trust: AT) และความไว้วางใจเชิงเหตุผล (Cognitive Trust: CT) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานในองค์การ โดยความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทมีความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่บุคคลหรือพนักงานมีต่อบุคคลในองค์การ ใน 4 มิติ ได้แก่ ความสามารถ ความเมตตากรุณา ความซื่อสัตย์ และการทำนายได้ (McLeary & Cruise, 2015)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจคาเฟ่ โดยจำลองภาพจริงของสัมพันธภาพที่พนักงานในองค์การมีต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลทั้งในมิติแนวราบและมิติแนวตั้งตามโครงสร้างองค์การหรือการศึกษาหลายแห่ง (Multiple-foci Approach) ตามแนวคิดของการศึกษาด้านพฤติกรรมองค์การของ Wasti et al. (2011) และ Isik et al. (2015) โดยความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวตั้งเป็นตัวแปรสาเหตุ และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวราบเป็นตัวแปรคันกลาง ซึ่งการศึกษาค้นคว้านี้จะเติมเต็มช่องว่างทางความรู้ให้เห็นถึงความสำคัญของความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลทั้ง 2 มิติที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าขององค์การในธุรกิจคาเฟ่ประเภทเครือข่าย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร และระดับของตำแหน่งในองค์กรที่เป็นนายจ้าง ความไว้วางใจ กับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในธุรกิจคาเฟ่เมื่อมีความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง และพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่เมื่อมีความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชา ระดับสูงและผู้บังคับบัญชาโดยตรง

3. เพื่อศึกษารูปแบบการทำนายพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรที่มีความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานและความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชา ระดับสูงและผู้บังคับบัญชาโดยตรง

ทบทวนวรรณกรรม

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลกับพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร (Affective Trust: AT and Cognitive Trust: CT in Organizational Behavior)

ความไว้วางใจเป็นตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลในองค์กร ในหลากหลายด้าน ได้แก่ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดี พฤติกรรมการบริการที่นอกเหนือไปจากคำบรรยายลักษณะงาน ผลการปฏิบัติงาน พฤติกรรมปกปิดความรู้ แนวโน้มการแบ่งปันความรู้ พันธะสัญญาทางใจในงาน พฤติกรรมที่ทำเพื่อประโยชน์ขององค์กรที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความมี

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรทั้งสิ้น (Farid et al., 2020; Hayat Bhatti et al., 2020; Hsu, 2022; Ng, 2022a; Usman et al., 2021) โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่ นั้นความไว้วางใจเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีความสำคัญทั้งในฐานะเป็นตัวแปรคั่นกลาง ตัวแปรเชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร หรือผลของปัจจัยทางจิตวิทยาของพนักงานในองค์กร กล่าวคือ เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Kang & Yang, 2016) เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (Kim & Jeong, 2011) และเป็นผลของภาวะผู้นำแปรเปลี่ยน (Transformational Leadership) (Seong & Yoon, 2017)

การศึกษา การวิเคราะห์หลายจุดตามโครงสร้างองค์กร กล่าวคือ การศึกษาความไว้วางใจมากกว่า 1 คู่สัมพันธ์ภาพ นั่นคือ ความไว้วางใจที่ผู้ให้ความไว้วางใจมีต่อผู้บังคับบัญชาและ/หรือผู้ใต้บังคับบัญชา และความไว้วางใจที่ผู้ให้ความไว้วางใจมีต่อบุคคลผู้ปฏิบัติงานในระดับเดียวกัน ซึ่งเป็นการสะท้อนภาพให้เห็นถึงความเป็นจริงของความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลในองค์กรว่ามีความสัมพันธ์มากกว่าคู่ความสัมพันธ์เดียว โดยเป็นไปตามแผนผังหรือโครงสร้างองค์กร (Isik et al., 2015; Stinglhamber et al., 2006; Wasti et al., 2011)

ในบริบทขององค์กรในธุรกิจบริการ ซึ่งให้คำอธิบายว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรที่สำคัญในกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่มีต่อกันระหว่างผู้ให้ความไว้วางใจและผู้ได้รับความไว้วางใจ ทั้งในความสัมพันธ์ในลักษณะแนวดิ่งตามโครงสร้างองค์กร คือ ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์ในลักษณะแนวราบตามโครงสร้างองค์กรคือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน กล่าวคือ ความไว้วางใจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาซึ่งการถ้อยที่ถ้อยอาศัย การตอบแทน ความภักดี และความใส่ใจของทั้ง 2 ฝ่ายที่มีต่อกัน ซึ่ง

การศึกษาในสาขาพฤติกรรมองค์กรนั้น อธิบายว่า ความไว้วางใจเป็นประโยชน์และเป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรพึงเสริมสร้างหรือรักษาไว้ให้อยู่ในองค์กรของตน (Afsar et al., 2018; Chou et al., 2013; Dietz et al., 2006; Hayat Bhatti et al., 2020; Lee et al., 2015; McAllister, 1995; Newman et al., 2014; Ng, 2022b; Saleem et al., 2021)

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผล เป็นทฤษฎีความไว้วางใจที่ถูกลำเสนอโดย McAllister (1995) ความไว้วางใจเชิงอารมณ์เป็นความไว้วางใจที่อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อในความเมตตา กรุณาและความซื่อสัตย์ ส่วนความไว้วางใจเชิงเหตุผลเป็นความไว้วางใจที่อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อในความสามารถ โดยความไว้วางใจเชิงอารมณ์ หมายถึง ความผูกพันทางอารมณ์ของแต่ละบุคคล บุคคลที่จะทำให้เกิดความไว้วางใจในความสัมพันธ์นั้นจะแสดงออกซึ่งการดูแลและการเอาใจใส่อย่างแท้จริง และเชื่อว่าความรู้สึกนี้จะได้รับการตอบแทน ส่วนความไว้วางใจเชิงเหตุผล หมายถึง การรับรู้ว่าคุณเลือกผู้ซึ่งไว้วางใจในสิ่งที่น่าเชื่อถือภายใต้สถานการณ์หนึ่ง จากความน่าเชื่อถือและความรู้ความสามารถ (McAllister, 1995) โดย Ziegler และ Golbeck, (2007) อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า ความไว้วางใจเชิงอารมณ์เป็นความไว้วางใจที่อยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ ความไว้วางใจเชิงเหตุผลเป็นความไว้วางใจที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้เหตุผลเกี่ยวกับความสามารถ และความเชื่อถือได้ ในสาขาพฤติกรรมองค์กร การศึกษาเชิงประจักษ์ของความไว้วางใจทั้ง 2 ลักษณะได้รับการอธิบายในฐานะเป็นกลไกแห่งพฤติกรรมของพนักงานไว้ในลักษณะต่าง ๆ

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลในองค์กรมีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลในองค์กรมีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันในบริบทของการใน

