

บทบาทของอัตลักษณ์องค์กร และความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร¹

จุฑาจิตร ประดิษฐ์เจริญ² และ บังอร โสฬส³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร บนพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานของโรงแรมระดับกลาง (200 - 300 ห้อง) บนเกาะแห่งหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม 4 ฉบับ เพื่อตรวจสอบอัตลักษณ์องค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อัตลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกันความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์อำนาจในการทำนายพบว่าอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ร้อยละ 49.4 ผลที่พบเสนอแนะได้ว่าองค์กรควรเสริมสร้างการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรของพนักงาน ทั้งด้านสภาพแวดล้อม บรรยากาศ กิจกรรม และการสื่อสารต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่งความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และในที่สุดส่งผลทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีมากขึ้น

คำสำคัญ: 1. อัตลักษณ์องค์กร 2. ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาศาสตร์พยาบาล) คณะพัฒนาศาสตร์พยาบาล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลและองค์กร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ e-mail: jutajit.p@gmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. คณะพัฒนาศาสตร์พยาบาล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

The Role of Employer Branding, and Work Passion in Organizational Citizenship Behavior⁴

Juthajit Praditjaroen⁵ and Bung-on Sorod⁶

Abstract

The objectives of this research were to study the role of employer branding and work passion in organizational citizenship behavior based on the relationships among employer branding, work passion, and organizational citizenship behavior. Data were collected from 400 employees of hotels located on an island in southern Thailand, using 4 questionnaires to measure employer branding, work passion, organizational citizenship behavior, and personal factors. Data analysis revealed that employer branding had a significant positive correlation with work passion, and organizational citizenship behavior. Likewise, work passion had a significant positive correlation with organizational citizenship behavior. Multiple regression analysis indicated that the employer branding and work passion could jointly make 49.4 percent predictive power on organizational citizenship behavior. The findings suggest that organization should improve employees' perception of employer branding, particularly on the dimensions of work environment, atmosphere, activities, and organizational communication. Work passion will then increase, which subsequently helps to induce organizational citizenship behavior.

Keyword: 1. Employee Branding, 2. Work Passion 3. Organizational Citizenship Behavior.

⁴ This article was a part of the master's degree program in Human Resource and Organization Development, National Institute of Development Administration.

⁵ Graduate student in the master's degree program in Human Resource and Organization Development, National Institute of Development Administration. E-mail Address: jutajit.p@gmail.com

⁶ Thesis Advisor, Association Professor, School of Human Resource Development, National Institute of Development Administration

บทนำ

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมอาเซียน (The Association of South East Asian Nations Community) อย่างเต็มรูปแบบและมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีระหว่างประเทศสมาชิก ดังนั้นการหากลยุทธ์อื่นๆ เพื่อนำมาใช้จึงเป็นการเตรียมพร้อมที่ดีกว่าขององค์กรที่ดำเนินกิจการภายในประเทศ (Pimonsangsuriya, 2012) นอกจากนี้ปัจจุบันพนักงานในแต่ละองค์กรมีความหลากหลาย มีการผสมผสานของคนทุกรุ่น ตั้งแต่รุ่นเบบี้บูม เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวาย หากยังใช้วิธีการเดิมในการดึงดูดคนให้เข้ามาทำงานกับองค์กร คงจะประสบความสำเร็จได้ยาก ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยใช้แนวคิดหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ เช่น อัตลักษณ์องค์กร ที่เป็นการนำกลยุทธ์ทางการตลาดและงานด้านทรัพยากรมนุษย์มาผสมผสานกัน และมีกล่าวถึงกันมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2003-2013) โดยเชื่อว่า การที่องค์กรสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่แข็งแกร่ง ส่งผลกับการดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพให้มาทำงานกับองค์กรและส่งผลโดยตรงต่อศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนคงอัตราความสามารถในการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรด้วย (Savignano, 2007, 15)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาบทบาทของอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเป็นพื้นฐาน เพื่อเป็นองค์ความรู้ทางวิชาการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับองค์กร

จุดมุ่งหมายในการวิจัย

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร
- 2) เพื่อศึกษาบทบาทของอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัตลักษณ์องค์กร

นักวิชาการหลายท่านใช้วลีภาษาไทยแทน “Employer Brand” ว่า “แบรนด์นายจ้าง” (Pramaratad, 2007; Jittalan, 2007; Pantapalangkul, 2012) ซึ่งอาจทำให้เข้าใจตามคนส่วนใหญ่ที่มอง “แบรนด์” ในมุมของการโฆษณา การสร้างภาพลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนอยากมาทำงานกับองค์กร หรืออาจจะมองว่าเป็นเพียงกิจกรรมการ

