

อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีผล
ต่อความตั้งใจในการลาออกจากการผ่านความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร
ของพนักงานบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

THE INFLUENCE OF PERCEIVED SUPERVISOR SUPPORT AND ORGANIZATION
SUPPORT TO TURNOVER INTENTION OF STAFF IN TOUR COMPANY IN
BANGKOK: THE MEDIATING EFFECT OF AFFECTIVE COMMITMENT

กัลยา สว่างคง

นักศึกษาระดับปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิโรจน์ เจริญลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากการผ่านความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทนำเที่ยว งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานขายและพนักงานรับจองในบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากการงาน สำหรับการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางพบว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรเป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีอิทธิพลอย่างสูงกับความตั้งใจลาออกจากการงานของพนักงาน ทั้งนี้ได้มีการอภิปรายผลและประโยชน์ของการศึกษาวิจัย รวมทั้งเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ: การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร ความตั้งใจในการลาออกจากการงาน

ABSTRACT

The research propose was to study the influence of perceived supervisor support (PSS) and perceived organization support (POS) to turnover intention through the mediating effect of affective commitment of staff in tour company in Bangkok. This study was designed based on quantitative methods. A questionnaire was used to collect the data from 120 employees in tour companies as a research sampling. Pearson's correlation, simple regression and multiple regression were employed to analyze the collected data. The results indicated that perceived supervisor support and perceived organization support had a positive influence on the affective commitment but negative influence on the turnover intention. The results also shown that the affective commitment had a mediating effect on the relationship between perceived supervisor support, perceived organization support and turnover intention. Finally, the implication of the finding and suggestions for future research are presented.

Keywords: Perceived Supervisor Support, Perceived Organization Support, Affective Commitment, Turnover Intention

บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้มีการขยายจำนวนของบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว (2558) แสดงให้เห็นถึงจำนวนบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีจำนวนมากถึง 11,347 รายซึ่งจำนวนบริษัทนำเที่ยวที่มีมากขึ้นนี้ก็นำไปสู่สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้นขึ้นตามลำดับ และเนื่องจากสินค้าหลักของธุรกิจนำเที่ยวคือ รายการนำเที่ยวและการบริการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2552) ดังนั้นพนักงานในองค์กรจึงถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญยิ่งที่จะสามารถขับเคลื่อนความสำเร็จให้กับองค์กรได้ เพราะพนักงานที่มีประสิทธิภาพจะสามารถดูแลลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพราะความประทับใจในการบริการของพนักงานในส่วนต่าง ๆ มากกว่าเกิดจากความจงรักภักดีต่อองค์กร ดังนั้นหากพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าโดยตรง เช่น พนักงานขายหรือพนักงานรับจอง ที่มีประสิทธิภาพ ย้ายไปอยู่องค์กรใดลูกค้าก็มักมีแนวโน้มที่จะติดตามไปใช้สินค้าและบริการจากพนักงานคนนั้น ๆ อีก (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2552)

อย่างไรก็ดีเมื่อเข้าสู่ฤดูกาลการท่องเที่ยว (High Season) พนักงานที่มีประสิทธิภาพก็มักจะถูกดึงตัวจากบริษัทหนึ่งไปอีกบริษัทหนึ่ง โดยการใช้เงินเดือนที่สูงกว่าหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่มากกว่ามาเป็นแรงจูงใจ นอกจากนี้การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของบริษัทนำเที่ยวยังทำให้พนักงานจำนวนหนึ่งต้องการเปลี่ยนงานไปยังบริษัทใหม่ที่คิดว่ามีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งการลาออกจากงานของพนักงานอาจทำให้การดำเนินงานขององค์กรสะดุดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลาออกของพนักงานที่มีประสบการณ์หรือพนักงานที่อยู่ในตำแหน่งสำคัญๆ ขององค์กร เพราะเมื่อพนักงานมีความตั้งใจที่จะลาออกก็จะส่งผลให้ความตั้งใจในการทำงานลดลง (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2557) ผลงานก็จะตกต่ำลง อีกทั้งเมื่อรับพนักงานใหม่เข้ามา องค์กรก็ต้องใช้เวลากับพนักงานใหม่อีกระยะในการเรียนรู้งาน และกว่าพนักงานใหม่จะปรับตัวเข้ากับระบบการทำงานได้และ