อุตสาหกรรมบริการส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน (Performance) การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน (Peer Support) ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) และพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร โดยความไว้วางใจเชิงอารมณ์นั้นเปรียบเสมือนการลงทุนทางความรู้สึกที่ปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงานขององค์กรมีต่อเพื่อนร่วมงานของตนเพื่อพัฒนาสัมพันธภาพและสัมพันธ์ภาพนี้เพื่ออำนวยความสะดวกที่เกิดขึ้นในเชิงพฤติกรรมในเชิงบวก ความไว้วางใจเชิงเหตุผลนั้นเปรียบเสมือนความน่าเชื่อถือและความสามารถของเพื่อนร่วมงาน ซึ่งคุณลักษณะทั้ง 2 ประการนี้เป็นปัจจัยในการช่วยพัฒนาสัมพันธภาพที่พนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลในองค์กรที่มีต่อเพื่อนร่วมงานในรูปของความหวังที่จะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยเงื่อนไขของสัมพันธภาพดังกล่าวนี้เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนเชิงสังคม (Social Exchange) ระหว่างพนักงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงานของตนหรือเป็นสัมพันธภาพระหว่างปัจเจกบุคคล (Tamer & Dereli, 2014; Ghasemy & Frömling, 2023) โดยพฤติกรรมเชิงบวกอันเป็นผลมาจากความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลในองค์กรมีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันนี้จะส่งผลต่อเพื่อนร่วมงานในฐานะปัจเจกบุคคลและองค์กร

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาและผู้บริหารองค์กร

ในบริบทขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการ ความรู้สึกเชิงอารมณ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ให้ความไว้วางใจกับผู้ได้รับความไว้วางใจ และการสร้างการรับรู้ว่าคุณได้รับความไว้วางใจมีความสามารถ และมีความน่าเชื่อถือ เป็นแนวทางที่ทำให้พนักงานในฐานะผู้ให้ความไว้วางใจแสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร (Hayat Bhatti et al., 2020) ในบริบทขององค์กรในธุรกิจคาเฟ่ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการ ความไว้วางใจในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเพียงเชิงเดียวไม่เพียงพอต่อการทำให้

พนักงานแสดงพฤติกรรม การสรุปความไว้วางใจเชิงเหตุผลของพนักงานที่มีต่อผู้บังคับบัญชาของตน โดยปราศจากความไว้วางใจเชิงอารมณ์ หรือปราศจากความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกันนั้นไม่เพียงพอให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่ทำเพื่อประโยชน์ขององค์กรที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม (Hsu, 2022)

ในบริบทขององค์กรในอุตสาหกรรมผลิตอาหาร ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลเป็นกระบวนการประมวลข้อมูลเชิงสังคมที่ส่งผลให้ระดับของความรู้สึกถ้อยที่ถ้อยอาศัย การตอบแทน ความจงรักภักดี และความใส่ใจสูงขึ้น อันเป็นเครื่องเชื่อมโยงการรับรู้ถึงภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้กับพฤติกรรมของพนักงาน (Lu et al., 2018) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์กับความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานมีต่อผู้บังคับบัญชาของตนซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบปัจเจกบุคคลต่อปัจเจกบุคคล ความไว้วางใจประเภทแรกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรและผลการปฏิบัติงานในระดับที่สูงกว่าความไว้วางใจประเภทหลัง ซึ่งแตกต่างจากความสัมพันธ์ในอีกรูปแบบหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานภายใต้ผู้บังคับบัญชาหรือหมายถึงความสัมพันธ์ในลักษณะปัจเจกบุคคลกับคนหลายคนหรือผู้บังคับบัญชา 1 คน กับผู้ใต้บังคับบัญชา ในทีมหลายคน ความไว้วางใจเชิงเหตุผลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรและผลการปฏิบัติงานในระดับที่สูงกว่าความไว้วางใจเชิงอารมณ์ (Legood et al., 2020)

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior: OCB)

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรเป็นพฤติกรรมของพนักงานที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการในหลายด้าน ได้แก่ การเพิ่มระดับของคุณภาพการบริการ ผลการดำเนินงานขององค์กร ข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และความพึงพอใจของลูกค้า (Ahmad & Zafar, 2018; Buil et al., 2019;

Kataria et al., 2013; Kumari & Thapliyal, 2017; Prottas & Nummelin, 2018; Qiu et al., 2019; Taamneh et al., 2018; Yildiz & Hiwa, 2020) โดยที่พฤติกรรมดังกล่าวเป็นลักษณะของการอุทิศตนให้แก่องค์กรของพนักงาน ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของพนักงาน ในด้านการปรับตัว ความยืดหยุ่น และพฤติกรรมเชิงสังคมของพนักงานในการปฏิบัติงาน (Kataria et al., 2013) พฤติกรรมดังกล่าวเป็นพฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกในลักษณะ “การปฏิบัติมากกว่าระยะทางที่กำหนด” ในการดูแลลูกค้า โดยเมื่อพนักงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมดังกล่าวย่อมหมายถึงการให้บริการลูกค้าด้วยความทุ่มเทมากกว่าที่องค์กรกำหนด (Qiu et al., 2019) การที่พนักงานผู้ปฏิบัติงานอุทิศเวลาและพลังงานในระดับที่สูงกว่ามาตรฐานเพื่อเป็นการตอบแทนสิ่งที่ตนได้รับจากผู้บริหารองค์กร (Ahmad & Zafar, 2018)

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรเป็นพฤติกรรมซึ่งพนักงานปฏิบัติหน้าที่ในสิ่งที่มากขึ้นไปกว่าสิ่งที่ถูกกำหนดตามหน้าที่ของตน ซึ่งสามารถอธิบายได้บนพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม กล่าวคือ พนักงานต้องการที่จะตอบสนองกลับในสิ่งที่ตนได้รับจากองค์กร และสิ่งที่ตนได้รับนั้นทำให้นั้นเกิดความพึงพอใจ (Bateman & Organ, 1983) โดย Organ (1988) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า หมายถึงพฤติกรรมที่บุคลากรแสดงด้วยความสมัครใจ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กรหากแต่พฤติกรรมนี้เป็นพฤติกรรมที่อยู่นอกเหนือการได้รับรางวัลตอบแทน

การศึกษาเชิงประจักษ์ในสาขาพฤติกรรมองค์กร ได้อธิบายถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุกลไกที่ส่งผลกระทบต่อ และผลกระทบของพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร กล่าวคือ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กรเป็นปัจจัยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นแกนหลักในการกำหนดการ