สื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างให้พนักงานรับรู้และมีความรู้สึกว่าองค์กรเป็นสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการทำงาน ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว แนวคิดนี้ยังขาดมุมมองในเชิงลึกเกี่ยวกับการรับรู้ความเป็นจริงเรื่องของการประสบการณ์ในการจ้างงาน (Employment Experience) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่พนักงานและผู้ที่ยากเข้ามาทำงานรับรู้ว่าการทำงานที่องค์กรนี้เป็นอย่างไร มีการเสนอให้สิ่งที่จับต้องได้ เช่น เงินเดือน และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น วัฒนธรรมหรือค่านิยมขององค์กร อย่างไรก็ตามต่อพนักงาน ในที่นี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วลีภาษาไทยว่า “อัตลักษณ์องค์กร” ซึ่งน่าจะ เป็นคำที่เหมาะสมกว่าดังกล่าวมาข้างต้นนี้ และพิจารณาให้ความหมายของ อัตลักษณ์ องค์กรว่า คือ ชุดของคุณลักษณะและคุณภาพต่างๆ (Set of Attributes and Qualities) รวมถึงประสบการณ์การจ้างงาน (Employment Experience) ที่องค์กรเสนอต่อพนักงาน และผู้ที่ยากเข้ามาทำงาน (Employer Value Proposition) ว่าการทำงานในองค์กรนี้จะ เป็นไปในรูปแบบหนึ่ง ๆ โดยองค์กรมีการนำเสนอในสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สภาพแวดล้อม การทำงาน หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยมองค์กร ซึ่งสิ่งดังกล่าวนี้ทำให้องค์กรเกิด ความโดดเด่น มีลักษณะสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นองค์กรที่พนักงานเลือกที่จะสานต่อผลการดำเนินงาน เมื่อประมวล แนวคิดของเรื่องอัตลักษณ์องค์กร (Employer Brand) ทำให้ทราบว่ามี 3 แนวคิดนี้มีความ คล้ายคลึงกันโดยแนวคิดแรกมาจาก Corporate Leadership Council (1999) ต่อมาคือแนวคิด ของ Barrow และ Mosley (2005) และแนวคิดสุดท้ายเป็นแนวคิดของ Minchington (2006) ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและมีชื่อเสียงในการทำงานวิจัยหลายชิ้นเรื่องอัตลักษณ์องค์กร นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมขนาดกลางที่มีห้องพักประมาณ 200 - 300 ห้องในจังหวัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 6 ท่านเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องอัตลักษณ์ องค์กร ทำให้ผู้วิจัยสรุปว่าองค์ประกอบหลักของอัตลักษณ์องค์กรเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง วิธีการดำเนินงานและการบริหารจัดการทรัพยากร ในองค์กร รวมถึงรูปแบบการสื่อสารในแบบเฉพาะของตนเองของผู้บริหาร ที่เป็นแบบอย่าง ในการปฏิบัติงานจนทำให้เกิดความสอดคล้องในองค์กร ตลอดจนคำพูดและการกระทำมี อิทธิพลให้เกิดความเห็นด้วยและทำตามของคนทั้งองค์กร
- 2) พนักงาน (Employee) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเอกลักษณ์ขององค์กรของบุคลากร เพื่อจะได้ส่งมอบบริการ ที่มีคุณภาพสอดคล้องกับชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งค่านิยมและทัศนคติโดยทั่วไปของ บุคลากรต้องสอดคล้องกับองค์กรเพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ
- 3) สภาพแวดล้อม การทำงาน (Working Environment) หมายถึง การจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของ องค์กรทั้งโครงสร้างอาคารและการตกแต่ง ให้มีลักษณะเฉพาะ สะท้อนถึงคอนเซ็ปหรือ รูปแบบในการดำเนินกิจการ และเอื้อต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน
- 4) ความมีชื่อเสียง ภายนอก (External Reputation) หมายถึง การบริหารจัดการอัตลักษณ์องค์กร ให้ความคิด และการกระทำของพนักงานในองค์กรต้องคำนึงถึงองค์กรเป็นสำคัญ และเมื่อองค์กรมี

บริการที่มีลักษณะเฉพาะ มีคุณภาพจะเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปตลอดจนตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จนทำให้องค์กรได้รับการคัดเลือก หรือได้รับรางวัลในด้านต่าง ๆ ตามมา 5) ค่านิยมหลักขององค์กร (Core Value) หมายถึง หลักชี้นำพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร โดยเน้นการปฏิบัติงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความเชื่อเดียวกัน

ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ความมุ่งมั่นทุ่มเท (Passion) เป็นคำที่ใช้อธิบายความรู้สึก (Feeling) ที่มีรากศัพท์จากภาษาลาตินคำว่า “Patior” หมายถึงความปรารถนาอย่างแรงกล้าในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้เกิดพฤติกรรม (Behavior) ที่จะตอบสนองความต้องการจากภายใน (Honderich, 1995, 647) เช่นเดียวกับ Robinson and Aronica (2009, 207) ที่นิยามความมุ่งมั่นทุ่มเทว่าเป็นความสนใจ ความชอบ ความรักในอย่างใดอย่างหนึ่ง ความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน (Employee Passion) ของ The Ken Blanchard Companies (2009a) เป็นงานวิจัยที่เกิดจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 1980 จนกระทั่งปี 2005 และค้นพบว่า ภัยแล้งสำคัญที่ทำให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน คือ กลยุทธ์และการปฏิบัติงานของผู้นำ และเมื่อพนักงานเกิดความมุ่งมั่นทุ่มเทแล้วจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในสินค้าของผู้บริโภค (Customer Devotion) และจะทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่งขึ้น (Organization Vitality) งานวิจัยชิ้นต่อมาของ The Ken Blanchard Companies (2009b) มีการเปลี่ยนแปลงและบัญญัติศัพท์ใหม่จากคำว่า “ความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน (Employee Passion)” เป็นคำว่า “ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Work Passion)” เนื่องจากคำว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานจะอธิบายถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมากกว่าการจัดแยกพนักงานเป็นแต่ละประเภท โดยงานวิจัยชิ้นนี้ The Ken Blanchard Companies ได้จำกัดความหมายของความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานว่า เป็นการรับรู้และความรู้สึกด้านบวกของแต่บุคคล ซึ่งมีผลมาจากความสุขในการทำงานของพนักงาน และความรู้สึกว่าตนเองมีความหมายไม่ว่าจะต่อการทำงานหรือบุคคลรอบข้างอย่างต่อเนื่อง และสิ่งสำคัญที่สุดคือกระบวนการในการประเมินผลงานที่ต้องวัดค่าของงานอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัววัดความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานได้อย่างดี ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ความหมายและแนวคิดการตรวจวัดความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ของ The Ken Blanchard Companies (2009b)

