



อิทธิพลของการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงาน จากภายนอกต่อความตั้งใจลาออกของบุคลากร ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*

ประพนธ์ โอสภสัมพันธุ์สุข**

ดลฤทัย เจียรกุล***

Received: 24 June 2024

Revised: 15 July 2024

Accepted: 19 July 2024

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรที่เป็นนายจ้าง ระดับของค่าตอบแทน และระดับของตำแหน่ง การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก 2) เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบความตั้งใจในการลาออกของบุคลากรในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางกับรูปแบบความตั้งใจในการลาออกของบุคลากรในองค์กรในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง 3) เพื่อศึกษารูปแบบการทำนายความตั้งใจลาออกของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยมีตัวแปรคั่นกลาง 2 ตัว คือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน ทำการวิจัยโดยเก็บแบบสอบถามพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการจำนวน 324 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model) ผลการวิจัยพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็น ตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก เมื่อนำตัวแปรคั่นกลางทั้ง 2 มาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก เมื่อนำตัวแปรคั่นกลางทั้ง 2 มาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก แต่การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออก

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร;
การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน;
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการ
ได้รับการจ้างงานจากภายนอก;
ความตั้งใจลาออก;
ธุรกิจบริการ
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

* งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากฝ่ายวิจัยและสร้างสรรค์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2567 และได้รับหนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หมายเลข COE 66/023

** อาจารย์ประจำภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumppo@ku.ac.th

*** อาจารย์ประจำภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fhumdhj@ku.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

The Influence of Perceived External Employability on the Intention to Quit of Tourism Industry Personnel*

Received: 24 June 2024

Revised: 15 July 2024

Accepted: 19 July 2024

Prahpon Osodsampransook**

Dolruthai Jiarakul***

The objectives of this research are as follows. 1) To analyze demographic data, which encompasses gender, marital status, age, education level, tenure with the organization, level of compensation, and job position. It also intends to examine the relationship between the perception of external employment potential, organizational identification, and team identification, as well as various factors that may influence these perceptions. 2) To evaluate the turnover intention patterns of employees in the service sector of the tourism industry. This comparison contrasts the patterns of turnover intention among employees in the service business within the tourism industry with organizational identification as a mediator variable, utilizing team identification as a mediator variable. 3) To examine the patterns of predicting turnover intention among employees in the tourism and service industry, with two mediator variables: organizational identification and team identification. The research was conducted by collecting questionnaires from 324 employees of service businesses using convenience sampling. The researchers use structural equation model to analyze the collected data. The results indicate that the causal relationship between the perception of external employment potential and turnover intention is negatively mediated by organizational identification. Furthermore, the causal relationship between the perception of external employment potential and turnover intention is negatively mediated by team identification. We discover that the causal relationship between the perception of external

Research Article

Abstract

Keywords

organizational identification;
team identification;
perceived external
employability;
intention to quit;
tourism and hospitality
industry

* This research was funded by Research & Creative Section, Faculty of Humanities, Kasetsart University in fiscal year 2024 and received a Certificate of Approval COE No. COE 66/023 from the Kasetsart University Research Ethics Committee.

** Lecturer, Department of Tourism and Hospitality Industry, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: fhumppo@ku.ac.th

*** Lecturer, Department of Tourism and Hospitality Industry, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: fhumdhj@ku.ac.th (corresponding author)

employment potential and turnover intention is negatively mediated by organizational identification when both mediated variables are analyzed in conjunction. Nevertheless, the causal relationship between the perception of external employment potential and turnover intention is positively mediated by team identification.

1. บทนำ

ธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานหรือบุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงานตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ (Labor intensive) (Asimah, 2018, p. 1) ซึ่งมักประสบกับภาวะอัตราการลาออก (Turnover rate) สูงซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ (Efficiency) และผลิตภาพ (Productivity) ขององค์กร (Asimah, 2018, p. 1; Gazelöglu, Erkiliç, & Aytekin, 2019, p. 86; Jie, Arif, Norazman, & Fakhruddin, 2020, p. 2) โดยปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่องค์กรในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ความสำคัญในฐานะปัญหาหนึ่งในการบริหารจัดการองค์กร (Mohd et al., 2020, p. 230; Omanwar & Agrawal, 2022, p. 240) โดยอัตราการลาออกของบุคลากรหรือพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมบริการของโลกอยู่ระหว่างร้อยละ 30-ร้อยละ 73 (Michael & Fotiadis, 2022, p. 40) ซึ่งอัตราการลาออกดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ จากมุมมองของแนวคิดทางวิชาการด้านพฤติกรรมองค์กร การลาออกของพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมเป็นผลทางตรงและทางอ้อมจากความไว้วางใจที่มีต่อองค์กร ความไว้วางใจที่มีต่อหัวหน้างาน ภาวะผู้นำของหัวหน้างาน การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์กร การรับรู้ถึงการตัดสินใจจากองค์กร ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เงื่อนไขการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม (Abugre & Acquaaah, 2022, p. 219; Asimah, 2018, p. 1; Gazelöglu et al., 2019, p. 86; Omanwar & Agrawal, 2022, p. 239) นอกจากนี้ การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก (Perceived external employability) ก็เป็นสาเหตุทางจิตวิทยาสาเหตุหนึ่งของความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing) และองค์กรธุรกิจบริการ (Service) (Martin, Nguyen-Thi, & Mothe, 2021, p. 3306; Huang, Wang, Pi, & Hewlin, 2022, p. 2242; Usmani, 2016, p. 17; Usmani, 2020, p. 620) โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมาเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุในการอธิบายความตั้งใจลาออก (Intention to quit) ของพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพร้อมกับปัจจัยทางจิตวิทยาอื่น เพื่อนำเสนอแนวคิดของสาเหตุของการตั้งใจลาออกของพนักงานในบริบทดังกล่าวบนพื้นฐานของกรอบแนวคิดเชิงสังคมและจิตวิทยา

ในทางปฏิบัติพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมบริการต้องปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานคนอื่นในฐานะเพื่อนร่วมงาน (Colleague) และเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่เป็นนายจ้างของตน จากการมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ ในทางจิตวิทยาพนักงานจะตระหนักถึงการที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเพื่อนร่วมงานที่เรียกว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร (Organizational identification) (Srivastava & Madan, 2020, p. 45) และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน (Team identification) (Tai, Keem, Lee, & Kim, 2024, p. 560) ซึ่งจากการศึกษาเชิงประจักษ์พบว่าการระบุตัวตนทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวนี้มีผลทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในบริบทดังกล่าว ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานของทีม (Team performance) พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์กร (Organizational citizenship behavior) ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational commitment) ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงาน (Work engagement) (Callea, Urbini, & Chirumbolo, 2016, p. 735; Miao et al., 2019, p. 77; Stinglhamber et al., 2015, p. 1; Tai et al., 2024, p. 1)

อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบว่าการศึกษาเชิงประจักษ์ที่มีมาก่อนหน้านี้ได้นำการระบุตัวตนทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวมาอธิบายร่วมกัน หรืออยู่ภายใต้กรอบแนวคิดเดียวกันในฐานะกลไกของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกของพนักงานในบริบทดังกล่าว ในรูปของตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ทั้งที่ในทางปฏิบัติแล้วพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรม

บริการต้องปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานคนอื่นในฐานะเพื่อนร่วมงาน (Colleague) และเป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่เป็นนายจ้างของตน ซึ่งเป็นการพิจารณาทั้งในมิติแนวนราบ (Horizontal) และแนวตั้ง (Vertical) ตามโครงสร้างองค์การ (Organizational structure) นับเป็นปรากฏการณ์อันเกิดขึ้นในลักษณะปกติวิสัยของการปฏิบัติงานในฐานะบุคลากรขององค์การ

การศึกษาเชิงประจักษ์ครั้งนี้จึงนำแนวทางดังกล่าวมาใช้ โดยนำตัวแปรทางจิตวิทยาการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมาอธิบายกลไกความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกในฐานะตัวแปรคั่นกลาง เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานบนพื้นฐานของวิธีคิดที่สะท้อนความเป็นปกติวิสัยของการปฏิบัติงาน อันจะเป็นประโยชน์ทั้งในทางวิชาการและทางปฏิบัติ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์การที่เป็นนายจ้าง ระดับของค่าตอบแทน และระดับของตำแหน่ง การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การ การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน และความตั้งใจลาออก
2. เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบความตั้งใจในการลาออกของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางกับรูปแบบความตั้งใจในการลาออกของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง
3. เพื่อศึกษารูปแบบการทำนายความตั้งใจลาออกของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีตัวแปรคั่นกลาง 2 ตัว คือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน

3. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะกับพนักงานในองค์การธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร (อาหารและเครื่องดื่ม) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน และธุรกิจด้านการขนส่ง โดยมีการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม 2566

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 ทฤษฎีการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก

ปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงานขององค์การธุรกิจจะไม่ปฏิบัติงานในฐานะลูกจ้างขององค์การเพียงแห่งเดียวในระยะยาว ปัจเจกบุคคลจึงเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงรอบตัวโดยการเพิ่มพูนสมรรถนะ

ในการได้รับการจ้างงานโดยการพัฒนาทักษะและการฝึกฝนตนเองเพื่อให้สามารถนำตนเองไปสู่สายจ้างใหม่ (Edosomwan, Oguebe, & Joe-Akunne, 2023, p. 31; Vanhercke, De Cuyper, Peeters, & De Witte, 2014, p. 595) คำอธิบายถึงการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ ดังนี้ ประการแรก เป็นการประเมินเชิงนามธรรมและส่งผลในทางจิตวิทยาต่อปัจเจกบุคคลในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ประการที่สอง เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ในการได้รับการจ้างงาน ประการที่สาม อธิบายถึงการได้งานและการธำรงรักษาการจ้างงาน ประการที่สี่ อธิบายถึงการจ้างงานทั้งจากนายจ้างปัจจุบันหรือนายจ้างใหม่ในตลาดแรงงาน ประการที่ห้า ให้ความสำคัญกับการจ้างงานทั้งในเชิงปริมาณคือจำนวนของงานที่พึงจะหาได้ และเชิงคุณภาพคือชนิดหรือประเภทของงาน ซึ่งการศึกษาของแวนเฮิร์คเก้, คิวเปอร์, และเดอวิท (Vanhercke, Cuyper, & De Witte, 2016, p. 15) ได้ขยายความการศึกษาของแวนเฮิร์คเก้และคณะ (Vanhercke et al., 2014, p. 595) กล่าวคือ เมื่อปัจเจกบุคคลเกิดการรับรู้เกี่ยวกับตนเองว่ามีสมรรถนะในการได้รับการจ้างงาน ปัจเจกบุคคลจะตระหนักว่าตนเองจะมีความมั่นคงในงานกับองค์กรที่เป็นนายจ้าง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรใด หรือสามารถเผชิญความท้าทายของตลาดแรงงานได้ ซึ่งเดอวอสและคณะ (De Vos et al., 2017) อธิบายว่าสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายใน (Internal employability) กับสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก (External employability) หวงและคณะ (Huang et al., 2022, p. 2461) ได้นำทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม (Social comparison theory) มาอธิบายการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงาน กล่าวคือปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงานขององค์กรจะตัดสินสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานของเพื่อนร่วมงานของตนแล้วนำการตัดสินนั้นมาประเมินสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานของตนในบริบทขององค์กรธุรกิจบริการ การศึกษาเชิงประจักษ์ของอัสมานี (Usmani, 2020, p. 630) พบว่าระดับของการควบคุมงานที่ไม่เหมาะสม (Abusive supervision) ส่งผลกระทบบต่อความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ (Emotional exhaustion) ของพนักงาน ซึ่งจะเพิ่มระดับความตั้งใจลาออกของพนักงาน หากพนักงานตระหนักตนเองว่ามีสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกสูง การศึกษาเชิงประจักษ์ของมาร์ตินและคณะ (Martin et al., 2021, p. 3315) พบว่าการรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกส่งผลกระทบบเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน โดยมีปัจจัยเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมเป็นตัวแปรปรับ กล่าวคือ การฝึกอบรมจะทำให้ผลกระทบเชิงบวกของการรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานลดลง และผลของการฝึกอบรมดังกล่าวจะส่งผลในฐานะตัวแปรปรับในกลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อยสูงกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า

คำจำกัดความ

การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงาน (Perceived employability) หมายถึง การรับรู้ของปัจเจกบุคคลถึงความเป็นไปได้ของตนเองในการธำรงรักษาสถานภาพการได้รับการจ้างงานในปัจจุบัน หรือการหาการจ้างงานใหม่ (Vanhercke et al., 2014 p. 594) สมรรถนะในการเคลื่อนย้ายไปสู่การจ้างงานที่พึงพอใจในตลาดแรงงาน เพื่อการตระหนักถึงตนเองถึงการได้รับการจ้างงานที่ยั่งยืนของปัจเจกบุคคล (Hillage & Pollard, 1998, p. 12)

โดยคำจำกัดความของการศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดการศึกษาของเลออนและโมราเลส (León & Morales, 2019, p. 310) และอัสมานี (Usmani, 2020, p. 626) ที่อธิบายการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานในรูปของการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก (Perceived external employability) โดยการรับรู้

ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก หมายถึง การรับรู้ของปัจเจกบุคคลถึงความเป็นไปได้ของตนเองในการธำรงรักษาสถานภาพการได้รับการจ้างงานในปัจจุบันหรือการหาการจ้างงานใหม่

4.2 ทฤษฎีความตั้งใจลาออก

ความตั้งใจลาออกของพนักงานมีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันหลายประการ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ภูมิหลังทางการศึกษา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในองค์กร ได้แก่ วาระการดำรงตำแหน่งงานในแต่ละตำแหน่ง ค่าตอบแทน ตำแหน่งงานที่ดำรงอยู่ และหน่วยงานที่ตนสังกัด (Emiroğlu, Akova, & Tanriverdi, 2015, p. 392) ในกรณีขององค์กรในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 หนึ่งในสามของบุคลากรในองค์กรตัดสินใจเปลี่ยนอาชีพไปยังธุรกิจอื่น (Dean, 2021, p. 1) การศึกษาเชิงประจักษ์ของหวงและคณะ (Huang et al., 2022, pp. 2442-2472) อธิบายความตั้งใจลาออกบนพื้นฐานของทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม (Social comparison theory) กล่าวคือ ปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงานในองค์กรจะเปรียบเทียบกับเพื่อนร่วมงานโดยความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หรือลาออกจากองค์กรเดิมไปสู่นายจ้างใหม่ของเพื่อนร่วมงานจะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงาน

การศึกษาเชิงประจักษ์ในบริบทขององค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความตั้งใจลาออกเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เจเนอเรชันและรูปแบบของการปฏิบัติงาน และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Omanwar & Agrawal, 2022, p. 239) ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนั้นได้รับการอธิบายด้วยข้อโต้แย้งทางวิชาการที่แตกต่างกันออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดระดับของความตั้งใจลาออก การศึกษาของกาเซโลกลูและคณะ (Gazeloğlu et al., 2019, p. 86) ที่ศึกษากลุ่มประชากรในบริบทเดียวกันอธิบายว่า การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรอันเป็นผลกระทบจากความไว้วางใจที่พนักงานมีต่อหัวหน้างาน (Trust toward manager) ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก ในบริบทขององค์กรธุรกิจสวนสนุก (Theme park) ความเหน็ดเหนื่อยจากงาน (Work exhaustion) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวได้รับการขยายความให้ชัดเจนขึ้นจากการศึกษาของโมฮัมหมัดและคณะ (Mohd et al., 2020, p. 239) กล่าวคือเนื่องจากรูปแบบของการปฏิบัติงานในองค์กรดังกล่าว พนักงานผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการจำเป็นต้องมีแรงจูงใจที่มั่นคง สภาวะร่างกายที่สมบูรณ์ มีสมรรถนะในการควบคุมอารมณ์และความคิดตามรูปแบบของงาน ดังนั้นความเหน็ดเหนื่อยจากงานจึงเป็นสาเหตุของความตั้งใจลาออก การศึกษาของอาร์ชาญาและดาดตา (Acharya & Datta, 2023, p. 14) ที่ศึกษาในบริบทขององค์กรธุรกิจโรงแรม 5 ดาว พบว่าความมีเกียรติในที่ทำงาน (Workplace dignity) ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน หากแต่เมื่อมีความผูกพันต่อองค์กร (Organizational commitment) มาเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ความมีเกียรติในที่ทำงานจะส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก

คำจำกัดความ

นักวิชาการด้านพฤติกรรมองค์กรได้ให้คำจำกัดความของความตั้งใจลาออกไว้ดังนี้ **ความตั้งใจลาออก (Turnover intention)** หมายถึง ความตั้งใจในการลาออกจากงานในปัจจุบันของปัจเจกบุคคลและแนวโน้มที่จะหาการจ้างงานจากองค์กรอื่น (Yang, Wan, & Fu, 2012, p. 845) การตระหนักของปัจเจกบุคคลถึงการลาออก

จากองค์การที่เป็นนายจ้างในระยะเวลาอันใกล้ (Mowday, Porter, & Steers, 2013, p. 76) โดยคำจำกัดความของการศึกษาครั้งนี้คำจำกัดความจากการทบทวนวรรณกรรมและกำหนดเป็นคำจำกัดความความตั้งใจลาออก (Turnover intention) หมายถึง การตระหนักของปัจเจกบุคคลถึงการลาออกจากองค์การที่เป็นนายจ้างในระยะเวลาอันใกล้