ดำเนินงานขององค์กรซึ่งแกนหลักดังกล่าวจะสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Taamneh et al., 2018) การเติมเต็มพันธสัญญาทางใจของพนักงานในสิ่งที่ได้รับจากองค์กร ผ่านการรับรู้ถึงการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร กล่าวคือ เมื่อองค์กรที่เป็นนายจ้างเติมเต็มสิ่งที่ตนสัญญาไว้กับพนักงาน พนักงานจะตอบสนองกลับคืนแก่องค์กรในสิ่งที่มากกว่าสิ่งที่พึงปฏิบัติตามหน้าที่ในรูปแบบของพฤติกรรมที่มาจากพื้นฐานของสัมพันธภาพที่ดี (Ahmad & Zafar, 2018) ต้นทุนทางจิตใจของพนักงานในรูปของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความหวัง การมองโลกในแง่ดี และความยืดหยุ่น ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร โดยต้นทุนทางจิตใจดังกล่าวส่งผลให้พนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลตระหนักถึงความพร้อมของตนในการปฏิบัติงานที่ต้องรับผิดชอบให้มากขึ้นกว่ามาตรฐานที่องค์กรกำหนด (Shaheen et al., 2016) นโยบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม ได้แก่ เงื่อนไขเวลาการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความยืดหยุ่นของช่วงเวลางาน หัวหน้างานที่มีความเข้าใจความต้องการของพนักงาน ค่าตอบแทนที่เหมาะสม โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่ชัดเจน และงานที่มีความท้าทายส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งหากพิจารณาบนพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม พนักงานจะตอบแทนด้วยการแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (Prasetio et al., 2017) จากมุมมองของการประมวลสารสนเทศทางสังคม บรรยากาศในองค์กรเชิงสร้างสรรค์จากค่านิยมองค์กรที่เหมาะสมส่งผลให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนอันเป็นสาเหตุของพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (Marinova et al., 2018)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปี 2565 รหัส COE65/163 โดยมีวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยประชากรคือ พนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจคาเฟ่แบบเครือข่ายที่มีผู้บังคับบัญชาตั้งแต่ 2 ระดับขึ้นไป ที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และผ่านการทดลองงานแล้ว โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธี Minimum Likelihood ตามข้อเสนอของ Hair et al. (2021) จึงกำหนดขนาดไว้ที่ 15 เท่าของตัวแปรสังเกต ซึ่งในการศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 33 ตัวแปร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างไว้ขั้นต่ำคือ $33 \times 15 = 495$ ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เริ่มจากการสุ่มเขตในกรุงเทพมหานครจากทั้งหมด 50 เขตมาจำนวน 8 เขต ซึ่งเขตที่สุ่มได้มีดังนี้ เขตจตุจักร เขตราชเทวี เขตบางรัก เขตสาทร เขตยานนาวา เขตคลองสาน เขตสัมพันธวงศ์ และเขตวัฒนา จากนั้นนำจำนวนประชากรขั้นต่ำที่คำนวณไว้มากำหนดโควตาให้กับแต่ละเขต จะได้ตัวเลข 61.875 จึงกำหนดโควตาเป็น 8 เขต เขตละ 62 ตัวอย่าง โดยผู้ช่วยวิจัยที่มีความรู้ในพื้นที่จะเลือกเก็บแบบสอบถามเฉพาะกับธุรกิจคาเฟ่แบบเครือข่ายในเขตที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งเมื่อลงเก็บข้อมูลภาคสนามแล้วพบว่า มีผู้ร่วมสนใจเข้าร่วมโครงการวิจัยจากทั้ง 8 เขต มากกว่าที่กำหนดไว้ จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 604 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้และการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Varela González และ García (2006) และ Massey และ

Dawes (2007) ตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และหาค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 30 ตัวอย่าง โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบคัดกรองอาสาสมัคร โดยกำหนดตามเกณฑ์การคัดเข้า จำนวน 4 ข้อ คือ 1) มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการของธุรกิจคาเฟ่แบบเครือข่ายที่มีผู้บังคับบัญชาตั้งแต่ 2 ระดับขึ้นไป 3) เป็นพนักงานที่ผ่านการทดลองงานแล้ว และ 4) ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร ระดับตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผล แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ในแต่ละระดับแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ ระดับที่ 1 เกี่ยวกับความไว้วางใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบุคลากรระดับเดียวกัน จำนวน 9 ข้อ ซึ่งคำถามทั้ง 9 ข้อ พัฒนามาจากทฤษฎีความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลของ Wang et al. (2014) หลังจากการศึกษาค่าองค์ประกอบพบว่า ค่า CFI = 0.92 IFI = 0.91 RMSEA = 0.05 ซึ่งค่าทางสถิติต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้นำตัวแปรสังเกตในองค์ประกอบความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลมาศึกษา ระดับที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร ซึ่งคำถามทั้ง 9 ข้อ พัฒนามาจากทฤษฎีความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบุคลากรระดับผู้บริหารขององค์กรของ Kalttinen et al. (2017) หลังจากการศึกษาค่าองค์ประกอบพบว่า ค่า TLI = 0.98 CFI = 0.98 RMSEA = 0.03 ซึ่งค่าทางสถิติต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้นำตัวแปรสังเกตในองค์ประกอบความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผล

มาศึกษา และระดับที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ซึ่งคำถามทั้ง 9 ข้อ พัฒนามาจากทฤษฎีความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบุคลากรระดับผู้บังคับบัญชาโดยตรง ของ Saleem et al. (2020) หลังจากการศึกษาค่าองค์ประกอบพบว่า ค่า TLI = 0.94 IFI = 0.94 และ RMSEA = 0.049 ซึ่งค่าทางสถิติต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้นำตัวแปรสังเกตในองค์ประกอบความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลมาศึกษา แบบสอบถามส่วนนี้ทั้งหมดใช้มาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ท ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1 ถึง 5

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ จำนวน 15 ข้อ ซึ่งคำถามทั้ง 15 ข้อ พัฒนามาจากทฤษฎีพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของ Nadeem et al. (2019) หลังจากการศึกษาค่าองค์ประกอบพบว่า ค่า CEI = 0.998 ค่า GFI = 0.998 ค่า NFI = 0.997 RMSEA = 0.063 ซึ่งค่าทางสถิติต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้นำตัวแปรสังเกตในองค์ประกอบพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การมาศึกษา แบบสอบถามส่วนนี้ทั้งหมดใช้มาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ท ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1 ถึง 5

โดยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีการต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการในสาขาการจัดการพฤติกรรมองค์กร และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 คน

2. นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับพนักงานปฏิบัติการคาเฟ่ จำนวน 30 ตัวอย่าง ในเดือนมกราคม 2566 และนำผลทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาความเที่ยงด้วยวิธีหาความเชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Reliability Cronbrash's Coefficient

Alpha) โดยผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ ซึ่งเกิดจาก 2 องค์ประกอบใน 3 ระดับรวมเป็น 6 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหาร (ATM) อยู่ที่ 0.721 องค์ประกอบที่ 2 ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร (CTM) อยู่ที่ 0.918 องค์ประกอบที่ 3 ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง (ATD) อยู่ที่ 0.905 องค์ประกอบที่ 4 ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง (CTD) อยู่ที่ 0.838 องค์ประกอบที่ 5 ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (ATC) อยู่ที่ 0.807 องค์ประกอบที่ 6 ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (CTC) อยู่ที่ 0.871 และผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (OCB) อยู่ที่ 0.844