สามารถสร้างผลงานให้กับองค์กรได้ก็ต้องใช้เวลาอีกพอสมควร การลาออกของพนักงานจึงส่งผลกระทบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ดังนั้นเพื่อเป็นการลดผลกระทบและการสูญเสียทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าต่อองค์กร องค์กรจึงควรให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่จะนำไปสู่ความตั้งใจในการลาออก (Turnover Intension) ของพนักงาน

ทั้งนี้ม้งงานวิจัยหลายชิ้นที่ทำการศึกษเกี่ยวกับประเด็นความตั้งใจในการลาออก แต่ส่วนใหญ่จะเน้นไปในด้านความพึงพอใจของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงาน (ปกรณ ลัมโยธิน, 2555; กิตติมา พันธุ์พุทธรัตน์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2557; ศศิธร เหล่าแท้ง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2557) อย่างไรก็ตามก็ดียังมีปัจจัยสำคัญอื่น ๆ อีกหลายประการ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงาน คือ การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisor Support - PSS) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support - POS) และความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร (Affective Commitment) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามทั้งสิ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร ที่มีผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงานของพนักงานในบริษัทนำเที่ยวประเภทนำเที่ยวคนไทยเที่ยวในประเทศ (Domestic) และนำเที่ยวคนไทยไปยังต่างประเทศ (Outbound) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาและปรับปรุงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน รวมทั้งยังสามารถนำผลการศึกษามาใช้สร้างระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และกำหนดนโยบายต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจนำเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากงาน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากงาน

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากงาน

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรในการเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนี้

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรในการเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนี้

การสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐาน ดังนี้

1. การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisor Support - PSS)

จิรัฐ ชวนชม และ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร (2557) ได้อธิบายลักษณะการทำงานในบริษัทนี้ว่าต้องมีการคิดแบบสร้างสรรค์ มีความซื่อสัตย์ มีความสามารถในการนำเสนอบริการต่าง ๆ ให้กับลูกค้า โดยต้องมีการสร้างเครือข่ายและการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร โดยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะการสื่อสารที่ดีจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรมีลูกค้าประจำ ทั้งนี้การสนับสนุนจากหัวหน้างานนับเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ โดย Rhodes, Eisenberger & Arneil (2002) ได้อธิบายการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานว่าพนักงานจะสร้างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานโดยพิจารณาจากระดับที่หัวหน้างานให้คุณค่าต่อการทำงานและความห่วงใยในเรื่องต่าง ๆ ของพนักงานเนื่องจากพนักงานมองว่าหัวหน้างานเป็นเสมือนตัวแทนขององค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบการทำงานและประเมินการทำงานของพนักงาน นอกจากนี้พนักงานจะมีการเชื่อมโยงการสนับสนุนจากหัวหน้างานกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ทั้งนี้การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรเพราะหัวหน้างานเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กร เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน พนักงานจึงให้ความสำคัญต่อความพอใจหรือไม่พอใจของหัวหน้างานเป็นสำคัญ (Smith et al., 1983) โดยการ

สนับสนุนของหัวหน้างานมีได้ตั้งแต่การให้คุณค่าต่อการทำงาน ความห่วงใยสุขภาพและสภาวะของพนักงาน ทั้งนี้การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีพื้นฐานมาจากการแลกเปลี่ยนระหว่างพนักงานและองค์กร เพราะหากพนักงานรู้สึกว่าได้มีการสนับสนุนและดูแลดีก็จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าต้องทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อตอบแทนองค์กร (ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556) อย่างไรก็ตามหากพนักงานประเมินการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานไปในทางลบก็จะส่งผลให้ความผูกพันที่มีต่อองค์กรลดลง เกิดความเบื่อหน่ายไม่ต้องการมาทำงานและนำไปสู่ความตั้งใจในการลาออกจากองค์กรในที่สุด (Eisenberger et al., 1986) จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานในบริษัทนี้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทนี้

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนี้

2. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support - POS)

มุกิตา คงกระพันธ์ (2554) ได้ให้ความหมายของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่า คือ ความคิดเห็นของพนักงานที่มาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากองค์กรผ่านทางกฎระเบียบ นโยบาย บรรทัดฐานต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Eisenberger et al. (1986) ได้ให้ความหมายของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่าเป็นความเชื่อของพนักงานว่าองค์กรมีการแสดงออกถึงความห่วงใย ต้องการให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งพนักงานสามารถรับรู้สิ่งเหล่านี้ได้จากผลประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากองค์กร ซึ่งอาจอยู่ในรูปของผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือน โบนัส หรือผลตอบแทนที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงินก็ได้ เช่น สวัสดิการ การอบรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ สตินันท์ ทิพย์โอสถ (2556) ได้กล่าวว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง ความเชื่อหรือความคิดของพนักงานว่าองค์กรเห็นคุณค่าและให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กร โดยมีนโยบายสนับสนุนการทำงานของพนักงานในด้าน