4.3 ทฤษฎีการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน

การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นรากฐานของปัจเจกบุคคลในองค์การและนำปัจเจกบุคคลไปสู่สิ่งต่างๆ ขององค์การ เช่น ค่านิยม เป้าหมาย บรรทัดฐาน โดยสิ่งต่างๆ ดังกล่าวมานี้จะถูกฝังเข้าไปสู่ปัจเจกบุคคลจนกระทั่งขอบเขตตัวตนของปัจเจกบุคคลกับตัวตนขององค์การเกือบจะแยกออกจากกันไม่ได้ (Lee, Park, & Koo, 2015, p. 1050) จากมุมมองของการระบุตัวตนทางสังคม (Social identity) ของแอสฟอर्थและเมล (Ashforth & Mael, 1989, p. 20) การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเกิดขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคลแปลงการระบุตัวตนของตนเองให้ขยายขอบเขตกว้างขึ้นถึงระดับองค์การที่เป็นนายจ้างของตน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นฐานสำหรับการศึกษาในระยะต่อมา แสดงให้เห็นถึงการขยายความของแนวทางดังกล่าว การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและการมีความสอดคล้องในระดับสูงระหว่างค่านิยมส่วนบุคคลของพนักงานกับองค์การที่เป็นนายจ้างของตน (Tarakci, Ateş, Floyd, Ahn, & Wooldridge, 2018, p. 1157) พนักงานที่มีการระบุตัวตนต่อองค์การจะแสดงออกด้วยพฤติกรรมที่สะท้อนถึงบรรทัดฐานและค่านิยมขององค์การ (Shaikh, Khoso, & Chandio, 2019, p. 139) ซึ่งการที่ปัจเจกบุคคลในฐานะพนักงานตระหนักว่านายจ้างเป็นส่วนหนึ่งของตนนั้น ดเซนสกีและแวนดิก (Drzensky & Van Dick, 2013, p. 278) อธิบายว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การคือสายใยระหว่างปัจเจกบุคคลกับองค์การ ซึ่งการศึกษาเชิงประจักษ์พบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การนั้นส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์การ (Organizational commitment) ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (Organizational citizenship behavior) ผลการปฏิบัติงาน (In role performance) และการมีส่วนร่วมในงาน (Job involvement) (Lee et al., 2015, p. 1049) และส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก (Gazeloğlu et al., 2019, p. 86)

ในทางปฏิบัตินอกจากการวิเคราะห์ในระดับองค์การดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว การวิเคราะห์ในระดับผู้ปฏิบัติงานร่วมกันก็เป็นสิ่งที่สะท้อนภาพในเชิงปฏิบัติอีกมิติหนึ่ง ซึ่งอาบูเกรและอควาห์ (Abugre & Acquah, 2022, p. 230) อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบของปัจเจกบุคคลในองค์การและเมื่อความสัมพันธ์เป็นไปด้วยดี บรรยากาศในการปฏิบัติงานร่วมกันจะเสริมสร้างความไว้วางใจ (Trust) ทีมงาน (Teamwork) และผลการปฏิบัติงาน (Working performance) (Abugre, 2017, pp. 217-235) การศึกษาเชิงประจักษ์ของฟลาเดอร์, คูเกลอร์, และคุนเซ (Fladerer, Kugler, & Kunze, 2021, p. 708) ที่ศึกษากลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างภาวะผู้นำ (Leadership) กับความหมดแรง (Burnout) พบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ของความสัมพันธ์ดังกล่าวและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานส่งผลกระทบต่อความหมดแรงของพนักงาน โดยการศึกษานี้อธิบายว่าเมื่อพนักงานในฐานะสมาชิกของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน พนักงานจะแสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่มหรือเพื่อนร่วมงานที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ รวมทั้งแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนถึงการปฏิบัติตามบรรทัดฐานและค่านิยมของกลุ่ม

ในบริบทขององค์การธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การศึกษาเชิงประจักษ์ของกาปูร์, ยาดาฟ, และศรีวัฆวะ (Kapoor, Yadav, & Srivastava, 2019, p. 22) พบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออก กล่าวคือการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเสริมสร้างความภูมิใจในตนเองให้แก่ปัจเจกบุคคล และลดระดับความรู้สึกไม่มั่นคงในงาน (Job insecurity) ซึ่งภาวะทั้งสองประการดังกล่าวจะไปลดระดับความตั้งใจลาออกของปัจเจกบุคคล การศึกษาของจุน, ฮู, และซัน (Jun, Hu, & Sun, 2023, p. 10) พบว่าผลกระทบของการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived supervisory support) ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกและระดับของผลกระทบดังกล่าวสูงขึ้นเมื่อพนักงานมีการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การ กล่าวคือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเพิ่มระดับผลกระทบเชิงลบของการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างานที่มีต่อความตั้งใจลาออก หรือหากปัจเจกบุคคลไม่มีระดับของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การในระดับที่สูงมากพอ การสนับสนุนจากหัวหน้างานจะส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกในระดับที่ไม่สูงทั้งในบริบทขององค์การในธุรกิจบริการ (Service) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและองค์การธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing) การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างภาวะทางจิตวิทยากับพฤติกรรมของพนักงานในองค์การ ได้แก่ การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ (Corporate social responsibility) การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived supervisory support) กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) ความตั้งใจลาออก ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลง (Commitment to change) และความพึงพอใจในอาชีพ (Career satisfaction) (Alnehabi & Al-Mekhlafi, 2023, p. 19; Srivastava & Madan, 2020, p. 50; Shaikh et al., 2022, p. 11; Zappalà, Toscano, & Licciardello, 2019, p. 10) โดยการศึกษาเหล่านี้อธิบายว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การส่งผลให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นเจ้าขององค์การและต้องการที่จะตอบแทนองค์การที่เป็นนายจ้างของตน

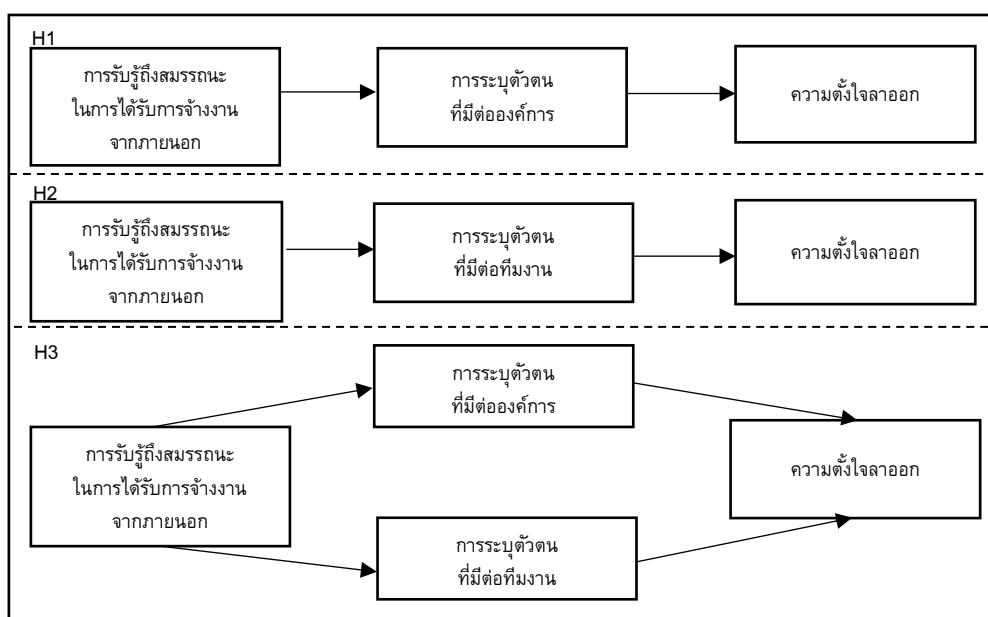
ในทางปฏิบัตินอกจากการวิเคราะห์ในระดับองค์การแล้ว การวิเคราะห์ในระดับของผู้ปฏิบัติงานร่วมกันก็เป็นอีกมิติหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบของปัจเจกบุคคลในองค์การ (Abugre & Acquah, 2022, p. 230) เมื่อความสัมพันธ์เป็นไปด้วยดี บรรยากาศในการปฏิบัติงานร่วมกันจะเสริมสร้างความไว้วางใจ (Trust) ทีมงาน (Teamwork) และผลการปฏิบัติงาน (Working performance) (Abugre, 2017, p. 208) การศึกษาเชิงประจักษ์ของฟลาเดอร์และคณะ (Fladerer et al., 2021, p. 726) ที่ศึกษากลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างภาวะผู้นำ (Leadership) กับความหมดแรง (Burnout) พบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) ของความสัมพันธ์ดังกล่าวและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานส่งผลกระทบเชิงลบต่อความหมดแรงของพนักงาน โดยการศึกษาอธิบายว่าเมื่อพนักงานในฐานะสมาชิกของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน พนักงานจะแสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่มหรือเพื่อนร่วมงานที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ รวมทั้งแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนถึงการปฏิบัติตามบรรทัดฐานและค่านิยมของกลุ่ม การศึกษาเชิงประจักษ์ของฟาร์เมอร์, แวน ไดน์, และคัมดาร์ (Farmer, Van Dyne, & Kamdar, 2015, p. 583) ที่ศึกษากลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจบริการพบว่า การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกในทีมงาน (Team-member exchange) กับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (Organizational citizenship behavior toward coworker) กล่าวคือ การแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกในทีมงานที่ดีหมายถึงการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange) ที่ดีส่งผลกระทบต่อการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานของพนักงาน ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากคำบรรยายลักษณะงาน (Job description) การศึกษาของปูกีสส์, โบโนไอตู, ซีโอโดรุ, และแวน คินิเพนเบิร์ก (Pugliese, Bonaiuto, Livi, Theodorou & Van Knippenberg, 2024, p. 122)

ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าเมื่อวิเคราะห์ระดับของผลกระทบในฐานะตัวแปรต้นกลางของการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานและการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรแล้ว การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรต้นกลางที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีของ องค์กรและพฤติกรรมแบบถ่วงความก้าวหน้าขององค์กร (Counterproductive behavior) อันเป็นผลมาจากบรรยากาศในการสื่อสาร (Communication climate) และการรับรู้ถึงการยอมรับจากภายนอก (Perceived external prestige) ในขณะที่การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรต้นกลางที่ส่งผลกระทบดังกล่าว การศึกษาของเฉิง (Cheng, 2020, p. 89) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรมพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรต้นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานที่ไม่เหมาะสม (Abusive supervision) กับผลงานของทีมงาน (Team performance) โดยอธิบายว่าการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นกันชน (Buffer) ที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบของการบริหารงานที่ไม่เหมาะสม

คำจำกัดความ

นักวิชาการด้านพฤติกรรมองค์กรได้ให้คำจำกัดความของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรไว้ดังนี้ **การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร (Organizational identification)** หมายถึง การรับรู้ของปัจเจกบุคคลถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Mael & Ashforth, 1992, p. 105) สายใยระหว่างปัจเจกบุคคลและองค์กร (Drzensky & Van Dick, 2013, p. 280) โดยการศึกษาครั้งนี้นำคำจำกัดความจากการทบทวนวรรณกรรมและกำหนดเป็นคำจำกัดความ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร (Organizational identification) หมายถึง การรับรู้และพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน (Team identification) หมายถึง การรับรู้และพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลถึงความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือทีมที่ปฏิบัติงานร่วมกัน

5. กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1. กรอบการวิจัย

6. วิธีการวิจัย

6.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์แบบจำลองเส้นทาง (Path Analysis) โดยประชากรคือบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดงงานออกร้าน และธุรกิจด้านการขนส่ง โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธี Minimum Likelihood ตามข้อเสนอของแฮร์และคณะ (Hair et al., 2021) จึงกำหนดขนาดไว้ที่ 15 เท่าของตัวแปรสังเกต ซึ่งในการศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 17 ตัวแปร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างไว้ขั้นต่ำคือ $17 \times 15 = 255$ ตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก ซึ่งเมื่อลงเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการส่งแบบสอบถามเป็นลิงก์ออนไลน์ให้ในกลุ่มไลน์ที่เกี่ยวข้อง เมื่อตรวจสอบแล้วพบว่ามีส่วนร่วมโครงการวิจัยมากกว่าที่กำหนดไว้ จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 324 ตัวอย่าง

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณ ซึ่งได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หมายเลข COE 66/023 โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของมาเอลและเททริก (Mael & Tetrick, 1992) เพื่อวัดการระบุตัวตนที่มีต่อการและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน รอทเวลล์และอาร์โนลด์ (Rothwell & Arnold, 2007) เพื่อวัดการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก และคิม, ไพรัช, มุลเลอร์, และวัตสัน (Kim, Price, Mueller, & Watson, 1996) เพื่อวัดความตั้งใจลาออก โดยปรับแบบสอบถามให้เข้ากับบริบทของการศึกษาครั้งนี้ มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และหาค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 30 ตัวอย่าง โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบคัดกรองอาสาสมัคร โดยกำหนดตามเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 3 ข้อ คือ 1) มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน และธุรกิจด้านการขนส่ง และ 3) ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร ระดับของค่าตอบแทนต่อเดือนที่ได้รับจากองค์กรที่เป็นนายจ้าง และระดับตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะทางจิตวิทยาซึ่งประกอบารรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก จำนวน 5 ข้อ การระบุตัวตนที่มีต่อการ จำนวน 5 ข้อ และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน จำนวน 5 ข้อ รวมจำนวน 15 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1-5 โดยทำเครื่องมือวิจัยให้มีความเที่ยงตรงโดยวิธีการต่อไปนี้ 1) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of item objective congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการในสาขาการจัดการพฤติกรรมองค์กรและ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 คน 2) นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 30 ตัวอย่าง นำผลทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาความเชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Reliability Combrash's Coefficient Alpha) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบเป็นดังนี้ องค์ประกอบการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .758 และผลการวิเคราะห์เชิงยืนยันพบว่าตัวแปรสังเกตมี 5 ข้อ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผลการวิเคราะห์เชิงยืนยันพบว่าตัวแปรสังเกตมี 5 ข้อ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การระบุตัวคนที่มิต้องการมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .868 และการระบุตัวคนที่มิต้องมีงานมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .885 และผลการวิเคราะห์เชิงยืนยันพบว่าตัวแปรสังเกตมี 5 ข้อ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจลาออก ใช้มาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1-5 โดยทำเครื่องมือวิจัยให้มีความเที่ยงตรงโดยวิธีการต่อไปนี้ 1) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการในสาขาการจัดการพฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 คน 2) นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 30 ตัวอย่าง และนำผลทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาความเชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Reliability Combrash's Coefficient Alpha) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .817

ตารางที่ 1

ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

	DF	P	CMIN/DF	RMR	GFI	AGFI	CFI
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก	4	.289	1.247	.019	.994	.978	.997
การระบุตัวคนที่มิต้องการ	3	.423	.934	.015	.997	.983	1.000
การระบุตัวคนที่มิต้องมีงาน	4	.309	.000	.012	.994	.978	.999

6.3 สมมติฐาน

1. การระบุตัวคนที่มิต้องการสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก
2. การระบุตัวคนที่มิต้องมีงานสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก
3. การระบุตัวคนที่มิต้องการและการระบุตัวคนที่มิต้องมีงานสามารถเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า 2) วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของสมมติฐานตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่กำหนดและค่าสถิติสำคัญที่ใช้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ (Chi-square: χ^2) ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square Ratio) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) 4 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้ (AGFI) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) และดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI)

7. ผลการวิจัย

7.1 ข้อมูลทางสถิติพื้นฐาน

ผลการเก็บข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 324 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 เพศหญิง จำนวน 213 คิดเป็นร้อยละ 65.7 และไม่ประสงค์ระบุเพศ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 มีสถานภาพโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 สถานภาพสมรส จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 สถานภาพอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 35.10 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 10.66 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4 ระดับปริญญาโท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กรระหว่าง 4 เดือน-1 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร ระหว่าง 1 ปี-2 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร ระหว่าง 3 ปี-5 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 มีระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์กร 5 ปีขึ้นไป จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับค่าตอบแทนจากนายจ้างต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ได้รับค่าตอบแทน 20,001-40,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 ได้รับค่าตอบแทน 40,001-60,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ได้รับค่าตอบแทน 60,001-80,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ได้รับค่าตอบแทน 80,001-100,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และได้รับค่าตอบแทนตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีประสบการณ์หรืออาวุโส จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 เป็นผู้บริหารหรือผู้ควบคุมงานระดับต้น เช่น หัวหน้างาน/หัวหน้าโครงการ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 เป็นผู้บริหารหรือผู้ควบคุมงานระดับอาวุโส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

7.2 ผลทางสถิติพื้นฐาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานพบว่าตัวแปรสังเกตการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การมีค่า mean = 3.828, Std. Deviation = 4.575, Skewness = -.670, Kurtosis = -.023 ตัวแปรสังเกตการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมีค่า mean = 4.056, Std. Deviation = 4.025, Skewness = -.879, Kurtosis = .768 ตัวแปรสังเกตการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีค่า mean = 3.917, Std. Deviation = 3.488, Skewness = -.701, Kurtosis = 1.228 ตัวแปรสังเกตความตั้งใจลาออกมีค่า mean = 2.695, Std. Deviation = 2.532, Skewness = .165, Kurtosis = .768 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางสถิติขององค์ประกอบของงานวิจัยอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทางสถิติ ไม่เกิน 0.75 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995) ดังแสดงในตารางที่ 1 ด้วยวิธีหาความเชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Reliability Cornbrash's Coefficient Alpha) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบเป็นดังนี้ องค์ประกอบการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .758 การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .868 และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ .885 นำผลทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาความเชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Reliability Cornbrash's Coefficient Alpha) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .817 และมีค่าความสัมพันธ์ทางสถิติขององค์ประกอบของงานวิจัยดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าความสัมพันธ์ทางสถิติขององค์ประกอบของงานวิจัย