อัตลักษณ์องค์กรกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

การประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาบทบาทหรือความเกี่ยวข้องโดยตรงระหว่างอัตลักษณ์องค์กรกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน แต่งานวิจัยหลายชิ้นของ The Ken Blanchard Companies (2006 - 2011) ในเรื่อง “Employee Work Passion”

ซึ่งสรุปผลการศึกษาว่าลักษณะหรือรูปแบบขององค์การ ลักษณะของงานที่ทำ และลักษณะของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อความคิด (Cognition) และความรู้สึก (Affect) ของพนักงานที่จะมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ซึ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความร่วมมือกันในการปฏิบัติงานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีความหมายคล้ายคลึงกับอัตลักษณ์องค์กรด้านพนักงาน และปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้าที่มีความสัมพันธ์ต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานก็มีความหมายคล้ายคลึงกับภาวะผู้นำของอัตลักษณ์องค์กรเช่นกัน และถ้ามองโดยภาพรวมแล้ว อัตลักษณ์องค์กรก็เหมือนกับลักษณะและรูปแบบขององค์การ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานโดยตรง ทำให้การศึกษาครั้งนี้คาดได้ว่า อัตลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (สมมติฐานที่ 1)

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ เป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งงานวิจัยเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีการกล่าวถึงในระยะแรกๆ โดย Organ (1988, 4) และนักวิจัยท่านอื่น เช่น Bateman (1983, 587- 595) รวมถึง Smith and Near (1983, 655-663) ได้ใช้แนวความคิดของ Chester (1938, 46-61) ในเรื่อง “การร่วมมือกันทำงานอย่างสมัครใจ” (Willingness to Cooperate) อย่างไรก็ตาม Organ (1990, 43-72) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอย่างชัดเจนว่าเป็นการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกิดจากการพิจารณาไตร่ตรองและตัดสินใจกระทำอย่างอิสระด้วยตนเอง ซึ่งพฤติกรรมหรือการกระทำเหล่านั้นไม่ได้มีผลต่อการได้รับรางวัลหรือค่าตอบแทนโดยตรง แต่เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานขององค์การ ซึ่ง Organ, Podsakoff and MacKenzie (2006, 3) ได้ยึดใช้ความหมายนี้ในการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมาโดยตลอด โดย Organ (1991) ได้จำแนกพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) พฤติกรรมด้านความเอื้อเฟื้อ (Altruism) หมายถึง การกระทำที่แสดงถึงความเอื้อเฟื้อ การกระทำให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานทันทีเมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน หรือการช่วยแนะนำพนักงานใหม่เกี่ยวกับวิธีการใช้วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อประโยชน์โดยรวมขององค์การ 2) พฤติกรรมด้านการคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) หมายถึง การกระทำที่คำนึงถึงผู้อื่น เคารพสิทธิของผู้อื่น 3) พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น (Sportsmanship) หมายถึง การกระทำที่พนักงานมีความเต็มใจที่จะเผชิญปัญหาที่เกิดจากการทำงานหรือการประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน หลีกเลี่ยงที่จะกระทบกระทั่ง ในการปฏิบัติงาน 4) พฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ (Civic Virtue) หมายถึง การที่พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ขององค์การอย่างรับผิดชอบ ให้ความสนใจกับนโยบายต่าง ๆ และประกาศต่าง ๆ ขององค์การ พร้อมทั้งจะรักษาภาพลักษณ์

ขององค์กร แสดงความคิดเห็น และเข้าร่วมประชุมหรือเป็นฝ่ายเดียวกันกับองค์กร 5) พฤติกรรมด้านความสำนึกในหน้าที่ (Conscientiousness) หมายถึง การกระทำที่พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ สนองนโยบายขององค์กร ขยันทำงาน ตรงต่อเวลา การประหยัด รักษาทรัพยากร และดูแลสิ่งของที่เกี่ยวข้องรวมถึงไม่ใช้เวลาในการปฏิบัติงานไปกับงานส่วนตัว ซึ่งคนที่สำนึกในหน้าที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบและนโยบายขององค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งการศึกษานี้พิจารณาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรใน 5 องค์ประกอบดังกล่าวมานี้