ต่าง ๆ และพร้อมที่จะช่วยเหลือพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี ในขณะที่เปรมจิตร์ คล้ายเพชร (2548) ได้ให้ความหมายของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่าเป็น การที่องค์กรเห็นคุณค่าและความสำคัญของพนักงานและให้การสนับสนุนการทำงานในด้านต่างๆ ผ่านนโยบายขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีและสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น นอกจากนี้ Wayne et al. (2003) ได้ให้ความหมายการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่าเป็น ความเชื่อของพนักงานว่าองค์กรจะให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานหากพนักงานมีความทุ่มเทปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ ซึ่ง Hutchison & Garstka (1996) ได้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่า พนักงานสามารถแยกแยะการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานออกจากกันได้

ทั้งนี้ จันทรพา ทัดภูธร (2543) ยังได้มีการแบ่งการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรที่มีต่อของพนักงานออกเป็นด้านต่าง ๆ 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลตอบแทน 2) ด้านความมั่นคงในการทำงาน 3) ด้านสภาพการทำงาน 4) ด้านโอกาสก้าวหน้า 5) ด้านจิตวิทยาสังคมซึ่งสอดคล้องกับการวัดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของเปรมจิตร์ คล้ายเพชร (2548) ที่ได้แบ่งการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรออกเป็น 5 ด้านเช่นกัน ได้แก่ 1) ด้านผลตอบแทน เช่น เงินเดือนสวัสดิการต่าง ๆ 2) ด้านโอกาสก้าวหน้า เช่น โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง การส่งเสริมเรื่องการศึกษาหรือการฝึกอบรม 3) ด้านความมั่นคงในการทำงาน เช่น การรับรู้อำนาจองค์กรจะจ้างพนักงานต่อไป 4) ด้านจิตวิทยาสังคม เช่น การรับรู้ว่าองค์กรให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของพนักงาน มีการยกย่อง เมื่อทำงานประสบความสำเร็จ และมีความเข้าใจเมื่อพนักงานทำงานผิดพลาด และ 5) ด้านสภาพการทำงานเช่น การรับรู้อำนาจองค์กรให้ความไว้วางใจและช่วยเหลือเมื่อพนักงานมีปัญหา มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้พนักงานทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ สภาพการทำงาน ที่น่าพอใจ ซึ่ง ศศินันท์ ทิพย์โอสถ (2556) ได้สรุปว่างานวิจัยส่วนใหญ่ในประเทศไทยนิยมใช้เกณฑ์ของ เปรมจิตร์ คล้ายเพชร (2548) ในการแบ่งการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

จากความหมายทั้งหมดข้างต้นจึงอาจสรุปได้ว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเป็นความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อนโยบายต่าง ๆ ขององค์กรทั้งในเรื่องการสนับสนุนการทำงานและการสนับสนุนชีวิต

ความเป็นอยู่ของพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนำเที่ยว

3. ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment)

ปกรณ ลิมโยธิน (2555) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่าหมายถึง ความสัมพันธ์อันเหนียวแน่นของบุคคลากรที่มีต่อองค์กรและมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร Muchinsky (2000) แสดงความคิดเห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่แสดงถึงความรู้สึกจงรักภักดีของบุคคลที่มีต่อองค์กร ส่วน Jewell (1998) ได้อธิบายความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นตัวแปรที่สะท้อนถึงระดับการรับรู้ความสัมพันธ์ของบุคคลกับองค์กรที่บุคคลทำงานด้วย เป็นการเชื่อมโยงเอกลักษณ์ของบุคคลให้เข้ากับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schultz & Schultz (2002) ที่ว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นระดับการยึดเหนี่ยวทางจิตวิทยาซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของบุคคลต่อองค์กรที่บุคคลปฏิบัติงานอยู่ ซึ่ง Buchanan (1974) ได้สรุปความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรว่าใช้ในการทำนายอัตราการคงอยู่และการลาออกจากงานของบุคคลากรได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติของบุคคลากรที่มีต่อองค์กร