ทั้งนี้แบบสอบถามจะใช้คำว่าหัวหน้างานแทนคำว่าผู้บังคับบัญชาโดยตรง และผู้บริหารระดับสูงขององค์กรแทนคำว่าผู้บริหาร เพื่อให้ไม่เกิดความเข้าใจผิดเนื่องจากอาจจะมีความคล้ายคลึงกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า 2) วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของโมเดลสมมติฐานตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้ เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานที่กำหนดและค่าสถิติสำคัญที่ใช้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) ค่าดัชนีอัตราส่วนไคสแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square Ratio) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้ (AGFI) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (NFI) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) และดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI)

สมมติฐาน

1. ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรต้นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ
2. ความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรต้นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ
3. ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน และความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรต้นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทางสถิติพื้นฐาน

ผลการเก็บข้อมูลพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 604 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 เพศหญิง จำนวน 338 คิดเป็นร้อยละ 56.0 และไม่ประสงค์ระบุเพศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 564 คน คิดเป็นร้อยละ 93.4 สถานภาพสมรส จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 อายุระหว่าง 25 ถึง 29 ปี จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 อายุระหว่าง 30 ถึง 34 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 19 อายุระหว่าง 35 ถึง 39 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ระดับการศึกษาต่ำกว่า

ปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ระดับปริญญาตรี จำนวน 570 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนผ่านช่วงการทดลองงานแล้ว มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรระหว่าง 4 เดือนถึง 1 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรระหว่าง 1 ปีถึง 3 ปี จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรระหว่าง 4 ปีถึง 5 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 529 คน คิดเป็นร้อยละ 87.4 เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีประสบการณ์หรืออาวุโส จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 เป็นผู้บริหารหรือผู้ควบคุมงานระดับต้น เช่น หัวหน้างาน/หัวหน้าโครงการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผลสถิติพื้นฐาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานพบว่าตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหาร (ATM) มีค่า mean = 12.37, Std. Deviation = 1.305, Skewness = -0.184, Kurtosis = 0.258 ตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร (CTM) มีค่า mean = 12.59, Std. Deviation = 1.603, Skewness = -0.213, Kurtosis = -0.007 ตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง (ATD) มีค่า mean = 12.94, Std. Deviation = 1.582, Skewness = -0.426, Kurtosis = 0.278 ตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง (CTD) มีค่า mean = 13.12, Std. Deviation

= 1.591, Skewness = -0.560, Kurtosis = 0.022 ตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (ATC) มีค่า mean = 13.26, Std. Deviation = 1.625, Skewness = -1.100, Kurtosis = 2.787 ตัวแปรสังเกตความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (CTC) มีค่า mean = 13.50, Std. Deviation = 1.576, Skewness = -1.017, Kurtosis = 1.428 และตัวแปรสังเกตพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (OCB) มีค่า mean = 65.49, Std. Deviation = 6.565, Skewness = -0.972, Kurtosis = 1.381

ในการใช้สถิติอนุมานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) นั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งข้อมูลจำนวน 604 ตัวอย่างนี้จะต้องมีการกระจายตัวแบบปกติ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ย และมีค่าความเบ้และความโด่งไม่มากกว่า 4 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์สถิติขั้นสูงต่อไปได้

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ในการใช้สถิติอนุมานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) นั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของข้อมูล ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่เกิน 0.75 จึงทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Multicollinearity) ได้เป็นดังตารางที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันทางบวกทุกตัวแปร นั่นคือมีระดับความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.75 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ดังนั้นตัวแปรทั้งหมดจึงสามารถนำไปวิเคราะห์เส้นทางได้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

		ATM	CTM	ATD	CTD	ATC	CTC	OCB
ATM	Pearson Correlation	1	0.422**	0.369**	0.332**	0.301**	0.290**	0.311**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
CTM	Pearson Correlation	0.422**	1	0.689**	0.670**	0.591**	0.560**	0.453**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
ATD	Pearson Correlation	0.369**	0.689**	1	0.732**	0.664**	0.602**	0.434**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
CTD	Pearson Correlation	0.332**	0.670**	0.732**	1	0.690**	0.663**	0.426**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
ATC	Pearson Correlation	0.301**	0.591**	0.664**	0.690**	1	0.759**	0.443**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
CTC	Pearson Correlation	0.290**	0.560**	0.602**	0.663**	0.759**	1	0.461**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	604	604	604	604	604	604	604
OCB	Pearson Correlation	0.311**	0.453**	0.434**	0.426**	0.443**	0.461**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	604	604	604	604	604	604	604

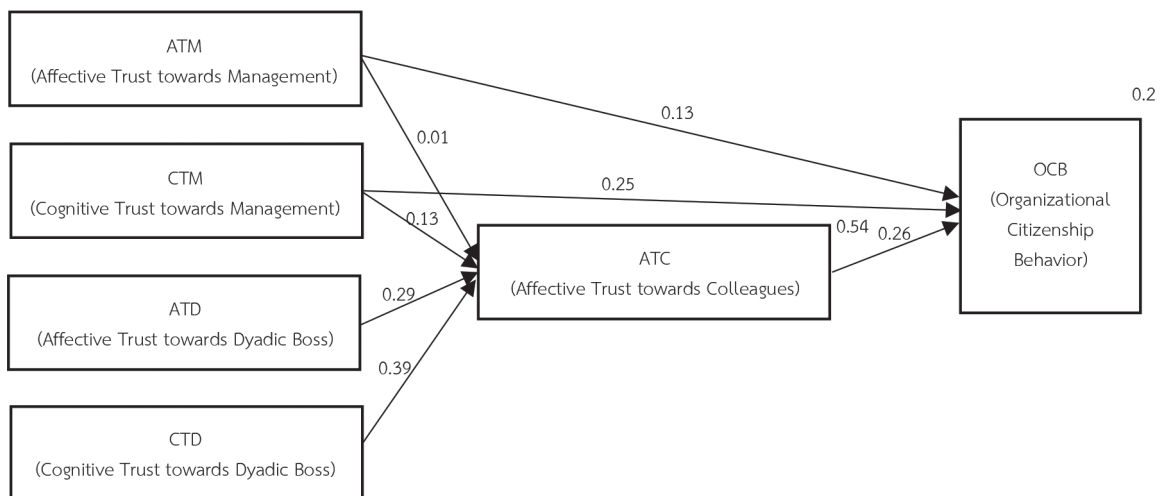
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีภายหลังการปรับโมเดล ผลการวิจัยที่ได้จากการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกันและตอบรับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ

1. ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร

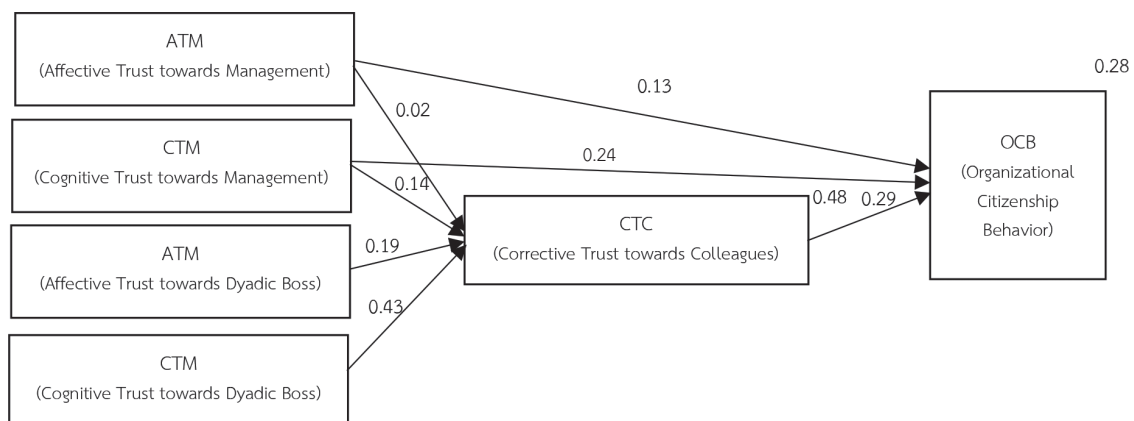
และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ ผลการทดสอบสมมติฐานตอบรับสมมติฐาน (CMIN/df = 2.642, CFI = 0.998, GFI = 0.997, RMSEA = 0.052, AGFI = 0.970, NFI = 0.997, p = 0.071) โดยมีผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลเส้นทางตามสมมติฐานที่ 1

2. ความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ

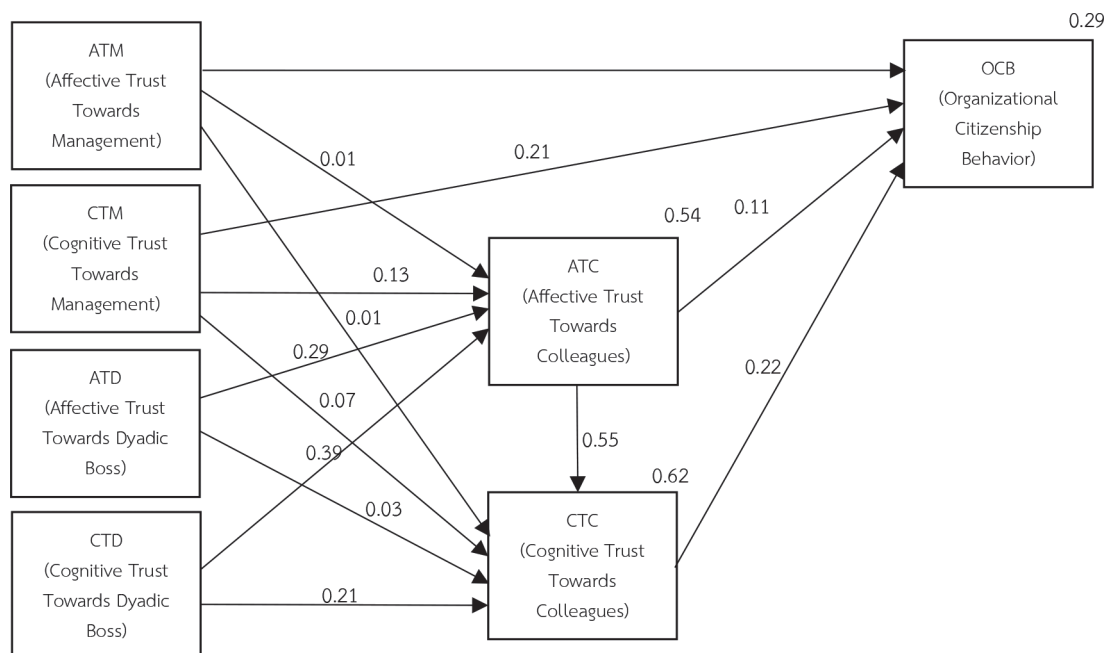
ผลการทดสอบสมมติฐานตอบรับสมมติฐาน (CMIN/df = 2.437, CFI = 0.998, GFI = 0.997, RMSEA = 0.049, AGFI = 0.972, NFI = 0.997, p = 0.087) โดยมีผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลเส้นทางตามสมมติฐานที่ 2

3. ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน และความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ ผลการทดสอบสมมติฐานตอบรับสมมติฐาน (CMIN/df = 1.335, CFI = 1.000, GFI = 0.999, RMSEA = 0.024, AGFI = 0.982, NFI = 0.999, p = 0.263) ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน และความไว้วางใจ

เชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ ผลการทดสอบสมมติฐานตอบรับสมมติฐาน (CMIN/df = 1.335, CFI = 1.000, GFI = 0.999, RMSEA = 0.024, AGFI = 0.982, NFI = 0.999, p = 0.263) โดยมีผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลเส้นทางตามสมมติฐานที่ 3

อภิปรายผล

จากการศึกษาความไว้วางใจในแนวดิ่งตามโครงสร้างองค์การกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การในธุรกิจคาเฟ่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อ 1 ตอบรับสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อ

การเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hayat Bhatti et al. (2020) และ Hsu (2022) ที่ทำการศึกษาทั้งความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลในองค์การในธุรกิจโรงแรม โดยทำการศึกษาลักษณะของความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของพนักงาน และผลกระทบของความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทในฐานะสาเหตุของพฤติกรรมพนักงานตามลำดับ กล่าวคือ การศึกษาแรกพบว่า

ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างภาวะผู้นำแบบมีส่วน กับพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีของพนักงาน และการศึกษาที่ 2 พบว่า ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บังคับบัญชาเป็นสาเหตุของพฤติกรรมที่ทำเพื่อประโยชน์ขององค์การที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม โดยทั้ง 2 การศึกษาอธิบายว่า ความไว้วางใจเชิงอารมณ์เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงสังคมที่แน่นแฟ้นระหว่างผู้ให้ความไว้วางใจกับผู้ได้รับความไว้วางใจ และทำให้ผู้ให้ความไว้วางใจมีความมั่นใจในความกรุณา และจริงใจของผู้ได้รับความไว้วางใจ ซึ่งส่งผลให้พนักงานผู้ให้ความไว้วางใจตอบสนองในรูปของพฤติกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อองค์การ

อย่างไรก็ตามข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการศึกษาครั้งนี้คือ เมื่อตัวแปรความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลได้ถูกแยกออกเป็นระดับชั้นตามแนวคิดด้านพฤติกรรมองค์การที่เรียกว่า การศึกษาหลายแห่งในรูปแบบที่คล้ายกับการศึกษาของ Isik et al. (2015) และ Wasti et al. (2011) พบว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหารองค์การกับความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหารองค์การส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีของพนักงานโดยไม่จำเป็นต้องมีตัวแปรคั่นกลาง ดังนั้นจึงสามารถตั้งข้อสรุปได้ว่าความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหารองค์การส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีของพนักงานในรูปของการส่งผลกระทบทางตรงและส่งผลกระทบผ่านความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน ซึ่งผลกระทบในลักษณะแรกมีระดับที่สูงกว่า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าหากผู้บริหารองค์การต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีควรสร้างความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหารองค์การโดยตรง

ข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อ 2 ตอบรับสมมติฐานข้อที่ 2 ความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับ

เดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหารและความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผลต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีขององค์การ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Hayat Bhatti et al. (2020) Hsu (2022) และ Saleem et al. (2021) ที่ทำการศึกษาทั้งความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลในองค์การในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริการ โดยทำการศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของพนักงาน และผลกระทบของความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทในฐานะสาเหตุของพฤติกรรมพนักงานตามลำดับ ตามที่อธิบายในข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยทั้ง 3 การศึกษาอธิบายว่า ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชานั้นมิได้ก่อให้เกิดความตั้งใจหรือความรู้สึกในการแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีขององค์การหรือพฤติกรรมที่ทำเพื่อประโยชน์ขององค์การที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรมของพนักงาน เนื่องจากความไว้วางใจเชิงเหตุผลนั้นมีความจำเป็นในฐานะกลไกที่เป็นสาเหตุของผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่เป็นทางการขององค์การ โดยทำให้พนักงานตระหนักถึงการควบคุมตนเองในสิ่งที่จำเป็นต่องาน ซึ่งแตกต่างจากความไว้วางใจเชิงอารมณ์ซึ่งเป็นกลไกของการสร้างความสัมพันธ์ในรูปของการให้และรับอันเป็นสาเหตุของการแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีขององค์การหรือพฤติกรรมที่ทำเพื่อประโยชน์ขององค์การที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม นอกจากนี้แม้ว่าการศึกษาของ Hayat Bhatti et al. (2020) Hsu (2022) และ Saleem et al. (2021) จะทำการศึกษาในสังคมตะวันออก ซึ่งมีลักษณะทางวัฒนธรรมของสังคมรวมหมู่และช่วงห่างระหว่างอำนาจสูงตามแนวคิดของ Hofstede (McSweeney, 2002) ซึ่งเป็นบริบทเดียวกันกับการศึกษาครั้งนี้ หากแต่ความไว้วางใจเชิงเหตุผลของการศึกษาดังกล่าวเป็น

ความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวดิ่งตามโครงสร้างองค์การ กล่าวคือเป็นความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานมีต่อผู้บังคับบัญชา ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาค้างนี้ที่เป็นความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันอันเป็นความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวนอนตามโครงสร้างองค์การ อีกทั้งแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวนอนตามโครงสร้างองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การของพนักงาน

อย่างไรก็ตามข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการศึกษาค้างนี้คือ เมื่อตัวแปรความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลได้ถูกแยกออกเป็นหลายจุดตามแนวคิดด้านพฤติกรรมองค์การที่เรียกว่า การศึกษาหลายแห่งกล่าวข้างต้นพบว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหารองค์การกับความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหารองค์การส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีของพนักงาน โดยไม่จำเป็นต้องมีตัวแปรคั่นกลาง ดังนั้นจึงสามารถตั้งข้อสรุปได้ว่า ความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหารองค์การส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีของพนักงาน ในรูปของการส่งผลกระทบทางตรงและส่งผลกระทบผ่านความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน ซึ่งผลกระทบในลักษณะแรกมีระดับที่สูงกว่า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าหากผู้บริหารองค์การต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดี ควรสร้างความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อผู้บริหารองค์การโดยตรง

ข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อ 3 ตอบรับสมมติฐานข้อที่ 3 ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน และความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บริหาร และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง ที่ส่งผล

ต่อการเป็นพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lu et al. (2018) ที่ทำการศึกษาลักษณะของความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานผู้ปฏิบัติงานมีต่อหัวหน้างานขององค์การธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารพบว่า ความไว้วางใจทั้ง 2 ลักษณะในแนวดิ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้กับการแสดงออกทั้งในรูปการณแสดงออกโดยผิวเผิน และการแสดงออกโดยลึกซึ้งของพนักงาน กล่าวคือ การศึกษาของ Lu et al. (2018) อธิบายว่า ความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคมซึ่งส่งผลให้ระดับของความรู้สึกพึงพอใจซึ่งกันและกันและการตอบแทนเพิ่มสูงขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคลหรือพนักงานเกิดความไว้วางใจผู้บังคับบัญชาของตน เพราะในทางจิตวิทยาความไว้วางใจเป็นแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎี กระบวนการประมวลข้อมูลเชิงสังคม กล่าวคือความไว้วางใจเป็นผลลัพธ์จากกระบวนการประมวลข้อมูลเชิงสังคม และภายหลังจากการประมวลข้อมูลดังกล่าวระดับของความรู้สึกพึงพอใจซึ่งกันและกัน และการตอบแทนของพนักงานจะเพิ่มสูงขึ้นอันนำไปสู่การแสดงออกเชิงพฤติกรรมของพนักงาน

ในเชิงพฤติกรรมองค์การการศึกษาเชิงประจักษ์ครั้งนี้ยืนยันความสำคัญของความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลในแนวนอนตามโครงสร้างองค์การหรือความไว้วางใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันที่มีความจำเป็นต้องมาคู่กันเสมอในการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับพฤติกรรมของพนักงานที่นอกเหนือไปจากคำบรรยายลักษณะงานในบริบทขององค์การในธุรกิจคาเฟ่ให้คำอธิบายว่าเป็นรูปแบบขององค์การที่มีได้มีการแบ่งแผนกหรือฝ่ายงานที่ชัดเจน แม้ว่าความไว้วางใจทั้ง 2 ประเภทจะมีระดับของผลกระทบในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่ไม่เท่ากันจากผลการทดสอบทางสถิติ หากแต่มีความจำเป็นในฐานะเป็นกลไกของพฤติกรรม

ดังกล่าวแล้ว ซึ่งผู้บริหารองค์การในธุรกิจดังกล่าว พึงตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวในฐานะปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินงานในธุรกิจคาเฟ่ซึ่งใช้คนเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงาน

จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อค้นพบเพิ่มเติม คือ ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน อันส่งผลกระทบต่อการเกิดพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ โดยผลกระทบตอพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การผ่านกลไกดังกล่าวนี้มีระดับของผลกระทบสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับผลกระทบจากสาเหตุอื่นตามกรอบแนวคิดของการศึกษา และโดยที่ตัวแปรความไว้วางใจทั้ง 2 ลักษณะเป็นตัวแปรคั่นกลาง ดังนั้นผู้บริหารในองค์การธุรกิจโรงแรมจึงพึงตระหนักถึงวิธีการในการสร้างความไว้วางใจในแนวราบตามโครงสร้างองค์การในกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ร่วมกัน กล่าวคือ การสร้างความไว้วางใจเชิงอารมณ์ให้แก่เพื่อนร่วมงานในระดับเดียวกันจะเป็นปฐมเหตุที่ส่งผลต่อความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันอันจะส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การในที่สุด

สรุปผล

เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกันในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรดังกล่าวทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial Mediating) กล่าวคือ ความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงส่งผลกระทบทั้งทางตรงและผลกระทบที่ต้องผ่านตัวแปรคั่นกลางดังกล่าวต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ และความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่มีต่อผู้บังคับบัญชาระดับสูงส่งผลกระทบทั้งทางตรงและผลกระทบที่