Correlations					
		การรับรู้ถึงสมรรถนะ ในการได้รับการจ้างงาน จากภายนอก	การระบุตัวตน ที่มีต่อองค์การ	การระบุตัวตน ที่มีต่อทีมงาน	ความตั้งใจลาออก
การรับรู้ถึงสมรรถนะ ในการได้รับการจ้างงาน จากภายนอก	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-tailed)				
	N	324			
การระบุตัวตน ที่มีต่อองค์การ	Pearson Correlation	.274**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000			
	N	324	324		
การระบุตัวตน ที่มีต่อทีมงาน	Pearson Correlation	.386**	.659**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		
	N	324	324	324	
ความตั้งใจลาออก	Pearson Correlation	-.040	-.312**	-.078	1
	Sig. (2-tailed)	.474	.000	.164	
	N	324	324	324	324
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

ในการใช้สถิติอนุमानโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) นั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งข้อมูลจำนวน 324 ตัวอย่างนี้จะต้องมีการกระจายตัวแบบปกติ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยและมีค่าความเบ้และความโด่งไม่มากกว่า 4 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์สถิติขั้นสูงต่อไปได้

7.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

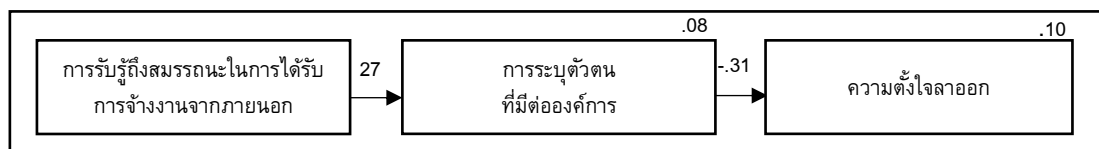
ผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐาน ได้ค่าสถิติแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

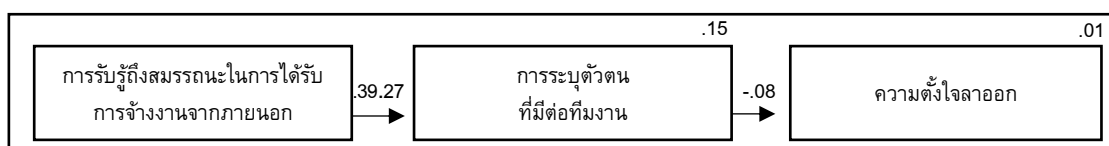
	DF	P	CMIN/DF	RMR	GFI	AGFI	CFI
สมมติฐานที่ 1	3	.423	.934	.015	.997	.983	1.000
สมมติฐานที่ 2	4	.309	1.199	.012	.994	.978	.999
สมมติฐานที่ 3	1	.985	.000	.003	1.000	1.000	1.000

เมื่อพิจารณาสมมติฐานที่ 1 เมื่อการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรต้นกลางของการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีอำนาจการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 10 ดังแสดงในภาพที่ 2



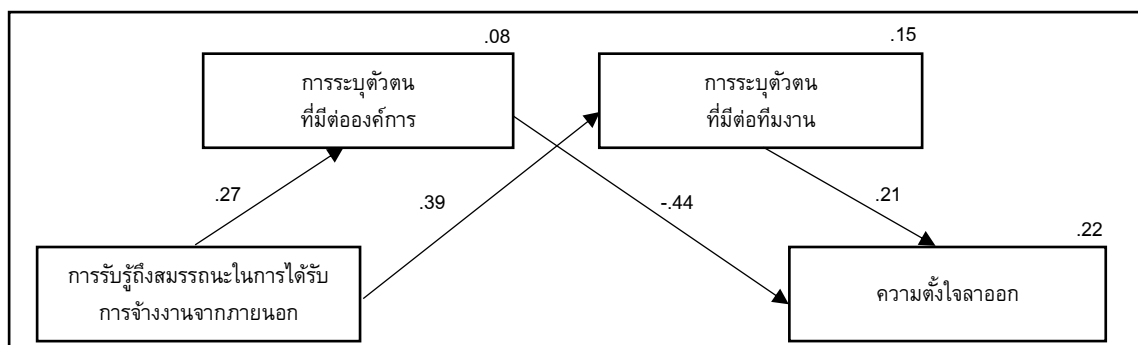
ภาพที่ 2. สมมติฐานที่ 1 เมื่อมีการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรต้นกลาง
ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก

สมมติฐานที่ 2 การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรต้นกลางของการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีอำนาจการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 1 ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3. สมมติฐานที่ 2 เมื่อมีการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรต้นกลาง
ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก

สมมติฐานที่ 3 การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรต้นกลางของการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีอำนาจการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 22 ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4. สมมติฐานที่ 3 เมื่อมีทั้งการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลาง ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก

ตารางที่ 4

ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

	Standardized regression weight (estimated)	S.E.	C.R. (t-value)	p-value	Statistical significance
สมมติฐานที่ 1					
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก → การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร	.359	.070	5.118	***	yes
การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร → ความตั้งใจลาออก	-.173	.029	-5.908	***	yes
สมมติฐานที่ 2					
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก → การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน	.445	.059	7.517	***	yes
การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน → ความตั้งใจลาออก	-.049	.035	-1.398	.162	no
สมมติฐานที่ 3					
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก → การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร	.359	.070	5.118	***	yes
การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก → การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน	.445	.059	7.517	***	yes
การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน → ความตั้งใจลาออก	.143	.043	3.277	.001	yes
การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร → ความตั้งใจลาออก	-.255	.038	-6.677	***	yes

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกและการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรมีเส้นทางอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีเส้นทางอิทธิพลที่ส่งผลต่อการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมีเส้นทางอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร และการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมีเส้นทางอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

7.4 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5 พบว่าสมมติฐานที่นำมาศึกษาสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรความตั้งใจลาออกได้แตกต่างกันดังนี้

ตารางที่ 5

ความแปรปรวนของตัวแปรความตั้งใจลาออก

Dependent Variable	Effect	Predictor variables		
		การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอก	การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร	
สมมติฐานที่ 1				
การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร	Direct Effect	.359	.000	
	Indirect Effect	.000	.000	
	Total Effect	.247	.000	
ความตั้งใจลาออก	Direct Effect	.000	-.312	
	Indirect Effect	-.086	.000	
	Total Effect	-.086	-.173	
สมมติฐานที่ 2				
การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน	Direct Effect	.386	.000	
	Indirect Effect	.000	.000	
	Total Effect	.386	.000	
ความตั้งใจลาออก	Direct Effect	.000	-.078	
	Indirect Effect	-.030	.000	
	Total Effect	-.030	-.078	
สมมติฐานที่ 3				
การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน	Direct Effect	.386	.000	.000
	Indirect Effect	-.037	.000	.000
	Total Effect	.386	.000	.000
การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร	Direct Effect	.274	.000	.000
	Indirect Effect	.000	.000	.000
	Total Effect	.274	.000	.000
ความตั้งใจลาออก	Direct Effect	.000	.000	.000
	Indirect Effect	.000	.000	.000
	Total Effect	-.037	.214	-.437

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร ด้วยขนาดอิทธิพล .274 ในขณะที่การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจลาออกด้วยขนาดอิทธิพล -.312 และการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางอ้อม

ต่อความตั้งใจลาออกผ่านตัวแปร การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรด้วยขนาดอิทธิพล $-.086$ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานด้วยขนาดอิทธิพล $.386$ ในขณะที่การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจลาออกด้วยขนาดอิทธิพล $-.078$ และการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจลาออกผ่านตัวแปร การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานด้วยขนาดอิทธิพล $-.030$ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานด้วยขนาดอิทธิพล $.386$ ในขณะที่การรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรด้วยขนาดอิทธิพล $.274$ และการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจลาออกผ่านตัวแปร การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานด้วยขนาดอิทธิพล $.386$ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ และการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจลาออกผ่านตัวแปรการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรด้วยขนาดอิทธิพล $-.037$ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.001$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

8. สรุปผลการวิจัย

จากสมมติฐานทั้ง 3 พบว่าสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยสมมติฐานที่มีการระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางมีความสามารถในการพยากรณ์ได้อยู่ที่ร้อยละ 10 สมมติฐานที่ 2 มีการระบุตัวตนต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางมีความสามารถในการพยากรณ์ได้น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 3 สมมติฐาน นั่นคือมีอำนาจการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 1 และสมมติฐานที่ 3 ที่มีทั้งการระบุตัวตนต่อองค์กรและการระบุตัวตนต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางนั้นมีอำนาจการพยากรณ์สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 3 สมมติฐาน นั่นคือสมมติฐานที่ 3 มีอำนาจการพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 22

9. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงถึงความสำคัญของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน ซึ่งเป็นตัวแปรที่จำเป็นต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกของพนักงานในบริบทขององค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเป็นการอธิบายบนฐานคิดของทฤษฎีด้านพฤติกรรมองค์กรที่อธิบายปรากฏการณ์ในองค์การจากหลักการหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of analysis) ที่แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ องค์กร (Organization) กลุ่ม (Group) และปัจเจกบุคคล (Individual) (Heath & Sitkin, 2001, p. 49) ในรูปของตัวแปรทางจิตวิทยาของพนักงานที่มีต่อตนเอง กลุ่ม และองค์กร และฐานคิดของความจำเป็นในการพิจารณาการระบุตัวตนอย่างรอบด้านในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ในองค์การ (Greco, Porck, Walter, Scrimshire, & Zabinski, 2022, p. 812)

ข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อที่ 1 ตอบรับสมมติฐานข้อที่ 1 คือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการเรียนรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก โดยการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกส่งผลกระทบต่อการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของดรายส์, ฟอร์เรียร์, ดีวู, และเปปเปอร์แมนส์ (Dries, Forrier, De Vos, & Pepermans, 2014, p. 575) กล่าวคือ การศึกษาของดรายส์, ฟอร์เรียร์, ดีวู, และเปปเปอร์แมนส์ พบว่าการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อผูกพันที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน ซึ่งแสดงถึงผลกระทบของการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานที่มีต่อภาวะทางจิตวิทยาที่พนักงานมีต่อองค์การ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของมาร์ติน, เหงียน-ธี, และโมธ (Martin, Nguyen-Thi, & Mothe, 2021, p. 3315) กล่าวคือ การศึกษาของมาร์ติน, เหงียน-ธี, และโมธ พบว่าความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการเรียนรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออกจะมีระดับของผลกระทบลดลง เมื่อมีปัจจัยด้านกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพมาเป็นตัวแปรปรับ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอัลเนฮาบีและอัล-มัคลาฟี (Alnehabi & Al-Mekhlafi, 2023, p. 20) และกาปูร์และคณะ (Kapoor et al., 2019, p. 22) ที่ศึกษาในบริบทขององค์การในธุรกิจบริการด้านการเงินและองค์การในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน โดยอธิบายว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การจะทำให้พนักงานเกิดความตระหนักถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ เพิ่มระดับของการตระหนักถึงการยอมรับในตนเองและลดระดับความรู้สึกไม่ปลอดภัยในงาน ดังนั้นระดับของความตั้งใจลาออกจะลดลง

ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของริเบโร, โกเมส, ออร์เทกา, โกเมส, และเซเมโด (Ribeiro, Gomes, Ortega, Gomes, & Semedo, 2022, p. 9) กล่าวคือ การศึกษาของริเบโร, โกเมส, ออร์เทกา, โกเมส, และเซเมโด พบว่าในกลุ่มพนักงานขององค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์สีเขียว (Green HRM) กับพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly behavior) ของพนักงาน โดยอธิบายว่ากระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์สีเขียวเป็นทรัพยากรและโครงสร้างที่เสริมสร้างการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การให้แก่พนักงาน อันเป็นเหตุของพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly behavior) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่า การระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายขององค์การคือรูปแบบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับพฤติกรรมของพนักงาน โดยการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสัมพันธ์ดังกล่าวและส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อพฤติกรรม การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของเตอร์โกกลูและดัลกิช (Turkoglu & Dalgic, 2019, p. 23) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรมพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างวิธีคิดเกี่ยวกับค่าตอบแทน (Remunerative thought style) ของพนักงานกับความตั้งใจลาออก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างภาวะทางจิตวิทยาสองลักษณะ คือ วิธีคิดเกี่ยวกับค่าตอบแทนของพนักงานอันเป็นภาวะทางจิตวิทยาที่พนักงานมีต่อองค์การกับความตั้งใจลาออกและส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก การศึกษาครั้งนี้ขยายความผลการศึกษาของออร์เทกาและคณะ (Ortega et al., 2023, p. 10) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรมพบว่าการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในที่สมมาตร (Symmetrical internal communication) กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ออร์เทกาและคณะอธิบายว่าการสื่อสารที่สมมาตรจากผู้บริหารองค์การส่งผลให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การหรือเกิดการระบุตัวตนที่มีต่อองค์การอันส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน การศึกษาครั้งนี้

สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิบราฮิม, อาเหม็ด, และเนย์ล (Ibrahim, Ahmed, & Nayel, 2024, p. 43) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรมพบว่าภาระบุตัตนที่มีต่อองค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility) ขององค์การ กับการตระหนักรู้ว่างานเป็นส่วนหนึ่ง (Work engagement) ของพนักงาน โดยอิบราฮิม, อาเหม็ด, และเนย์ลอธิบายว่าการกระทำบุตัตนที่มีต่อองค์การส่งผลกระทบต่อภาระบทเชิงบวกต่อการตระหนักรู้ว่างานเป็นส่วนหนึ่งของพนักงาน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้การกระทำบุตัตนที่มีต่อองค์การซึ่งเป็นภาวะทางจิตวิทยาของพนักงานที่มีต่อองค์การอันเป็นการพิจารณาในมิติแนวตั้งตามโครงสร้างองค์การส่งผลกระทบต่อภาระบทในฐานะตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial mediating) ของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกอันเป็นภาวะทางจิตวิทยาของพนักงานเกี่ยวกับตนเองกับความตั้งใจลาออกของพนักงาน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน

ข้อค้นพบตามสมมติฐานที่ 2 ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 2 แต่มีข้อสังเกตตรงที่ระดับนัยสำคัญของเส้นทางระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกไปสู่การกระทำบุตัตนที่มีต่อที่มีนัยสำคัญอยู่ที่ 0.001 แต่อิทธิพลจากการกระทำบุตัตนที่มีต่อที่มีส่งไปสู่ความต้องการลาออกไม่พบว่ามีนัยสำคัญ ซึ่งค่า P-value อยู่ที่ระดับ .102 หากพิจารณาที่ระดับ P-value เป็นสำคัญจะพบว่าอิทธิพลของการกระทำบุตัตนที่มีต่อที่มีและความต้องการลาออกสามารถอธิบายด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .100 แต่เมื่อนำสมมติฐานข้อที่ 2 ไปวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างพบว่าข้อมูลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี พบดัชนีชี้วัดทางสถิติดังนี้ ค่า $DF = 3$ ค่า $P = .309$ ค่า $CMIN/DF = 1.199$ ค่า $RMR = .012$ ค่า $GFI = .994$ ค่า $AGFI = .978$ และค่า $CFI = .999$

ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของฟาร์เมอร์และคณะ (Farmer et al., 2015, p. 583) กล่าวคือ การกระทำบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการแลกเปลี่ยนระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Team-member exchange) กับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (Organizational citizenship behavior directed at coworker) โดยฟาร์เมอร์และคณะ (Farmer et al., 2015, p. 592) อธิบายว่าการกระทำบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นปัจจัยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการแลกเปลี่ยนระหว่างเพื่อนร่วมงานกับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของปุกเลียสและคณะ (Pugliese et al., 2024, p. 122) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าภาระบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศในการสื่อสาร (Communication climate) และการรับรู้ถึงการยอมรับจากภายนอก (Perceived external prestige) กับพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (OCB) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการกระทำบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมรอบตัวกับพฤติกรรมของพนักงาน การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของเจิง (Cheng, 2020, p. 89) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรธุรกิจโรงแรมพบว่าภาระบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานที่ไม่เหมาะสม (Abusive supervision) กับผลงานของทีมงาน (Team performance) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการกระทำบุตัตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ตนได้รับการปฏิบัติจากองค์การกับการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ การกระทำบุตัตนที่มีต่อทีมงานซึ่งเป็นภาวะทางจิตวิทยาของพนักงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน อันเป็นการพิจารณาในมิติแนวราบตามโครงสร้างองค์การส่งผลกระทบต่อภาระบทในฐานะตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial mediating) ของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้

ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกอันเป็นภาวะทางจิตวิทยาของพนักงานเกี่ยวกับตนเองกับความตั้งใจลาออกของพนักงาน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน

ข้อค้นพบตามสมมติฐานข้อที่ 3 ตอบรับสมมติฐานข้อที่ 3 คือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการรับรู้ถึงสมรรถนะในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก โดยอำนาจการทำนายมีค่าสูงสุดในสมมติฐานการทำนายทั้งหมดที่ระดับ .22 เมื่อมีการระบุตัวตนทั้ง 2 ประเภทเป็นตัวแปรคั่นกลาง หรือเมื่อนำการระบุตัวตนทั้งสองประเภทมาวิเคราะห์ร่วมกัน ซึ่งเป็นการสะท้อนภาพจริงในการปฏิบัติงานของพนักงานที่สอดคล้องกับการศึกษาของโอมานวาร์และอกราวาล (Omanwar & Agrawal, 2022, p. 250) ที่ศึกษาในบริบทขององค์การธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อธิบายว่าในการปฏิบัติงานในองค์กรนั้นพนักงานต้องระบุตัวตนกับทั้งเพื่อนร่วมงานที่ปฏิบัติงานร่วมกันและองค์กร ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของจุนและคณะ (Jun et al., 2023, p. 11) ที่ศึกษาในบริบทขององค์การธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ ในกรณีของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรนั้นตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรปรับที่เพิ่มระดับของผลกระทบเชิงลบของการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived supervisory support) ที่มีต่อความตั้งใจลาออก โดยจุนและคณะ (Jun et al., 2023, p. 11) อธิบายว่าการที่พนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างานจะแทบไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกเลย หากปราศจากการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของมาร์ตินและคณะ (Martin et al., 2021, p. 3315) กล่าวคือ การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานจะลดระดับของผลกระทบเชิงบวกของภาวะผู้นำในอุดมคติที่มีต่อการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากสังคม โดยมาร์ตินและคณะ (Martin et al., 2021) อธิบายว่าการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานจะไปลดระดับความสำคัญของอำนาจในระบบขององค์กรในใจพนักงานซึ่งหมายถึงหัวหน้างาน ซึ่งแสดงถึงผลกระทบของการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานต่อเจตคติของพนักงานในเชิงลบ

ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับของปุกลีส์และคณะ (Pugliese et al., 2024, p. 122) ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์การธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าเมื่อวิเคราะห์ระดับของผลกระทบในฐานะตัวแปรคั่นกลางของการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานและการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรหรือเมื่อนำการระบุตัวตนทั้ง 2 ลักษณะมาวิเคราะห์ร่วมกันแล้ว การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศในการสื่อสาร (Communication climate) และการรับรู้ถึงการยอมรับจากภายนอก (Perceived external prestige) กับพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีขององค์กรและพฤติกรรมแบบถ่วงความก้าวหน้าขององค์กร (Counterproductive behavior) ในขณะที่การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ไม่ส่งผลกระทบดังกล่าว นอกจากนี้ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความเป็นบุคคลากรที่ดีขององค์กรและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมแบบถ่วงความก้าวหน้าขององค์กร (Counterproductive behavior) ในขณะที่ผลการศึกษาครั้งนี้ การระบุตัวตนทั้ง 2 ประเภท คือ การระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานเป็นตัวแปรคั่นกลางส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงานจากภายนอกกับความตั้งใจลาออก โดยการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก ในขณะที่การระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานส่งผลกระทบเชิงบวก โดยผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมเชิงลบคือความตั้งใจลาออกนั้น อาจเนื่องมาจากผลกระทบเชิงลบของการระบุตัวตน ตามที่คาปราร์, วอล์คเกอร์, และแอสฟอร์ธ (Caprar, Walker, & Ashforth, 2022, p. 785) และอิรชาดและบาชีร์ (Irshad & Bashir, 2020, p. 1) อธิบายว่าสามารถเกิดขึ้นได้และอาจเกิดขึ้นได้ โดยคาปราร์, วอล์คเกอร์,

และแอสฟอร์ธได้อธิบายถึงสาเหตุที่การระบุตัวตนของพนักงานในองค์กรอาจส่งผลกระทบต่อในเชิงลบไว้ว่าเมื่อพนักงานในฐานะปัจเจกบุคคลในองค์กรมีการระบุตัวตนมากกว่า 1 ลักษณะ การระบุตัวตนในหลายลักษณะพร้อมกันนั้นอาจส่งผลให้ผลในเชิงบวกของการระบุตัวตนแต่ละประเภทไม่เป็นไปตามครรลองที่พึงเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลกระทบของการระบุตัวตนมากกว่า 1 ลักษณะมาอยู่รวมกันเปรียบเสมือนการใช้ยาหลายประเภทกับคนไข้คนเดียวกันเพื่อรักษาอาการป่วยอาจเป็นเหตุให้ต้องนำคนไข้ผู้นั้นไปสู่อห้องฉุกเฉิน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนภาพของแนวคิดดังกล่าวในเชิงประจักษ์ในบริบทขององค์กรธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือการระบุตัวตนของพนักงานในองค์กรที่มีมากกว่า 1 รูปแบบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในองค์กรธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารองค์กรในบริบทดังกล่าวพึงต้องใช้วิธีการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มระดับของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและลดระดับการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานของพนักงาน หากต้องการลดอัตราการลาออก

10. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั้งในทางวิชาการและทางปฏิบัติดังนี้

10.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เข้าใจถึงการผสมผสานกันของการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานของพนักงาน
2. ควรศึกษาในกลุ่มพนักงานโดยแบ่งตามชั่วชีวิตการสืบพันธุ์ (Generation) กล่าวคือ ด้วยเหตุที่ประชากรที่อยู่ในช่วงชั่วชีวิตการสืบพันธุ์หรือช่วงวัยที่แตกต่างกันจะมีความคิด ทักษะ และพฤติกรรมที่ต่างกันออกไปตามทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ ดังนั้นการศึกษาโดยแบ่งกลุ่มประชากรโดยเกณฑ์ดังกล่าวแล้วเปรียบเทียบกันจะทำให้เข้าใจถึงความคิดและทัศนคติในเรื่องดังกล่าวของกลุ่มพนักงานที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน
3. ควรศึกษาในบริบทของชาวตะวันตกซึ่งมีลักษณะวัฒนธรรมปัจเจก (Individualism) เพื่อให้เข้าใจถึงความคิดและทัศนคติในเรื่องดังกล่าวของกลุ่มพนักงานว่ามีความแตกต่างจากกลุ่มประชากรของการศึกษาครั้งนี้ซึ่งมีลักษณะวัฒนธรรมรวมหมู่ (Collectivism) อย่างไร

10.2 ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

1. ผู้บริหารในองค์กรธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยาเรื่องการระบุตัวตนของพนักงาน ในด้านการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงาน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน เช่น การสร้างระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ การฝึกอบรมหรือพัฒนาพนักงานในระดับหัวหน้างานให้มีคุณลักษณะที่จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานเพิ่มพูนระดับการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Behavior) ในรูปของการกำหนดพันธกิจ (Mission) ที่มีเนื้อหาในการเสริมสร้างหรือยกระดับการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรของพนักงาน หรือการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่มีวัตถุประสงค์ที่ช่วยเสริมสร้างการระบุตัวตนที่มีต่อองค์กรและการระบุตัวตนที่มีต่อทีมงานในลักษณะที่เหมาะสม

2. ผู้บริหารในองค์กรธุรกิจเ็นบริบทดังกล่าวพึงใช้วิธีการกำกับ (Monitoring) การบริหารจัดการหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มระดับของการระบุดัตนที่มีต่อองค์กรและลดระดับการระบุดัตนที่มีต่อเพื่อนร่วมงานของพนักงาน หากต้องการลดระดับของอัตราการลาออกของพนักงาน

รายการอ้างอิง

- Abugre, J. B. (2017). Relations at workplace, cynicism and intention to leave: A proposed conceptual framework for organisations. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(2), 198-216.
- Abugre, J. B., & Acquah, M. (2022). A contextual study of co-worker relationship and turnover intentions: The mediating role of employee cynicism. *African Journal of Economic and Management Studies*, 13(2), 219-235.
- Acharya, A., & Datta, A. (2023). Path analysis of hospitality workplace dignity, organisational commitment, and intent to quit in hotel industry: The mediating role of organisational commitment. *Environment and Social Psychology*, 8(1), 1-17.
- Alnehabi, M., & Al-Mekhlafi, A. B. A. (2023). The association between corporate social responsibility, employee performance, and turnover intention moderated by organizational identification and commitment. *Sustainability*, 15(19), 1-25.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20-39.
- Asimah, V. K. (2018). Factors that influence labour turnover intentions in the hospitality industry in Ghana. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1-11.
- Callea, A., Urbini, F., & Chirumbolo, A. (2016). The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance. *Journal of Management Development*, 35(6), 735-746.
- Caprar, D. V., Walker, B. W., & Ashforth, B. E. (2022). The dark side of strong identification in organizations: A conceptual review. *Academy of Management Annals*, 16(2), 759-805.
- Cheng, Y. (2020). Abusive supervision climate and team task performance: The mediated effect of team identification, team negative affectivity and team cohesion. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 2(9), 83-91.
- De Vos, A., Forrier, A., Van der Heijden, B., & De Cuyper, N. (2017). Keep the expert! occupational expertise, perceived employability and job search: A study across age groups. *Career Development International*, 22(3), 318-332.
- Dean, G. (2021). *A third of former hospitality workers won't return to the industry during the labor shortage because they want higher pay, better benefits, and a new work environment*. Retrived from <https://www.businessinsider.com/labor-shortage-hospitality-workers-restaurant-hotels-pay-wages-joblist-survey-2021-7>.
- Dries, N., Forrier, A., De Vos, A., & Pepermans, R. (2014). Self-perceived employability, organization-rated potential, and the psychological contract. *Journal of Managerial Psychology*, 29(5), 565-581.

