บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ: กรณีศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยากับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในองค์การสร้างกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาขององค์การ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 5 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 104 คน โดยมีประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างตามการรับรู้ของพนักงาน การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุงานในองค์การ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และสาขาร้าน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างตามการรับรู้ของพนักงาน ตามแนวคิดของคานเทอร์ (Kanter, 1977, 1983) โดยดัดแปลงจากแบบสอบถามของ ยุพาพร ตรีนุรักษ์ (2544) และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 2 ด้าน ประกอบด้วย การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจ มีค่าความเชื่อมั่น .852 จำนวน 18 ข้อ และการเสริมสร้างพลังอำนาจเชิงโครงสร้างด้านโอกาส มีค่าความเชื่อมั่น .904 จำนวน 20 ข้อ ดังนั้นแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 38 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นรวมทุกด้านเท่ากับ .923

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามแนวคิดของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996) โดยดัดแปลงจากแบบสอบถามของภัควรรณ ปิ่นแก้ว (2548) ที่แปลและดัดแปลงข้อคำถามจากแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาของ

ของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996) และนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย มีค่าความเชื่อมั่น .810 จำนวน 7 ข้อ ด้านสมรรถนะ มีค่าความเชื่อมั่น .793 จำนวน 6 ข้อ ด้านเจตนารมณ์ในตนเอง มีค่าความเชื่อมั่น .760 จำนวน ข้อ 6 และด้านผลกระทบมีค่าความเชื่อมั่น .828 จำนวน 7 ข้อ ดังนั้นแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยามีจำนวนทั้งสิ้น 26 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นรวมทุกด้านเท่ากับ .864

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความรู้สึกผูกพันต่อองค์การตามแนวคิดของ เมเยอร์ และอัลเลน (Meyer & Allen, 1997) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามของ ชวัลณัฐ เหล่าพูนทรัพย์ (2548) โดยมีข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 27 ข้อ วัดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ 3 ด้าน คือ ด้านจิตใจ ด้านบรรทัดฐาน และด้านการคงอยู่ มีค่าความเชื่อมั่นที่ .730

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอไปแล้วเบื้องต้น ผู้วิจัยจะขอนำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศหญิง และเพศชาย ในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และ ร้อยละ 49.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.6 มีอายุงานอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 36.9 และส่วนมากเป็นกลุ่มพนักงานครัว คิดเป็นร้อยละ 49.5

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง พบว่าพนักงานมีการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจเชิงโครงสร้างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.66) และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างเป็นรายด้านพบว่าพนักงานมีการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจใน

ระดับสูง ($\overline{x}$ = 3.70) ส่วนการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.61)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาพบว่า พนักงานมีการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.67) และเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบย่อยของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาในแต่ละด้าน พบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมายและด้านสมรรถนะอยู่ในระดับสูง ($\overline{x}$ = 4.32 และ $\overline{x}$ = 4.08 ตามลำดับ) ส่วนการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านที่เหลือได้แก่ ด้านเจตนารมณ์ในตนเองและด้านผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{x}$ = 3.46 และ $\overline{x}$ = 2.84 ตามลำดับ)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา พบว่าพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์การในระดับสูง ($\overline{x}$ = 3.74)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แบบรายคู่ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product Moment Correlation Coefficient) สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1

แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	**ผลการทดสอบสมมติฐาน**
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.204, p<.05$)
สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.216, p<.05$)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน (r = 0.159, NS)
สมมติฐานที่ 2 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (r = .463, p<.01)
สมมติฐานที่ 2.1 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านความหมายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (r= .239, p<.01)
สมมติฐานที่ 2.2 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (r= .313, p<.01)
สมมติฐานที่ 2.3 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (r= .358, p<.01)
สมมติฐานที่ 2.4 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ	ยอมรับสมมติฐาน (r= .363, p<.01)
สมมติฐานที่ 3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยา	ยอมรับสมมติฐาน (r = .493, p<.01)
สมมติฐานที่ 3.1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน (r= .150, NS)
สมมติฐานที่ 3.1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ	ปฏิเสธสมมติฐาน (r=.162, NS)
สมมติฐานที่ 3.1.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง	ยอมรับสมมติฐาน (r= .347, p<.01)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.1.4 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ	ยอมรับสมมติฐาน ($r=.200$, $p< .05$)
สมมติฐานที่ 3.2.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = .381$, $p<.01$)
สมมติฐานที่ 3.2.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ	ยอมรับสมมติฐาน ($r = .371$, $p < .01$)
สมมติฐานที่ 3.2.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง	ยอมรับสมมติฐาน ($r= .377$, $p < .01$)
สมมติฐานที่ 3.2.4 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ	ยอมรับสมมติฐาน ($r = .192$, $p<.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และ ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ: กรณีศึกษาร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง

จากผลการศึกษาพบว่าระดับของการรับรู้การเสริมสร้างอำนาจในงานเชิงโครงสร้างโดยรวมของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อย พบว่า พนักงานรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านโครงสร้างอยู่ในระดับสูง แสดงว่าทางองค์การสามารถสื่อสารให้พนักงานรับรู้ถึงการส่งเสริมให้ทุกคนสามารถปฏิบัติงานที่ตนเองรับผิดชอบอย่างเต็มความสามารถได้อย่างดี โดยการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านทรัพยากรที่จำเป็นเช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ในร้าน หรือเงินทุน อย่างไรก็ตาม พบว่าระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านโอกาสนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ย่อมหมายถึงพนักงานเห็นว่าโครงสร้างขององค์การที่ช่วยเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตทางอาชีพ เช่น ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน การได้รับการพัฒนาทางทักษะ รวมถึงระบบรางวัลทั้งในรูปแบบของตัวเงิน หรือมิใช่ตัวเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ (1) ลักษณะธุรกิจร้านอาหาร จะมีโครงสร้างขององค์การที่สายการบังคับบัญชาสั้น ทำให้การเติบโตภายในองค์กรในแนวดิ่งเป็นไปได้ลำบาก (2) ลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้ทักษะการทำงานไม่ซับซ้อน ทำให้การฝึกอบรมที่ทางองค์การจัดให้ เป็นไปเพื่อเพิ่มทักษะในงานปัจจุบันมากกว่าการมุ่งพัฒนาความสามารถให้ไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ องค์ประกอบด้านโอกาสอาจส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน ทำให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานของบริษัทในระดับที่ไม่สูงมากนัก

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา

จากการผลการศึกษา พบว่าระดับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับองค์ประกอบด้านความหมาย และด้านสมรรถนะอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ (1) กลุ่มพนักงานใหม่ที่ทำงานร่วมกับองค์การน้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 42.7) ย่อมที่จะต้องพิจารณาก่อนตกลงใจร่วมงานกับองค์การนี้แล้ว ว่างานดังกล่าวสอดคล้องกับค่านิยม มาตรฐาน หรือความคาดหวังของตนตน (2) กลุ่มพนักงานที่ทำงานร่วมกับองค์การมาเป็นระยะเวลานาน (4-6 ปี ร้อยละ 19.4, มากกว่า 6 ปี ร้อยละ 16.5) ย่อมที่จะเกิดการซึมซับค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์การ ด้วยเหตุนี้ พนักงานส่วนใหญ่จึงเห็นว่างานของตนมีคุณค่า และมีความหมายต่อตนในระดับสูง

พนักงานสามารถรับรู้สมรรถนะในการทำงานของตนอยู่ในระดับสูง อาจเป็นเพราะกระบวนการในการให้ข้อมูลย้อนกลับขององค์การ โดยการประชุมประจำสัปดาห์ ซึ่งพนักงานทุก

คนจะได้มีโอกาสแบ่งปันประสบการณ์ที่ตนได้รับจากการทำงาน และแนวทางการแก้ไขปัญหาระหว่างการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ร่วมงานทราบ และนำวิธีการเหล่านั้นเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาในอนาคต ซึ่งแนวทางนี้สอดคล้องกับแนวความคิดของแบนดูรา (Bandura, 1986, pp.399-401) ที่อธิบายว่า การพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองมี 4 วิธี คือ ประสบการณ์ที่มีความสำเร็จ (Master Experience) (2) การให้ตัวแบบ (Modeling) (3) การชักจูงทางสังคม (Social Persuasion) และ (4) ภาวะทางจิตวิทยา (Psychological states) จึงส่งผลให้พนักงานขององค์การพัฒนาระดับการรับรู้ความสามารถของตนผ่านกระบวนการดังกล่าว

ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

จากผลการศึกษาพบว่าระดับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานส่วนใหญ่ ยังทำงานร่วมกับองค์การไม่นาน (น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 42.7) ยังไม่ได้มีความรู้สึกผูกพัน หรือรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์การมากนัก รวมถึงความรู้สึกผูกพัน ด้วยความรับผิดชอบ ข้อผูกมัดหรือ ความเป็นหนี้บุญคุณ ด้วยเหตุนี้ อาจส่งผลต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์การตามแนวความคิดของเมเยอร์ และอัลเลน (Meyer & Allen, 1991) ในด้านความรู้สึกผูกพันทางด้านจิตใจ และด้านบรรทัดฐาน