ต้องผ่านตัวแปรคั่นกลางดังกล่าวต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ โดยทุกเส้นทางของผลกระทบล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติ จากสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ พบว่า ตัวแปรความไว้วางใจเชิงอารมณ์ต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน และความไว้วางใจเชิงเหตุผลต่อผู้ร่วมงานระดับเดียวกัน สามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางได้จริง และยังสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ร่วมอยู่ในโมเดลเดียวกันได้ด้วย เมื่อนำสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐานมาเปรียบเทียบกันแล้วพบว่า สมมติฐานจากโมเดลที่ 3 สามารถทำนายพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การได้ดีที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 29

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะทางวิชาการและข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1.1 ควรศึกษาในกลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจอื่น เช่น องค์การในธุรกิจโรงแรมที่มีการแบ่งแผนกหรือฝ่ายงานที่มีความชัดเจนเนื่องจากพนักงานขององค์การในธุรกิจคาเฟ่แบบเครือข่าย อันเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ของการศึกษานี้ มีลักษณะเป็นองค์การที่มีได้มีการแบ่งแผนกงานที่ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาภายใต้บริบทขององค์การที่มีการแบ่งแผนกงานที่ชัดเจนอาจทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป

1.2 ควรศึกษาในบริบทขององค์การที่เป็นสัญชาติตะวันตกหรือมีผู้ปฏิบัติงานเป็นชาวตะวันตก เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมอาจทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป

2. ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

2.1 ผู้บริหารในองค์การธุรกิจคาเฟ่พึงให้ความสำคัญในการบริหารงานให้เกิดความไว้วางใจทั้งมิติของความไว้วางใจเชิงอารมณ์และความไว้วางใจเชิงเหตุผลที่พนักงานในองค์การมีต่อกันในการเสริมสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ

2.2 ผู้บริหารในองค์กรธุรกิจคาเฟ่พึงให้ความสำคัญกับการบริหารงานให้เกิดความไว้วางใจต่อกันของพนักงานในมิติแนวราบขององค์กรหรือพนักงานในระดับเดียวกันเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของความไว้วางใจทั้งสองมิติที่พนักงานมีต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงและผู้บริหารระดับสูงขององค์กรกับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร

References

- Afsar, B., Shahjehan, A., & Shah, S. I. (2018). Frontline employees' high-performance work practices, trust in supervisor, job-embeddedness and turnover intentions in hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1436-1452. <https://doi.org/10.1108/ijchm-11-2016-0633>
- Ahmad, I., & Zafar, M. A. (2018). Impact of psychological contract fulfillment on organizational citizenship behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 1001-1015. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2016-0659>
- Bateman, T. S., & Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of Management Journal*, 26(4), 587-595. <https://doi.org/10.5465/255908>
- Bednarska, M. A. (2013). Quality of work life in tourism-implications for competitive advantage of the tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Research*, 13(1-2), 1-17.
- Buil, I., Martínez, E., & Matute, J. (2019). Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 64-75. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.014>
- Chou, H. -W., Lin, Y. -H., Chang, H. -H., & Chuang, W. -W. (2013). Transformational leadership and team performance. *SAGE Open*, 3(3), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244013497027>
- Deery, S., Rayton, B., Walsh, J., & Kinnie, N. (2017). The costs of exhibiting organizational citizenship behavior. *Human Resource Management*, 56(6), 1039-1049. <https://doi.org/10.1002/hrm.21815>
- Dietz, G., & Den Hartog, D. N. (2006). Measuring trust inside organisations. *Personnel Review*, 35(5), 557-588. <https://doi.org/10.1108/00483480610682299>
- Dini, A. N. A., Kadir, N., & Umar, F. (2023). Human resource management as an effective effort to achieve competitive advantage in coffeeshop business. *Scientium Management Review*, 2(2), 603-613.
- Farid, T., Iqbal, S., Khan, A., Ma, J., Khattak, A., & Naseer Ud Din, M. (2020). The impact of authentic leadership on organizational citizenship behaviors: the mediating role of affective and cognitive-based trust. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01975>

- Food Intelligence Center, Intelligent Center for the Food Industry. (2023). *Coffee business in Thailand*. Thailand Food Market Report. https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/Rep_Cafe_15.01.62.pdf
- Ghasemy, M., & Frömling, L. (2023). Lecturers' interpersonal trust in peers, job performance, and OCBI: Examining the mediating role of positive affect during the COVID-19 pandemic utilizing the PLSe2 estimator. *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2022-0523>
- Hair, J. F., C., B. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hayat Bhatti, M., Akram, U., Hasnat Bhatti, M., Rasool, H., & Su, X. (2020). Unraveling the effects of ethical leadership on knowledge sharing: The mediating roles of subjective well-being and social media in the hotel industry. *Sustainability*, 12(20), 8333. <https://doi.org/10.3390/su12208333>
- Hsu, L. -C. (2022). The role of cognitive and affective trust on promoting unethical pro-organizational behavior. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 10(3), 600-616. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2022.103036>
- Isik, M., Timuroglu, K., & Aliyev, Y. (2015). The relationship between teamwork and organizational trust. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 4(1), 113-132. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v4i1.33>
- Kaltiainen, J., Lipponen, J., & Holtz, B. C. (2017). Dynamic interplay between merger process justice and cognitive trust in top management: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 102(4), 636-647. <https://doi.org/10.1037/apl0000180>
- Kang, T. W., & Yang, H. K. (2016). The impact of coffee shop franchise CEO leadership on innovation performance: Mediating role of organizational trust. *The Korean Journal of Franchise Management*, 7(2), 37-45.
- Kataria, A., Garg, P., & Rastogi, R. (2013). Work engagement in India: Validation of the Utrecht work engagement. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 9(3), 249-260. <https://doi.org/10.1177/2319510x13519322>
- Kim, J. E., & Jeong, S. H. (2011). A coffee shop's relationship to customer trust, commitment, and shop loyalty. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 26(2), 159-169.
- Kumari, P., & Thapliyal, S. (2017). Studying the impact of organizational citizenship behavior on organizational effectiveness. *International Academic Journal of Organizational Behavior and Human Resource Management*, 4(1), 9-21.
- Lee, J., Lee, J. -N., & Pee, L. G. (2015). The relationship between online trust and distrust in business: Testing mutual causality from a cognitive-affective personality system theory. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(3), 500-518. <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.3.500>