- Drzensky, F., & Van Dick, R. (2013). Organizational identification and organizational change. In S. Oreg, A. Michel, & R. Todnem (Eds.), *The psychology of organizational change: Viewing change from the employee's perspective* (pp. 275-297) Cambridge: Cambridge University Press.
- Edosomwan, H. S., Oguegbe, T. M., & Joe-Akunne, C. O. (2023). Relationship between perceived employability and sabotage behaviour: The moderating role of perceived organizational support and procedural justice. *Contemporary Management Research*, 19(1), 27-54.
- Emiroğlu, B. D., Akova, O., & Tanrıverdi, H. (2015). The relationship between turnover intention and demographic factors in hotel businesses: A study at five-star hotels in Istanbul. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 385-397.
- Farmer, S. M., Van Dyne, L., & Kamdar, D. (2015). The contextualized self: How team-member exchange leads to coworker identification and helping OCB. *Journal of applied psychology*, 100(2), 583-595.
- Fladerer, M. P., Kugler, S., & Kunze, L. G. (2021). An exploration of co-workers' group identification as moderator of the leadership-health link. *Small Group Research*, 52(6), 708-737.
- Gazeloğlu, C., Erkiş, E., & Aytakin, E. (2019). Determination of the effect of employees' trust perceptions in a manager on their organizational identification behavior: An application on hotel employees. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2), 86-109.
- Greco, L. M., Porck, J. P., Walter, S. L., Scrimshire, A. J., & Zabinski, A. M. (2022). A meta-analytic review of identification at work: Relative contribution of team, organizational, and professional identification. *Journal of Applied Psychology*, 107(5), 795-830.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with readings* (4th ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Heath, C., & Sitkin, S. B. (2001). Big-B versus Big-O: What is organizational about organizational behavior?. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 22(1), 43-58.
- Hillage, J., & Pollard, E. (1998). *Employability: Developing a framework for policy analysis* (Research Report RR85, DfEE). Brighton, England: Institute for Employment Studies.
- Huang, W., Wang, D., Pi, X., & Hewlin, P. F. (2022). Does coworkers' upward mobility affect employees' turnover intention? The roles of perceived employability and prior job similarity. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(12), 2442-2472.
- Ibrahim, Y., Ahmed, M. M., & Nayel, M. T. (2024). The impact of corporate social responsibility practices on employees' engagement: The mediating role of organizational identification. *Global Business and Organizational Excellence*, 43(2), 43-60.
- Irshad, M., & Bashir, S. (2020). The dark side of organizational identification: a multi-study investigation of negative outcomes. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-15.
- Jie, L. L., Arif, L. S. M., Norazman, I., & Fakhrudin, F. M. (2020). A study of organizational identification and its relationship with turnover intention among operational level employees at resort x. *Jurnal Kemanusiaan*, 18(2), 1-10.

- Jun, K., Hu, Z., & Sun, Y. (2023). Impact of authentic leadership on employee turnover intention: Perceived supervisor support as mediator and organizational identification as moderator. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-15.
- Kapoor, V., Yadav, J., & Srivastava, S. (2019) To stay or to quit: Moderating role of organisational role stress between organisational identification, employee engagement and turnover intention. *NMIMS Management Review*, 37(4), 9-31.
- Kim, S., Price, J. L., Mueller, C. W., & Watson, T. W. (1996). The determinants of career intent among physicians at a U.S. Air Force hospital. *Human Relations*, 49(7), 947-976.
- Lee, E. S., Park, T. Y., & Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(5), 1049-1080.
- León, F. R., & Morales, O. (2019). The moderating role of tenure on the effects of job insecurity and employability on turnover intentions and absenteeism. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32(3), 305-325.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Mael, F. A., & Tetrick, L. E. (1992). Identifying organizational identification. *Educational and Psychological Measurement*, 52, 813-824.
- Martin, L., Nguyen-Thi, U. T., & Mothe, C. (2021). Human resource practices, perceived employability and turnover intention: does age matter?. *Applied Economics*, 53(2), 3306-3320.
- Miao, Q., Eva, N., Newman, A., & Schwarz, G. (2019). Public service motivation and performance: The role of organizational identification. *Public Money & Management*, 39(2), 77-85.
- Michael, N., & Fotiadis, A. K. (2022). Employee turnover: The hotel industry perspective. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 8(1), 38-47.
- Mohd, A. I., Rozekhi, N. A., Rani, Z., Zakaria, N. A., Abd Hakim, F., & Johari, N. R. (2020). Turnover intention; Predicting age role on perceived work exhaustion in hospitality industry. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 230-243.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (2013). *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. Cambridge, MA: Academic press.
- Omanwar, S. P., & Agrawal, R. K. (2022). Servant leadership, organizational identification and turnover intention: An empirical study in hospitals. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(2), 239-258.
- Ortega, E., Gomes, G. P., Ribeiro, N., & Gomes, D. R. (2023). Evaluating the mediator role of organizational identification in the relationship between symmetrical internal communication and individual performance of hotel employees. *Administrative Sciences*, 13(8), 1-15.
- Pugliese, E., Bonaiuto, M., Livi, S., Theodorou, A., & Van Knippenberg, D. (2024). Team identification more than organizational identification predicts counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior and mediates influences of communication climate and perceived external prestige. *Journal of Applied Social Psychology*, 54(2), 116-125.
- Ribeiro, N., Gomes, D. R., Ortega, E., Gomes, G. P., & Semedo, A. S. (2022). The impact of green HRM on employees' eco-friendly behavior: The mediator role of organizational identification. *Sustainability*, 14(5), 1-13.

- Rothwell, A., & Arnold, J. (2007). Self perceived employability: Development and validation of a scale. *Personnel Review*, 36(1), 23-41.
- Shaikh, E., Brahmi, M., Thang, P. C., Watto, W. A., Trang, T. T. N., & Loan, N. T. (2022). Should I stay or should I go? Explaining the turnover intentions with corporate social responsibility (CSR), organizational identification and organizational commitment. *Sustainability*, 14(10), 1-16.
- Shaikh, E., Khoso, I., & Chandio, F. (2019). Effects of corporate social responsibility on organizational performance: A conceptual and literature review. *Grassroots*, 53(1), 129-140.
- Srivastava, S., & Madan, P. (2020). The relationship between resilience and career satisfaction: Trust, political skills and organizational identification as moderators. *Australian Journal of Career Development*, 29(1), 44-53.
- Stinglhamber, F., Marique, G., Caesens, G., Desmette, D., Hansez, I., Hanin, D., & Bertrand, F. (2015). Employees' organizational identification and affective organizational commitment: An integrative approach. *PloS one*, 10(4), 1-23.
- Tai, K., Keem, S., Lee, K. Y., & Kim, E. (2024). Envy influences interpersonal dynamics and team performance: Roles of gender congruence and collective team identification. *Journal of Management*, 50(2), 556-587.
- Tarakci, M., Ateş, N. Y., Floyd, S. W., Ahn, Y., & Wooldridge, B. (2018). Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: The roles of social comparisons and organizational identification. *Strategic Management Journal*, 39(4), 1139-1162.
- Turkoglu, N., & Dalgic, A. (2019). The effect of ruminative thought style and workplace ostracism on turnover intention of hotel employees: The mediating effect of organizational identification. *Tourism & Management Studies*, 15(3), 17-26.
- Usmani, S. (2016). Perceived internal employability and leader member exchange as a way to reduce intention to quit via commitment. *Humanities and Social Sciences Review*, 5(2), 17-32.
- Usmani, S. (2020). Does higher emotional exhaustion lead to turnover intention when employees have perceived external employability?. *City University Research Journal*, 9(4). 620-634.
- Vanhercke, D., De Cuyper, N., & De Witte, H. (2016). Perceived employability and well-being: An overview. *Psihologia Resurselor Umane*, 14(1), 8-18.
- Vanhercke, D., De Cuyper, N., Peeters, E., & De Witte, H. (2014). Defining perceived employability: A psychological approach. *Personnel Review*, 43(4), 592-605.
- Yang, J. T., Wan, C. S., & Fu, Y. J. (2012). Qualitative examination of employee turnover and retention strategies in international tourist hotels in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 837-848.
- Zappalà, S., Toscano, F., & Licciardello, S. A. (2019). Towards sustainable organizations: Supervisor support, commitment to change and the mediating role of organizational identification. *Sustainability*, 11(3), 1-12.