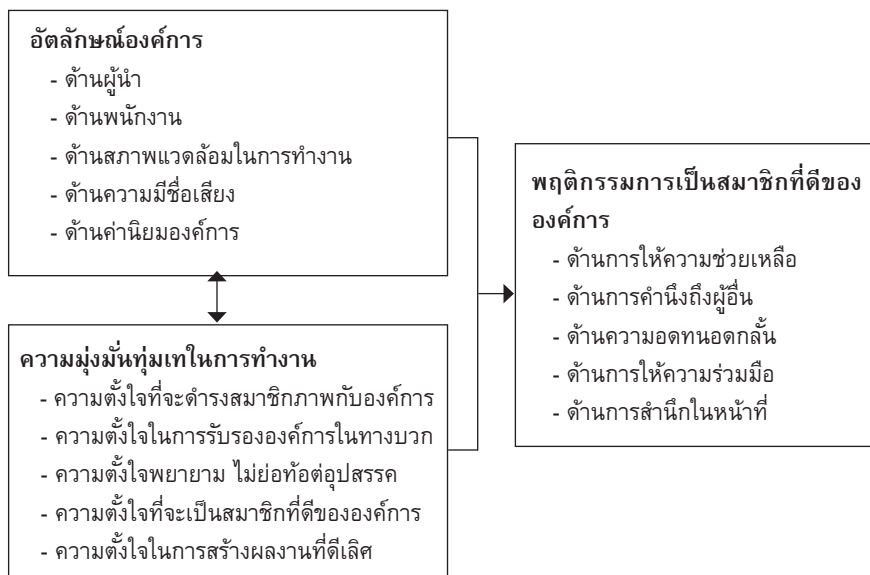
อัตลักษณ์องค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

มีงานวิจัยที่ผ่านมาหลายชิ้นที่ศึกษาอัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรแยกจากกัน แต่ไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างอัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยตรง อย่างไรก็ตาม Barrow and Mosley (2005) ได้สรุปไว้ 3 หัวข้อถึงเหตุผลในการบริหารอัตลักษณ์องค์กรว่า 1) การที่อัตลักษณ์องค์กรหรืออัตลักษณ์ของสินค้าเป็นที่ยอมรับนั้นไม่ได้มีบทบาทต่อความผูกพันและความซื่อสัตย์ต่อองค์กรโดยตรง แต่การมีอัตลักษณ์องค์กร จะทำให้มีการเชื่อมโยงกันในบริบทต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งทำให้พนักงานมีความผูกพันและซื่อสัตย์ต่อองค์กรมากขึ้น 2) อัตลักษณ์องค์กรส่งผลให้มีการเชื่อมโยงกันระหว่างการบริหารธุรกิจ การโฆษณากับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การสื่อสารภายในองค์กร และการตลาด 3) อัตลักษณ์องค์กรจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเข้าทำงาน และดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร นอกจากนี้ Schlager, Bodderas, and Cachelin (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของอัตลักษณ์องค์กรต่อทัศนคติของพนักงานมีผลโดยตรงต่อการบริการลูกค้า พบว่าอัตลักษณ์องค์กรมีผลต่อทัศนคติและการบริการลูกค้าของพนักงาน ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คาดว่า อัตลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (สมมติฐานที่ 2) และความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (สมมติฐานที่ 3) ทำให้พิจารณาต่อไปได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ (สมมติฐานที่ 4)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาตัวแปรอิสระคือ อัตลักษณ์องค์กรใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำ ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความมีชื่อเสียง และด้านค่านิยมองค์กร (The Corporate Leadership Council, 1999; Barrow & Mosley, 2005; Minchinton & Thorn, 2007; Saetung, 2013; Kumlee, 2013; Wongna, 2013; Juntaro,

2013; Juntaro, 2013) ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน 5 ด้าน ได้แก่ ความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร ความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก ความตั้งใจพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความช่วยเหลือ ด้านการคำนึงถึงผู้อื่น ด้านความอดทนอดกลั้น ด้านการให้ความร่วมมือ และด้านการสำนึกในหน้าที่เป็นตัวแปรตาม โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษาวิจัย

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือพนักงานตั้งแต่ระดับผู้จัดการถึงพนักงานทั่วไปของโรงแรมระดับกลาง (200 - 300 ห้อง) บนเกาะแห่งหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย จำนวนประมาณ 900 คน จาก 5 โรงแรม ในที่นี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานโรงแรมจำนวน 2 แห่ง เนื่องจากพนักงานในงานบริการด้านการโรงแรมจะมีเวลาทำงานเป็นกะ และช่วงที่เก็บข้อมูลเป็นช่วงที่มีลูกค้าค่อนข้างมาก แต่โรงแรมทั้ง 2 แห่งนี้ผู้บริหารและพนักงานให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ทางโรงแรมเป็นจำนวน 400 ชุด และได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 363 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.75