- Legood, A., van der Werff, L., Lee, A., & Den Hartog, D. (2020). A meta-analysis of the role of trust in the leadership-performance relationship. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 30*(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/1359432x.2020.1819241>
- Lu, J., Zhang, Z., & Jia, M. (2019). Does servant leadership affect employees' emotional labor? A social information-processing perspective. *Journal of Business Ethics, 159*(2), 507-518. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3816-3>
- Marinova, S. V., Cao, X., & Park, H. (2018). Constructive organizational values climate and organizational citizenship behaviors: A Configurational View. *Journal of Management, 45*(5), 2045-2071. <https://doi.org/10.1177/0149206318755301>
- Massey, G. R., & Dawes, P. L. (2007). The antecedents and consequence of functional and dysfunctional conflict between marketing managers and sales managers. *Industrial Marketing Management, 36*(8), 1118-1129. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.05.017>
- McAllister, D. J. (1995). Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal, 38*(1), 24-59. <https://doi.org/10.5465/256727>
- McLeary, C. N., & Cruise, P. A. (2015). A context-specific model of organizational trust. *Cross Cultural Management, 22*(2), 297-320. <https://doi.org/10.1108/ccm-11-2013-0180>
- McSweeney, B. (2002). Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith-a failure of analysis. *Human Relations, 55*(1), 89-118. <https://doi.org/10.1177/0018726702551004>
- Morrissey, K. (2022). *A Qualitative study investigating the relationship between the implementing of HR practices and the turnover rates in Dublin Cafés from the perspectives of front of house employees currently employed in the sector* [Doctoral dissertation]. Dublin, National College of Ireland.
- Nadeem, K., Riaz, A., & Danish, R. Q. (2019). Influence of high-performance work system on employee service performance and OCB: The mediating role of resilience. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1), 13.
- Newman, A., Rose, P. S., & Teo, S. T. (2014). The role of participative leadership and trust-based mechanisms in eliciting intern performance: Evidence from China. *Human Resource Management, 55*(1), 53-67. <https://doi.org/10.1002/hrm.21660>
- Ng, K. Y. (2022a). Effects of organizational culture, affective commitment and trust on knowledge-sharing tendency. *Journal of Knowledge Management, 27*(4), 1140-1164. <https://doi.org/10.1108/jkm-03-2022-0191>
- Ng, K. Y. (2022b). Effects of servant leadership, affective commitment, and trust on knowledge sharing tendency in the financial industry. *Knowledge Management Research & Practice, 21*(1), 1052-1070. <https://doi.org/10.1080/14778238.2022.2110004>

- Qiu, S., Alizadeh, A., Dooley, L. M., & Zhang, R. (2019). The effects of authentic leadership on trust in leaders, organizational citizenship behavior, and service quality in the Chinese hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 77-87. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.06.004>
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington Books.
- Osodsampransook, P. (2022). *Service-oriented organizational citizenship behavior of frontline employees of hotels in Thailand* [Doctoral dissertation]. Ramkhamhaeng University.
- Pannara, T. (2021). Coffee shop as a creative tool for the district to promote tourism. *Journal of the Faculty of Architecture King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang*, 33(2), 29-44.
- Prachachat.net. (2023, August 24). "Hotel" prepares for high season, accepting labor shortages is affecting service quality. Tourism Business. <https://www.prachachat.net/tourism/news-1375661>
- Prasetio, A. P., Yuniarsih, T., & Ahman, E. (2017). The direct and indirect effect of three dimension of work-life interface towards organizational citizenship behavior. *Polish Journal of Management Studies*, 15(1), 174-184. <https://doi.org/10.17512/pjms.2017.15.1.17>
- Prayogo, A., Diza, T., Prasetyaningtyas, S. W., & Maharani, A. (2020). A qualitative study exploring the effects of job analysis and organizational culture toward job satisfaction in a coffee shop. *Open Journal of Business and Management*, 8(6), 2687.
- Prottas, D. J., & Nummelin, M. R. (2018). Theory X/Y in the health care setting. *The Health Care Manager*, 37(2), 109-117. <https://doi.org/10.1097/hcm.0000000000000210>
- Saleem, F., Malik, M. I., & Qureshi, S. S. (2021). Work stress hampering employee performance during COVID-19: Is safety culture needed? *Frontiers in Psychology*, 12, 655839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655839>
- Seong, W. J., & Yoon, H. H. (2017). Effects of transformational leadership on trust, perceived support from superiors, and organizational citizenship behavior of employees in coffee shop industry-moderating role of locus of control. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 32(1), 10-17.
- Setyaningrum, R. P. (2017). Relationship between servant leadership in organizational culture, organizational commitment, organizational citizenship behavior and customer satisfaction. *European Research Studies Journal*, 20(3), 554-569.
- Shaheen, S., Bukhari, I., & Adil, A. (2016). Moderating role of psychological capital between perceived organizational support and organizational citizenship behavior and its dimensions. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 5(2), 41-51. <https://doi.org/10.5861/ijrsp.2016.1375>

- Stinglhamber, F., Cremer, D. D., & Mercken, L. (2006). Perceived support as a mediator of the relationship between justice and trust. *Group & Organization Management*, 31(4), 442-468. <https://doi.org/10.1177/1059601106286782>
- Taamneh, A., Alsaad, A. K., & Elrehail, H. (2018). HRM practices and the multifaceted nature of organization performance. *EuroMed Journal of Business*, 13(3), 315-334. <https://doi.org/10.1108/emjb-02-2018-0010>
- Tamer, I., & Dereli, B. (2014). The relationship between interpersonal trust, peer support and organizational commitment. *Öneri Dergisi*, 11(42), 175-196.
- Usman, M., Ghani, U., Cheng, J., Farid, T., & Iqbal, S. (2021). Does participative leadership matters in employees' outcomes during COVID-19? Role of leader behavioral integrity. *Frontiers in Psychology*, 12, 646442. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.646442>
- Varela González, J., & García Garazo, T. (2006). Structural relationships between organizational service orientation, contact employee job satisfaction and citizenship behavior. *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 23-50. <https://doi.org/10.1108/09564230610651561>
- Wang, M., Wang, T., Kang, M., & Sun, S. (2014). Understanding perceived platform trust and institutional risk in peer-to-peer lending platforms from cognition-based and affect-based perspectives. *PACIS 2014 Proceedings* (p. 208). AIS Library. <http://aisel.aisnet.org/pacis2014/208>
- Wasti, S. A., Tan, H. H., & Erdil, S. E. (2011). Antecedents of trust across foci: A comparative study of Turkey and China. *Management and Organization Review*, 7(2), 279-302. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2010.00186.x>
- Yildiz, Y., & Hiwa, H. (2020). Impact of organizational citizenship behavior on customer satisfaction. *Eurasian Journal of Management & Social Sciences*, 1(1), 17-35. <https://doi.org/10.23918/ejmss.v1i1p17>
- Ziegler, C. -N., & Golbeck, J. (2007). Investigating interactions of trust and interest similarity. *Decision Support Systems*, 43(2), 460-475. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.11.003>



Name and Surname: Dolruthai Jiarakul

Highest Education: Ph.D. (Architectural Heritage Management and Tourism), Silpakorn University

Affiliation: Faculty of Humanities, Kasetsart University

Field of Expertise: Tourism Management, Tourism Logistics, Tourism Innovation, and Creative Tourism



Name and Surname: Prahpon Osodsampransook

Highest Education: Ph.D. (Business Administration), Ramkhamhaeng University

Affiliation: Faculty of Humanities, Kasetsart University

Field of Expertise: Organizational Behavior, Quality Management, and Personality Development