จากการศึกษาแนวคิดของ Meyer and Allen (1991) พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรไว้ใน 3 มิติคือ 1) ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึง การที่บุคคลมีความจงรักภักดีต่อองค์กร มีความต้องการที่จะทำงานอย่างทุ่มเทให้กับองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 2) ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuous Commitment) หมายถึง การที่บุคคลมีความผูกพันกับองค์กรเนื่องจากคำนึงถึงปัจจัยที่บุคคลลงทุนไปกับองค์กร การเปรียบเทียบผลประโยชน์ ผลดี-ผลเสีย และผลตอบแทนที่ได้รับระหว่างการอยู่ กับ

องค์กรและการลาออกจากองค์กร 3) ความผูกพันในบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึงการที่บุคคลยอมรับค่านิยม จริยธรรม ศีลธรรมขององค์กร และมองว่าการอยู่ในองค์กรเป็นความถูกต้องเหมาะสม

เนื่องจากสินค้าและบริการในธุรกิจนาฬิกาที่มีการแข่งขันกันสูงมาก คุณภาพการบริการและการประสานงานในส่วนงานต่าง ๆ ขององค์กรหรือการทำงานเป็นทีมในองค์กรจึงเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ดังนั้นการปลูกฝังให้พนักงานมีความรักความสามัคคีมีความผูกพันกันจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กร (จิตตินันท์ นันทไพบลูย์, 2557)

งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในด้านความรู้สึก ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกของพนักงานในการมีส่วนร่วมในองค์กร ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรในองค์กร ทั้งนี้บุคลากรที่มีความผูกพันด้านความรู้สึกกับองค์กรในระดับสูงจะส่งผลให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร ซึ่งจะแสดงออกผ่านการปฏิบัติตัวตามกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขององค์กร มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของตนเองเพื่อองค์กร เนื่องจากพนักงานเหล่านี้มีความต้องการที่จะทำงานในองค์กรต่อไป (ธีรพงษ์ บุญรักษา, 2553) นอกจากนี้พนักงานที่มีความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรจะพยายามทำงานหนักขึ้นเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและมีแนวโน้มจะลาออกน้อยกว่าพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร (Schaufeli & Bakker, 2004)

นอกจากนี้ Buchanan (อ้างถึงในสุทธิพงษ์ เอี่ยมศิริ, 2547) ยังได้แยกความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรไว้เป็นประเด็นต่าง ๆ 5 ประเด็นดังนี้ 1) ความผูกพันต่อองค์กรทำให้สามารถทำนายอัตราคงอยู่และอัตราการลาออกจากงานของบุคลากรได้เป็นอย่างดี 2) ความผูกพันต่อองค์กรช่วยให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น 3) ความผูกพันต่อองค์กรทำให้บุคลากรร่วมมือกันเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ 4) ความผูกพันต่อองค์กรช่วยลดการควบคุมจากปัจจัยภายนอก เพราะบุคลากรมีความรักและความผูกพันต่อองค์กร 5) ความ

ผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวชี้ประสิทธิภาพขององค์กรนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ความผูกพันด้านความรู้สึกของพนักงานในองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนาฬิกา

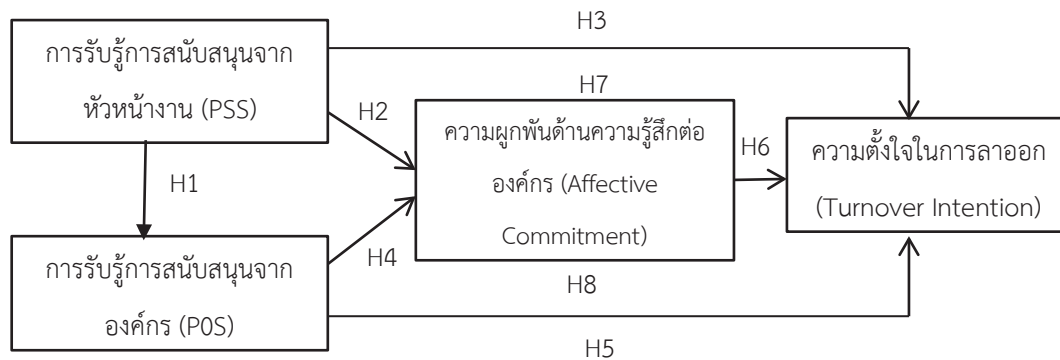
สมมติฐานที่ 7 ความผูกพันด้านความรู้สึกของพนักงานในองค์กร เป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนาฬิกา

สมมติฐานที่ 8 ความผูกพันด้านความรู้สึกของพนักงานในองค์กร เป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทนาฬิกา

4. ความตั้งใจในการลาออกจากงาน (Turnover Intention)

เปรมจิตร์ คล้ายเพชร (2548) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจลาออกจากงาน ว่าหมายถึงความคิดที่พนักงานจะลาออกจากการทำงานกับองค์กรในปัจจุบัน มีการวางแผนลาออกจากการงานเพื่อไปทำงานยังองค์กรอื่นและมีพฤติกรรมในการหางานใหม่ แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจลาออกอย่างแน่อนและความตั้งใจในการลาออกจากการงานเป็นความคิดอย่างสมัครใจของบุคลากรที่ต้องการลาออกจากการงานที่ปฏิบัติอยู่เมื่อมีโอกาส (Nadiri & Tanova, 2010) ดังนั้นจึงสามารถใช้ความตั้งใจในการลาออกจากการงานมาเป็นปัจจัยในการทำนายการลาออกจากการงานได้ (Cho et al., 2009) ซึ่งสอดคล้องกับที่ Mobley (1982) ให้ความเห็นว่าความตั้งใจลาออกจากการงานเป็นแนวทางนำไปสู่พฤติกรรม การลาออก เป็นปัจจัยทำนายการลาออกของบุคคล ส่วน Mueller (1990) ให้ความหมายเชิงความสัมพันธ์ว่าความตั้งใจลาออกจากการงานเป็นผลมาจากความผูกพันกับองค์กรที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณยา แสงลิมสุวรรณ และคณะ (2556) ที่สนับสนุนว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับต่ำจะมีแนวโน้มลาออกจากการงานในระดับสูง และ Kim & Leong (2005) ซึ่งได้ทำการวิจัยแล้วพบข้อสรุปที่ว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ในทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากการงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นจึงนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยในภาพรวมดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานขายและพนักงานรับจอง ในบริษัทนำเที่ยวประเภทนำเที่ยวคนไทยเที่ยวในประเทศ (Domestic) และนำเที่ยวคนไทยไปยังต่างประเทศ (Outbound) ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นสมาชิกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท.) โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 120 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) แจกให้กับพนักงานในบริษัทนำเที่ยว ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีคำถามทั้งสิ้น 5 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานของผู้ตอบแบบสอบถามมีคำถามทั้งสิ้น 10 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามมีคำถามทั้งสิ้น 18 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรมีคำถามทั้งสิ้น 11 ข้อ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการลาออกของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามทั้งสิ้น 8 ข้อ โดยแบบสอบถามตอนที่ 2-5 เป็นแบบสอบถามแบบกำหนด

ระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (Rating Scale) โดยแต่ละข้อจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และ เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการ ดังนี้

1. ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้อง ความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย รวมทั้งความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551 หน้า 50) โดยข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยมีค่าตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไปทั้งสิ้น

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญแจ้งไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนแล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient: α) ของครอนบาค (Cronbach) พบว่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.91-0.92 มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีค่าความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 หน้า 99) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach Alpha)
การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (PSS)	0.91
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	0.91
ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร (AC)	0.91
ความตั้งใจในการลาออก (TI)	0.92

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Person's correlation) และวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) รวมทั้งใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ และการทดสอบความเป็นตัวแปรกลาง โดยมีรายละเอียดของแต่ละตัวแปร ดังนี้

PSS = Perceived Supervisor Support (การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน)

POS = Perceived Organization Support (การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร)

AC = Affective Commitment (ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร)

TI = Turnover Intension (ความตั้งใจในการลาออกจากงาน)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนแรกนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 120 คน เป็นผู้หญิงร้อยละ 63.30 และผู้ชายร้อยละ 36.70 โดยช่วงอายุที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี ร้อยละ 27.50 อายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 24.20 และช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 20.80 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 85.0 และมีอัตราเงินเดือนอยู่ที่ 10,000-19,999 บาท มากที่สุดที่ร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ 20,000-29,999 บาท ร้อยละ 24.2 และ 30,000-39,999 บาท ร้อยละ 14.2 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 43.3 มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรนั้นๆ อยู่ที่ 1-3 ปี