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ฉบับ ได้แก่ 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) แบบสอบถามอัตลักษณ์องค์กรการ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองตามแนวคิดของ The Corporate Leadership Council (1999) Barrow และ Mosley (2005) Minchington และ Thome (2007) และการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมจำนวน 6 ท่าน (2013) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กรใน 5 ด้าน 3) แบบสอบถามความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ใช้แบบสอบถามของ Mnasade Prachasilchai (2012) โดยทำการปรับเรียบเรียงข้อคำถามให้เหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วย ข้อคำถามใน 5 ด้าน 4) แบบสอบถามพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยนำแบบสอบถามของ Tipwan Mongkhondeeklakul (2011) มาปรับเรียบเรียงใหม่ให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ประกอบด้วย 5 ด้าน เช่นเดียวกัน โดยการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของแบบวัด และตรวจสอบความถูกต้อง ชัดเจน ของข้อคำถาม ให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่ศึกษา โดยคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรม และการหาคุณภาพรายข้อและทั้งฉบับของแบบสอบถามแต่ละฉบับ โดยใช้การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminate t-value) และหาความสัมพันธ์รายข้อกับทั้งฉบับ (Item-total correlation) กับพนักงานของโรงแรมขนาดกลางแห่งหนึ่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร จำนวน 100 คน แล้วทำการคัดเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ (ค่าอำนาจจำแนกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติและความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.2 ถึง 0.8) และคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้านและทั้งฉบับ (Reliability) โดยในแบบสอบถามฉบับที่ 2 ถึง 4 มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาแบบ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .917, .954 และ .929 ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กรกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .677$, $p < .01$) และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของตัวแปรทั้งสองพบว่า มีความสำคัญทางบวกทุกคู่ ($r = .277$ ถึง $.597$, $p < .01$) ซึ่งอัตลักษณ์องค์กรด้านผู้นำด้านคำนึงมองการณ์ และด้านความมีชื่อเสียง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานโดยรวมเท่ากับ .659 .604 และ .527 ตามลำดับ ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กรด้านพนักงาน และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานโดยรวมมีค่า .409 (ดังตารางที่ 1) ผลที่พบสนับสนุน

สมมติฐานที่ 1 ว่าอัตลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของอัตลักษณ์องค์กรกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ตัวแปร	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	รวม
2.1	.576**	.361**	.415**	.533**	.480**	.610**
2.2	.580**	.391**	.350**	.523**	.511**	.607**
2.3	.519**	.366**	.277**	.408**	.498**	.534**
2.4	.597**	.339**	.370**	.443**	.576**	.608**
2.5	.583**	.338**	.369**	.394**	.530**	.579**
รวม	.659**	.409**	.409**	.527**	.604**	.677**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. อัตลักษณ์องค์กร

2. ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน
- 1.1 ด้านผู้นำ

2.1 ความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพกับองค์กร
- 1.2 ด้านพนักงาน

2.2 ความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก
- 1.3 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

2.3 ความตั้งใจพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค
- 1.4 ด้านความมีชื่อเสียง

2.4 ความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร
- 1.5 ด้านค่านิยมองค์กร

2.5 ความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีที่สุด

เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า อัตลักษณ์องค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .523, p < .01$) เมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของตัวแปรทั้งสองพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกทุกคู่ ($r = .214$ ถึง $.473, p < .01$) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของอัตลักษณ์องค์กรด้านผู้นำ ด้านค่านิยมองค์กร ด้านความมีชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านพนักงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีค่าเท่ากับ .481 .474 .421 .343 และ .292 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 2) ผลที่พบสามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ซึ่งผลสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของอัตลักษณ์องค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ตัวแปร	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	รวม
2.1	.385**	.214**	.263**	.351**	.330**	.401**
2.2	.473**	.229**	.308**	.351**	.451**	.477**
2.3	.381**	.242**	.250**	.357**	.352**	.409**
2.4	.416**	.248**	.338**	.357**	.409**	.460**
2.5	.290**	.254**	.227**	.290**	.383**	.372**
รวม	.481**	.292**	.343**	.421**	.474**	.523**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. อัตลักษณ์องค์กร

1.1 ด้านผู้นำ

1.2 ด้านพนักงาน

1.3 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1.4 ด้านความมีชื่อเสียง

1.5 ด้านค่านิยมองค์กร
2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

2.1 พฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือ

2.2 พฤติกรรมด้านการคำนึงถึงผู้อื่น

2.3 พฤติกรรมด้านความอดทนอดกลั้น

2.4 พฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ

2.5 พฤติกรรมด้านการสำนึกในหน้าที่

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .675, p < .01$) และเมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของตัวแปรทั้งสองพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกทุกคู่ ($r = .312$ ถึง $.616, p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ ด้านความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพที่ดีกับองค์กร และด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยรวมเท่ากับ $.653 .601 .599 .567$ และ $.458$ ตามลำดับ (ดังตารางที่ 3) ผลที่พบสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 ว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานกับพฤติกรรม
การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงาน

ตัวแปร	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	รวม
2.1	.410**	.456**	.312**	.510**	.449**	.507**
2.2	.482**	.505**	.475**	.606**	.616**	.626**
2.3	.392**	.415**	.320**	.440**	.394**	.459**
2.4	.544**	.542**	.400**	.603**	.508**	.611**
2.5	.467**	.508**	.351**	.483**	.472**	.531**
รวม	.567**	.599**	.458**	.653**	.601**	.675**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน | 2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร |
| 1.1 ความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพที่ดีกับองค์กร | 2.1 พฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือ |
| 1.2 ความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก | 2.2 พฤติกรรมด้านการคำนึงถึงผู้อื่น |
| 1.3 ความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค | 2.3 พฤติกรรมด้านความอดทนอดกลั้น |
| 1.4 ความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร | 2.4 พฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ |
| 1.5 ความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีที่สุด | 2.5 พฤติกรรมด้านการสำนึกในหน้าที่ |

ผลการวิเคราะห์อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน พบว่า อัตลักษณ์องค์กรด้านความมีชื่อเสียงและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ด้านความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีที่สุด และด้านความตั้งใจพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ร้อยละ 49.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้มากที่สุดร้อยละ 42.6 ส่วนความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวก ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีที่สุด และด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค สามารถทำนายได้ร้อยละ 3.3 ร้อยละ 1.6 และร้อยละ 0.8 ตามลำดับ เฉพาะความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคพบผลค่า Beta เป็นลบ ทำให้เข้าใจได้ว่าหากความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการเป็น