ในส่วนที่ 2 นำเสนอด้านความสัมพันธ์และส่วนที่ 3 นำเสนอเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ตัวแปร	PSS	POS	AC	TI
ค่าเฉลี่ย (Mean)	3.77	3.50	3.75	2.56
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	.57	.54	.54	.75
การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (PSS)	-			
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	.526**	-		
ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร (AC)	.571**	.661**	-	
ความตั้งใจในการลาออก (TI)	-.240**	-.373**	-.472**	-

* p < 0.05, ** p < 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ ของตัวแปรที่ศึกษา พบว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอย

ตัวแปรต้น	สมมติฐานการวิจัย / ตัวแปรตาม							
	1 POS	2 AC	3 AC	4 TI	5 TI	6 TI	7 TI	8 TI
การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (PSS)	.526***	.571***		-.240***			.044	
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS)			.661***		-.373***			-.108
ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร (AC)						-.472***	-.498***	-.401***
Adjusted R ²	.276	.320	.437	.050	.139	.223	.224	.217
F	45.060	57.118	91.660	7.202	19.102	33.893	16.932	17.448

* p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

ตารางที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์ความถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

สมการที่ 1 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($\beta = .526, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 27 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมการที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($\beta = .571, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 32 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สมการที่ 3 การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.240, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 5 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สมการที่ 4 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($\beta = .661, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 43 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สมการที่ 5 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.373, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 13 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

สมการที่ 6 ความผูกพันด้านความรู้สึกของพนักงานในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริษัทน้ำเต๋ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.472, p < 0.001$) โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 22 จากผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

สมการที่ 7 เมื่อมีการควบคุมความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรซึ่งเป็นตัวแปรกลาง พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์แบบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจในการลาออก ($\beta = .044, p > 0.05$) ในขณะที่ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจในการลาออก ($\beta = -.498, p < 0.001$) ผลจากค่าเบต้า (β) ทำให้พบว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลางโดยสมบูรณ์ (Fully Mediator) ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานกับความตั้งใจในการลาออก (Baron & Kenny, 1986) จากผลการวิจัยจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

สมการที่ 8 เมื่อมีการควบคุมความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรซึ่งเป็นตัวแปรกลาง พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์แบบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจในการลาออก ($\beta = -.108, p>.05$) ในขณะที่ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจในการลาออก ($\beta = -.401, p<.001$) ผลจากค่าเบต้า (β) ทำให้พบว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลางโดยสมบูรณ์ (Fully Mediator) ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความตั้งใจในการลาออก (Baron & Kenny, 1986) จากผลการวิจัยจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 8

สรุปและอภิปรายผล

ความตั้งใจในการลาออกจากงานเป็นปัจจัยที่มีอำนาจในการทำนายการลาออกของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (หอมไกล ต้นสัก, 2553) ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า ปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน โดยงานวิจัยนี้ได้เลือกศึกษาปัจจัยสาเหตุคือการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงานผ่านความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร ซึ่งผลจากการวิจัยสามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Patrick & Boon (2004) ที่พบว่า การสนับสนุนทางสังคมจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานทำให้พนักงานรับรู้ได้ถึง การสนับสนุนจากองค์กรและมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากงาน นอกจากนี้จากการศึกษาของ Garcia Rivera et al., (2007) ยังพบว่าการลาออกจากงานเป็นผลจากการรับรู้โดยตรงของพนักงานกับความยุติธรรมในการประเมินผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากงาน ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของเปรมจิตร์ คล้ายเพชร (2548) ที่พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลด้านลบต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน และการรับรู้การ

สนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรเป็นปัจจัยร่วมที่ใช้ในการทำนายการลาออกของพนักงานได้นอกจากนี้งานวิจัยของ Rhoades & Eisenberger (2002) ยังได้กล่าวถึงการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรว่าเป็นการสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรและองค์กร โดยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะสร้างให้บุคลากรมีความรู้สึกถึงความ เป็นสมาชิกขององค์กรและสร้างความรู้สึกอยากตอบแทนองค์กร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและต่อบุคลากรเอง เพราะเมื่อบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นก็ย่อมต้องการที่จะปฏิบัติงานให้ดีขึ้นและลดความต้องการที่จะลาออกจากงานลง

ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร มีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจในการลาออกจากงานและยังเป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีอิทธิพลอย่างเต็มที่ต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Decotis & Summers (1987) ที่ได้สร้างโมเดลเชิงเหตุผลที่ใช้ในการทำนายการลาออกและพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรส่งผลทางลบโดยตรงต่อ ความตั้งใจในการลาออก รวมถึงงานวิจัยของ Aube et al. (2007) ที่แสดงให้เห็นว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรและส่งผลให้พนักงานต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป นอกจากนี้งานวิจัยของ Allen & Meyer (2008) ยังแสดงให้เห็นว่าความผูกพันด้านความรู้สึกเป็นการแบ่งปันคุณค่ากันระหว่างพนักงานและองค์กรซึ่งนำไปสู่ความต้องการอยู่ในองค์กรต่อไป ทั้งนี้ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้น (Stinglhamber & Vandenberghe, 2004; Dawley et al., 2008) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรกับความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร

จากผลการวิจัยจึงแสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงาน ในบริษัทหาที่รับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานก็จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากองค์กรเพราะหัวหน้างานเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กร นอกจากนี้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรยังมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการลาออกลดลง ทั้งนี้จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรต่อความ

ตั้งใจในการลาออกจากงานที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในเรื่องของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและองค์กร ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรและความตั้งใจในการลาออกจากงานมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดเชิงเหตุผลและเน้นการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางขององค์กร ความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กร อีกทั้งยังเป็นการศึกษาในบริบทของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นการสร้างข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรเป็นตัวแปรกลางที่มีอิทธิพลอย่างมากระหว่างตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรกับการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงาน ซึ่งข้อค้นพบนี้ได้มาจากการศึกษาในลักษณะการพิสูจน์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าว ในเชิงวิชาการจึงสามารถนำข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ไปต่อยอดเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรนี้กับตัวแปรอื่น ๆ ต่อไปได้

2. ประโยชน์ด้านการจัดการ

2.1 จากข้อค้นพบที่ว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงานในองค์กร ผู้บริหารองค์กรสามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยมาวางแผนและออกแบบแนวทางในการปรับปรุงการสนับสนุนพนักงานในด้านต่าง ๆ ทั้งในส่วนของการทำงานให้กับองค์กรและชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว เพื่อเพิ่มความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร อันจะนำไปสู่ความตั้งใจในการลาออกจากงานที่ลดลง

2.2 จากข้อค้นพบที่ว่าความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีอิทธิพลอย่างมากกับการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงาน ผู้บริหารองค์กรสามารถนำข้อค้นพบนี้มาใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในหน่วยงานให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้คงอยู่กับองค์กรต่อไปและลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ขององค์กรในการสรรหาและอบรมพนักงานใหม่ ทั้งนี้บุคลากรที่มีความสามารถสูงจะสามารถช่วยองค์กรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวมได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา ดังนั้นจึงควรนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษาต่อยอดด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อรับทราบข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่จะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการรักษาบุคลากรในองค์กรต่อไป

2. ควรศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงานในบริษัทที่เกี่ยวข้องเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบอันจะนำไปสู่การหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการ เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และจัดทำเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการต่อไป

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). รายชื่อธุรกิจนำเที่ยววันที่ประกาศ 10 มิย. 58. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2558, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/subweb/details/6/6265/24430>
กิตติมา พันธุ์พุทธรัตน์ และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกจาก

งานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกสิกรไทย
เครือข่ายการบริการและการขาย 1 เขตการ
บริการและการขาย 1. วารสารวิชาการ Veridian
E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์และศิลปะ 7, 3
(กันยายน – ธันวาคม): 90-104.
จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2557). การจัดการทรัพยากร

- บุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
จิรัฐ ชวนชม และ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัย มสส สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10(3), 1-16
- จิรนนท์ วงษ์ไทยวรรณ. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และการพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษาพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ทรงศักดิ์ ภู่อ่อน. (2551). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. กภาพสินธุ์ : ประสานการพิมพ์
- ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 36(138), 24-39.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2544). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ปรกรณ์ ลิ้มโยธิน. (2555). ตัวแบบสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- เปรมจิตร คล้ายเพชร. (2548). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยุติธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรและความตั้งใจลาออก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มุกิตา คงกระพันธ์. (2554). การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กรและความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่. วิทยานิพนธ์. การจัดการภาครัฐและเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร. รชฎ ชยสดมภ์. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พฤติกรรมการเป็นพนักงานที่ดีขององค์กรและความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิธร เหล่าแท่ง และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557). อิทธิพลของกิจกรรมสร้างสุขในองค์กรตามแนวทางความสุข 8 ประการ ที่มีต่อความสุขในการทำงาน ประสิทธิภาพการทำงานและความตั้งใจในการลาออกของพนักงานบริษัทเอกชน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 7, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 988-1006.
- ศศินันท์ ทิพย์โอสธ. (2556). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในภาคธุรกิจธนาคาร. ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สิริลักษณ์ หยงอนุกุล. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงาน. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- หอมไกล ตันลัก. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้พฤติกรรมความเป็นผู้นำ การสนับสนุนทางสังคมและความเหนื่อยหน่ายในงานกับความตั้งใจลาออกจากงานของพยาบาล โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Allen, N.J. & Meyer, J.P., (2008). The Measurement of Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization, *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, 190, 1-18.

- Aube, C., Rousseau, V. & Morin, E.M., (2007). Perceived Organizational Support and Organizational Commitment: The Moderating Effect of Locus of Control and Work autonomy, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 22(5), 479-495.
- Baron, R. M. & Kenny, D.A. (1986). The Modulator – Mediator Variable Destination in Social Psychology Research: Conceptual, Statistical Consideration. *Journal of Psychology and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Buchanan, B. (1974). *Building Organizational Commitment : The Socialization of Managers in Work Organizations*. Administrative Science Quarterly.
- Dawley, D.D., Andrews, M.C. & Bucklew, N.S., (2008). Mentoring, Supervisor Support and Perceived Organizational Support: What Matters Most?. *Leadership & Organization Development Journal*. Vol. 29(3).
- Decotis, T.A. & Summers, T.P. (1987). A Path Analysis of a Model of the Antecedents and Consequences of Organizational Commitment. *Human Relation*. 40. 445-470.
- Eisenberger, R., Fasolo, P., & Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75, 51-59.
- Hutchison & Garstka (1996). Assessing Methods for Causality Assessment of Suspected Adverse Drug Reactions. *J Clinpharmacol*.
- Jewell, L. N. (1998). *Contemporary Industrial / Organizational Psychology*. 3rd ed. New York: Brooks/Cole Publishing Company.
- Kim, G. W. & Leong, K. J. (2005). Effect of Service Orientation on Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Intention of Leaving in a Casual Dining Chain restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 24, 171-193.
- Lee, C. & Boon, P. (2004). Social Support and Leaving Intentions Among Computer Professionals. *Information and Management*, Vol. 41, No. 3, pp 323-334.
- Mobley, W. H. (1982). *Employee Turnover: Causes, Consequences and control*. New York: Addison-Wesley Publishing Company Limited.
- Muchinsky, P. M. (2000). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology*. 6th ed. Belmont, California: Thomson/Wadsworth.
- Mueller, C. W. & Price, J. L. (1990). Economic, Psychological and Sociological Determinants of Voluntary Turnover. *The Journal of Behavioral Economics*, 19 (3), 321-335.
- Nadiri, H. & Tanova, C. (2010). An Investigation of the Role of Justice in Turnover Intentions, Job Satisfaction, and Organization Citizenship Behavior in hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 33-41.
- Rhodes, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*. 87
- Rivera, G., Rosa, B., Tovar, R. & Arturo, L. (2007). A Turnover Perception Model of the General Working Population in the Mexican Cross-Border Assembly (Maquiladora) Industry. *Revista Innovar Journal*. 17 (29).
- Schultz, D.P. & Schultz, S. E. (2002). *Psychology and Work Today*. 8th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Shore, L. M. & Wayne, S. J. (1993). Commitment and Employee Behavior. Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 78, 774-780
- Smith, C.A., Organ, D.W. & Near, J.P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.
- Stinglhamber, F. & Vandenberghe, C., (2004). Organizations and Supervisors as Sources of Support and Targets of Commitment: a Longitudinal Study. *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 24(3), 251-270

- Wayne, S. J., Shore, L. M. & Liden, R.C. (1997). Perceived Organizational Support and Leader Member Exchange: A Social Exchange Perspective. *Academy of Management Journal*, 40, 82-111.
- Wayne, S. J., Shore, L. M., Boomer, W. H. & Tetrick, L. E. (2002). The Role of Fair Treatment and Rewards in Perception of Organizational Support and Leader-Member Exchange. *Journal of Applied Psychology*, 87, 590-598.
- Williams, S., Pitre, R. & Zainuba, M. (2002). Justice and Organizational Citizenship Behavior Intentions : Fair Reward Versus Fair Treatment. *The Journal of Social Psychology*, 142, 33-4