สมาชิกที่ดีขององค์กรลดลงแต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนอัตรลักษณ์องค์กรมีเพียงอัตรลักษณ์
องค์กรด้านความมีชื่อเสียงที่สามารถสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ
องค์กรของพนักงานได้ร้อยละ 1.0 ผลที่พบโดยรวมจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 ว่าอัตรลักษณ์
องค์กรกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็น
สมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานโรงแรมได้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อำนาจในการทำนายโดยอัตรลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการ
ทำงานต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ตัวทำนายถูก ทำนาย	ตัวทำนาย	R ² change	b	Beta	t	p
ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน						
พฤติกรรม การเป็น สมาชิกที่ดี ขององค์กร	- ด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ ดีขององค์กร	.426	.597	.398	5.173	.000
	- ด้านความตั้งใจในการรับรอง องค์กรในทางบวก	.033	.370	.179	3.041	.003
	- ด้านความตั้งใจในการสร้างผล งานที่ดีเลิศ	.016	.722	.259	3.991	.000
	- ด้านความตั้งใจพยายามไม่ ท้อแท้ต่ออุปสรรค	.008	-.538	-.172	-2.785	.006
อัตรลักษณ์องค์กร						
	- ด้านความมีชื่อเสียง	.010	.447	.119	2.652	.008
	ค่าคงที่		27.982		7.114	.000
R ² = .494, F = 69.582, p < .001						

การสรุป และอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงบวกของอัตรลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่น
ทุ่มเทในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อัตรลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทใน
การทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยทางสถิติ โดยผลที่พบสนับสนุนสมมติฐาน
ที่ 1 ซึ่งผลที่พบจะมีความสัมพันธ์กันในทุกด้าน อาจเนื่องมาจากสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กร
ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของผู้นำ รูปแบบการปฏิบัติงาน หรือสภาพแวดล้อมในการทำงานจะ
มีความสัมพันธ์กับความเห็นกับพนักงานต่อสิ่งที่เกิดขึ้นภายในองค์กรเสมอ สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ The Ken Blanchard Companies ตั้งแต่ปี 2006 - 2011 ที่ศึกษาพบว่า

ลักษณะของงาน เพื่อนร่วมงาน ผู้นำ และบริบทอื่น ๆ ในองค์กร จะมีผลต่อความคิดและความรู้สึกของพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อไปถึงความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Hewitt Associates (2012) ที่พบว่าองค์กรที่มีอัตลักษณ์เด่นชัด นอกจากจะมีกำไรและการเติบโตขององค์กรแล้ว ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานของพนักงานในองค์กรก็สูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดย Hewitt Associates ได้นำเสนอว่าเมื่อพนักงานเกิดความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานแล้วจะมีความตั้งใจการรับรององค์กรในทางบวก (Say) ความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพที่ดีกับองค์กร (Stay) และความตั้งใจที่จะสร้างผลงานที่ดีเลิศ (Strive) โดยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้นำมีวิสัยทัศน์และการบริหารในแบบของตนเอง สภาพแวดล้อมในการทำงานก็ควรสนับสนุนกระบวนการในการทำงาน นอกจากนี้เพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้วย

เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรพบว่า อัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พิจารณาจากข้อมูลพบว่าอัตลักษณ์องค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ของกลุ่มตัวอย่างมีความความสัมพันธ์รายด้านในทุกด้าน เช่นเดียวกับกับอัตลักษณ์องค์กรและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน เนื่องจากสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กรจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการของพนักงานเสมอ ผลที่พบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gozukara and Hatipoglu (2016) ที่พบว่า อัตลักษณ์องค์กรเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในด้านต่างๆ เช่น พฤติกรรมด้านการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น หรือพฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือ ยังทำให้องค์กรเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การทำงาน น่ายุ และนำร่วมงานด้วย ซึ่งผลที่พบสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 เมื่อพิจารณาจากงานวิจัยของ The Ken Blanchard Companies (2009b) ที่พบว่านอกจากรูปแบบและสภาพแวดล้อมต่างๆ ในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกและความคิดของพนักงานแล้ว ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นกัน เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของ Astakhova (2014) ที่พบว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน และพนักงานที่มีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานสูงก็มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรสูงตามไปด้วย

ผลการวิเคราะห์อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของอัตลักษณ์องค์การร่วมกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานพบว่า ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ด้านความตั้งใจในการรับรององค์การในทางบวก ด้านความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ และด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีอำนาจในการทำนายมากน้อยตามลำดับ แต่ความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพกับองค์การกลับเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การเลย อาจเนื่องมาจากเมื่อพนักงานมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การขององค์การแล้วก็อยากให้องค์การมีความก้าวหน้าและพัฒนาขึ้น จึงเกิดความสมใจที่จะปฏิบัติงานอย่างอื่นนอกเหนือจากหน้าที่ ที่ได้รับรวมไปถึงการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้วย นอกจากนี้ เมื่อพนักงานมีความตั้งใจในการรับรององค์การในทางบวกแล้วก็คงไม่อยากจะคนอื่นกล่าวถึงองค์การในแง่ลบ อีกทั้งเมื่อพนักงานมีความตั้งใจในการสร้างผลงานที่ดีเลิศก็จะมีกร่วมมือกันทำงานเป็นทีมและสำนึกในหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายในการปฏิบัติงาน

ความมุ่งมั่นที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค แม้สามารถจะทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การได้ แต่ผลสถิติที่ออกมาทำให้ทราบว่า เมื่อความมุ่งมั่นที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้านความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคสูงขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การลดลง สาเหตุอาจเนื่องมาจากบริบทต่างๆ ของโรงแรม แม้ว่าการบริหารจะเป็นแบบครอบครัว แต่บางครั้งหัวหน้างานหรือผู้บริหารก็ไม่สามารถดูแลพนักงานทุกคนได้อย่างทั่วถึงและด้วยธรรมชาติของมนุษย์ หากมีความตั้งใจพยายาม ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นในที่ทำงานแล้วไม่มีใครทราบ เมื่อการปิดทองหลังพระก็อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การลดลง สอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow (1943) ที่กล่าวว่ามนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน ซึ่งฐานขั้นที่ 3 และ 4 คือการเป็นที่ยอมรับจากตนเองและผู้อื่น (Love/Belonging) และต้องการคำยกย่องทั้งจากตนเองและผู้อื่น (Esteem) ส่วนความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะดำรงสมาชิกภาพกับองค์การกลับไม่ส่งผลกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การเลย อาจเป็นเพราะว่างานทางด้านการโรงแรมนั้นเป็นงานที่หนัก ทำงานไม่เป็นเวลาพนักงาน และหากโรงแรมอื่นมีค่าตอบแทนที่สูงกว่าก็เป็นเหตุผลที่ดีจะลาออกไป

เมื่อวิเคราะห์อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของอัตลักษณ์องค์การร่วมกับความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานพบว่า มีอัตลักษณ์องค์การเพียงด้านเดียวคือ ด้านความมีชื่อเสียงที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การได้ อาจเนื่องมาจากการสื่อสารในโลกปัจจุบันมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

มากขึ้น การที่โรงแรมทั้งสองแห่งมีบริการที่มีลักษณะเฉพาะหรือบริการที่โดดเด่น จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น เมื่อมีลูกค้ามากขึ้นค่าบริการอื่นๆ (Service Charge) ก็จะเพิ่มตามไปด้วย ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานที่ดีขึ้น และทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gehrels and De Looij (2011) ที่พบว่าชื่อเสียงขององค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ส่วนอัตลักษณ์องค์กรด้านผู้นำ ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านค่านิยมองค์กรที่ไม่พบผลว่าสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้นั้น น่าจะมาจากสาเหตุที่ทางโรงแรมทั้งสองแห่ง ไม่มีการสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน สิ่งที่พนักงานรับรู้และปฏิบัติตามนั้นเป็นแค่ข้อมูลที่ถ่ายทอดต่อกันมา โดยพนักงานไม่ทราบเลยว่าสิ่งที่กำลังปฏิบัติอยู่นั้น เป็นอัตลักษณ์ขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mingchiton (2007) ที่พบว่าองค์ประกอบแต่ละมิติของอัตลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นแบ่งเป็นกี่มิติ ก็มีความสำคัญและบทบาทที่แตกต่างกัน ตามลักษณะ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ ไม่มีแบบแผนตายตัว

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้พบว่าอัตลักษณ์องค์กร ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกซึ่งกันและกัน และผลการวิเคราะห์ยังพบว่าอัตลักษณ์องค์กรด้านความมีชื่อเสียง สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ ดังนั้นการสร้างรักษาชื่อเสียงขององค์กรควรเป็นสิ่งที่ยุทธศาสตร์องค์กรให้ความสำคัญ ควรมีระบบปฏิบัติงานและบริการที่มีมาตรฐาน นอกจากจะรักษาชื่อเสียงเดิมที่มีอยู่แล้วทางองค์กรควรพัฒนาชื่อเสียงด้านอื่น ๆ ให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่นปัจจุบันการใส่ใจสภาพแวดล้อมและสังคม (Corporate Social Responsibility) เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรควรคำนึงถึง ทางองค์กรจึงควรมีกิจกรรมเพื่อที่ส่งเสริมชื่อเสียงในด้านดี ๆ ขององค์กรด้วย ส่วนความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจที่จะเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เป็นด้านที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรได้มากที่สุด ส่วนความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจในการรับรององค์กรในทางบวกและความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความตั้งใจ ในการสร้างผลงานที่ดีเลิศ เป็นด้านที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรรองลงมาตามลำดับ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่า องค์กรควรสร้างความคิดในแง่บวกและสร้างความผูกพันต่อองค์กรแก่พนักงานต่อองค์กร ผ่านสื่อและการสร้างกิจกรรมหรือการอบรมต่าง ๆ ในองค์กร เพราะเมื่อพนักงานมีความคิดในแง่บวกและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรแล้วก็จะทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและความพฤติกรรมการเป็นสมาชิก

ที่ดีขององค์กรก็จะตามมาด้วย แต่เนื่องจากความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคกลับมีบทบาทเชิงลบกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ในที่นี้จึงอาจเสนอแนะว่าผู้บริหารควรแก้ไขในจุดนี้โดยการสร้างความยุติธรรมทั้งทางกระบวนการและการบริหารทรัพยากรให้เกิดขึ้นในองค์กร เมื่อมีความยุติธรรมในองค์กรแล้วความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานด้านความพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคอาจกลับมาเป็นอิทธิพลทางด้านบวกได้



References

- Astakhova, M. N. (2015). The Curvilinear Relationship between Work Passion and Organization Citizenship Behavior. **Journal of Business Ethics**, 130(2), 361-374.
- Barrow, S., & Mosley, R. (2005). **The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work**. Chichester, England: John Wiley & Sons.
- 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.
- Bunkumg Saetung, Hotel Director and Owner of Bun-siam hotel and Green House hotel in Krabi. Interview, May 15, 2013
- Chester, B. I. (1938). The Functions of the Executive. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chiraprapha Tan Akaraborworn. 2011. HR Trends in Thailand 2010-2011. **HROD Journal**, 3(1), 5-22.
- Corporate Leadership Council. (1999). **The Employment Brand: Building Competitive Advantage in the Labor Market**. Washington, D.C.: Corporate Executive Board.
- Gehrels, S. A., & De Looij, J. (2011). Employer Branding: A New Approach for the Hospitality Industry. **Research in Hospitality Management**, 1(1), 43-52.
- Gozukara, I., & Hatipoglu, Z. (2016). The Effect of Employer Branding on Employees' Organizational Citizenship Behaviors. **International Journal of Business Management and Economic Research**, 7(1), 477-485.
- Hewitt Associates. (2012). **Return on Investment in Employer Branding: Collection of Research Data and Case Studies for the Participants of the EB Conference 2012**. Retrieved on June 21, 2016, from <http://aonhewitt.hu/Plugins/DocumentStore/index.php?view=download&f=61>
- Honderich, T. (1995). **Oxford Companion to Philosophy**. New York: Oxford University Press.
- Jittalan, N. (2007). **Employer Branding สไตล์นวัตกรรมจิตตาลาน**. บิสิเนสไทย: 18.

- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. **Psychological Review**, 50(4), 370-396.
- Minchington, B. (2006). **Your Employer Brand: Attract, Engage, Retain**. Torrens SA: Collective Learning Australia.
- Mnsade Pracheasilchai. (2012). **Quality of Work Life, Psychological, Organizational Socialization, and Employee Passion: A Case Study of Employees in a Private Company** (คุณภาพชีวิตในการทำงานจิตลักษณะ และการถ่ายทอดทางสังคมในองค์การกับความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง). Master's dissertation, National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand.
- Nuttapon Kumlee, Hotel Director and Owner of Varin Beach Resort in Satun. Interview, May 11, 2013.
- Organ, D. W. (1988). **Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome**. Lexington, MA: Lexington Books.
- Organ, D. W. (1990). **The motivational basis of organizational citizenship behavior**. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 43–72). 12th edition, Greenwich, CT: JAI Press
- Organ, D. W. (1991). **The Applied Psychology of Work Behavior: A Book of Readings**. (4th ed.). Homewood, IL: Irwin.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). **Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents and Consequences**. Thousand Oaks: Sage.
- Pimonsangsuriya, A. (2012). **Human Resource and ASEAN Economic Community (HR กับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)**. Retrieved on June 29, 2013, from http://202.183.190.2/th/knwinf_pcornerdetail.php?pdtdid=1103
- Prakran Pantapalangkul. (2012). การสร้าง Employer Brand. Retrieved on January 9, 2013, from <https://www.l3nr.org/posts/518775>
- Pramaratad, C. (2007). **Employer Branding in the age of independent employee (Employer Branding โลกยุคพนักงาน “เล่นตัว”)**. Retrieved on June 20, 2013, from IQNewsClip.
- Prasert Wongna, Hotel Director and Owner of Anandaman Beach Resort in Krabi. Interview, May 14, 2013.

- Robinson, K., & Aronica, L. (2009). **The Element: How Finding your Passion Changes Everything**. New York: The Penguin Group.
- Savignano, M. (2007). **The Multiple Identities of an Employer: A Case Study on DHL**. Master's dissertation, The European School of Management and Technology, Berlin, Germany.
- Schlager, T., Bodderas, M., Maas, P., & Cachelin, J. L. (2011). The Influence of the Employer Brand on Employee Attitudes Relevant for Service Branding: An Empirical Investigation. **Journal of Services Marketing**, 25(7), 497-508.
- Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. **Journal of Applied Psychology**, 68(4), 653-663.
- The Ken Blanchard Companies. (2009a). **Employee Passion: The New Rules of Engagement**. Retrieved on January 10, 2012, from <http://www.kenblanchard.com/getattachment/Leading-Research/Research/Employee-Passion-the-New-Rules-of-Engagement/Blanchard-Employee-Passion1.pdf>
- The Ken Blanchard Companies. (2009b). **From Engagement to Work Passion: A Deeper Understanding of the Work Passion Framework**. Retrieved on January 10, 2012, from http://www.kenblanchard.com/img/pub/Blanchard_From_Engagement_to_Work_Passion.pdf
- Tipwan Mongkhondeeklakul. (2011). **The Roles of Organizational Socialization and Psychological Characteristic of Future Orientation and Self Control in Relating to Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior of Registered Nurses (บทบาทของการถ่ายทอดทางสังคมในองค์การและจิตลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การ และพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพยาบาลวิชาชีพ)**. Master's dissertation, National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand.
- Wattarapon Juntaro, Hotel Director of Phi Phi hotel in Krabi. Interview, May 14, 2013.
- Weerapat Juntaro, Hotel Director of Phi Phi hotel in Krabi. Interview, May 14, 2013