นอกจากนี้ปัจจัยด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง (ต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 29.1 และ 30 ปี ร้อยละ 46.6) อาจส่งผลต่อระดับของความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ เนื่องจากยังอยู่ในช่วงหางานที่เหมาะสมทั้งด้านความถนัดและด้านรายได้

1. **การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ**

สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

ผลการศึกษาสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และ สมมติฐานที่ 1.1 โดยที่การรับรู้การเสริมสร้างเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพทริคและลาสซิง

เจอร์ (Patrick & Laschinger, 2006) และนักวิจัยอีกหลายท่าน (Lui, Chui & Fellow, 2007; Tao et al., 1998; Laschinger & Shamain, 1994; Sabiston & Laschinger, 1995) ที่พบว่าการเสริมสร้างอำนาจในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์การ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างช่วยให้พนักงานเพิ่มความรู้สึกว่าตนเองมีอำนาจ และความสามารถในการปฏิบัติงาน และมีความสำคัญต่อร้าน ซึ่งส่งผลให้พนักงานมีความสนใจในงาน ไม่เบื่อหน่าย ไม่เครียดในงาน และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ (Kanter, 1977, pp. 175-179, p.275) นอกจากนี้ยังเป็นการตอบสนองขั้นพื้นฐานทำให้พนักงานมีอิสระในการทำงาน มีความรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง และตระหนักถึงความสำคัญของตนเองต่อพันธกิจขององค์การ มีโอกาสได้พัฒนาวิชาชีพ จึงทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน และก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรตามมา (Mcgraw, 1992 อ้างใน ภัทรวุฒิ สมสาย, 2550)

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านอำนาจพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนโยบายหลักขององค์การ 3 ด้าน คือ (1) การให้อิสระในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุดโดยสามารถใช้งบประมาณของทางร้านได้ ทำให้พนักงานตระหนักว่าองค์การให้การสนับสนุน ให้การช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน (2)การประชุมร่วมกันในแต่ละสัปดาห์เพื่อสื่อสารข่าวสารจากทางองค์การ ปรึกษาหารือและรับฟังข้อมูลย้อนกลับของผลการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทำให้มีความชัดเจนในการแจ้งข่าวสารและนโยบายต่างๆขององค์การ และมีการนำข้อมูลย้อนกลับของผลการปฏิบัติงาน เช่น วิธีที่ใช้แก้ปัญหาให้ลูกค้าของสัปดาห์ที่ผ่านมา และนำข้อมูลนั้นไปพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานให้ตรงตามความคาดหวังขององค์การได้และ (3) รูปแบบการบริหารงานของผู้บริหารร้านที่เข้าพบปะพูดคุยกับพนักงานทุกคนเป็นประจำ เพื่อให้เกิดบรรยากาศของความเป็นกันเอง ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี และเป็นมิตรในองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเชลดอน (Sheldon, 1971, p. 149) ที่ว่าความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationship) เป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความรู้สึกผูกพันต่อองค์การและพนักงานมีอิสระในการทำงานด้วยข้อมูล ข่าวสาร จากทางองค์การ ตลอดจนการช่วยเหลือทางด้านทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การขึ้น

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ พบว่าผลการวิจัยขัดแย้งกับแนวความคิดของ คานเทอร์ (Kanter, 1977) ที่ว่า บุคลากรที่ได้รับการสนับสนุน การพิจารณาเงินเดือนอย่างยุติธรรม หรือได้รับความก้าวหน้าจากองค์การ ย่อมมีกำลังใจ และพร้อมที่จะทุ่มเทในการทำงาน และบุคลากรที่ขาด

ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานจะมีความเหนื่อยหน่ายท้อแท้ หมดกำลังใจในการทำงาน และลาออกในท้ายที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ข้อจำกัดต่างๆ ดังนี้ (1) ธุรกิจร้านอาหารมีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่นที่เป็นองค์การขนาดใหญ่และมีความมั่นคงกว่า เช่น โรงแรม ภัตราคาร หรือร้านอาหารญี่ปุ่นขนาดใหญ่ที่มีจำนวนสาขาที่มากกว่า (2)โครงสร้างสายงานอาชีพที่อาจไม่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตในองค์การทั้งในเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการเลื่อนขั้นเงินเดือน (3) คู่แข่งขันที่เป็นองค์การประเภทเดียวกันมีเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการดึงดูดพนักงานด้วยข้อเสนอที่ดีกว่า เช่น รายได้ที่สูงขึ้น มีสาขาที่ใกล้ที่พักอาศัยของพนักงาน

2. การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยากับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 2.1 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 2.2 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 2.3 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 2.4 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

จากการศึกษาพบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยรวม ตลอดจนองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือ (1) ด้านความหมาย (2) ด้านสมรรถนะ (3) ด้านเจตนารมณ์ในตนเอง และ (4) ด้านผลกระทบ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านความหมายกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยหลายท่าน (Krishna, 2007; Ugboro, 2006) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อพนักงานเห็นว่าจากเป้าหมาย และวัตถุประสงค์สอดคล้องกับมาตรฐานของตนทั้งด้านค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรม พนักงานจึงเห็นว่าองค์การสามารถตอบสนองความคาดหวัง รวมถึงความต้องการของตนได้ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำงานร่วมกับองค์การ

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่พนักงานรับรู้สมรรถนะของตนผ่านกระบวนการให้ข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งก็คือการประชุมร่วมกันของพนักงานในแต่ละสาขาทุกสัปดาห์ การพิจารณาสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการทำงานและวิธีจัดการและแก้ไขปัญหาในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของคองเกอร์ และ (Conger & Kanungo, 1988) ที่ว่าองค์การสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจอย่างมีประสิทธิภาพได้โดยใช้วิธีการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับความสามารถของพนักงานโดยตรง ซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ความสามารถ และสมรรถนะของตน ตลอดจนเกิดเรียนรู้ที่จะกล้ารับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ในงานที่ตนเองรับผิดชอบหรือเกี่ยวข้อง เช่น การให้ความช่วยเหลือ หรือแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจะทำให้เกิดความท้าทายในงาน ไม่รู้สึกเครียด กดดัน หรือเบื่อหน่ายในการเผชิญหน้ากับปัญหาในงานที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ปัจจัยเหล่านี้ จะช่วยเสริมแรงจูงใจทำให้พนักงานมีปฏิบัติงานในองค์การนี้อย่างมีความสุข มีขวัญและกำลังใจ และนำไปสู่การเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์การ

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่องค์การสนับสนุนนโยบายการให้อิสระในการทำงาน และตัดสินใจกับพนักงานในระดับหนึ่ง และไม่มีการลงโทษพนักงานในกรณีที่การตัดสินใจนั้นผิดพลาด ทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีอิสระในการจัดการงานของตนและแก้ปัญหาด้วยวิธีการทำงานของตนได้ ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีความสามารถ ไม่ถูกกดดันด้วยกฎระเบียบหรือวิธีการทำงานจนเกินไป

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัคโบโร (Ugboro, 2006) ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการที่พนักงานรู้สึกว่าตนเอง หรือหน้าที่ความรับผิดชอบพนักงานเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ และกระทบต่อผลประกอบการ รวมถึงกระทบต่อเพื่อนร่วมงานที่ต้องมารับผิดชอบงานทดแทนการขาดอัตรากำลังของร้าน ความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญขององค์การนี้จะนำไปสู่การเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

เมื่อพนักงานมีการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาแล้วจะส่งเสริมให้เกิดพลังในรูปแบบของแรงจูงใจในการทำงาน เกิดความสนใจที่จะเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความคิดที่ยืดหยุ่น ทำให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างนวัตกรรมในการทำงาน เกิดความกล้าเผชิญหน้ากับความเสี่ยงและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงาน (Thomas & Velthouse, 1990) เนื่องจากสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้ด้วยความสามารถของตนเองและอาจจะทำให้

เกิดความรู้สึกกดดันน้อยกว่าการที่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อยู่ตลอดเวลา (Conger & Kanungo, 1988, p.476) และส่งผลให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ นำไปสู่ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

3. การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา

สมมติฐานที่ 3.1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย

สมมติฐานที่ 3.1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ

สมมติฐานที่ 3.1.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง

สมมติฐานที่ 3.1.4 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ

สมมติฐานที่ 3.2.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย

สมมติฐานที่ 3.2.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ

สมมติฐานที่ 3.2.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง

สมมติฐานที่ 3.2.4 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ

จากการศึกษาพบว่าการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา ซึ่งจากการค้นคว้าผลการศึกษาและการวิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง และการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยตรง แต่

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด และงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีความใกล้เคียงกับตัวแปรทั้งสอง คืองานวิจัยของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996, pp. 494-499)ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร การสนับสนุนทางสังคม (Sociopolitical support) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Access to information) การเข้าถึงทรัพยากร (Access to resource) กับมิติของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาทั้ง 4 ด้าน ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เทียบได้กับองค์ประกอบย่อยของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจของคานเทอร์ (Kanter, 1986) พบว่าการสนับสนุนทางสังคม (Sociopolitical support) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Access to information) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยรวม แต่การเข้าถึงทรัพยากร (Access to resources) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาโดยรวม

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจไม่มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย สอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัยของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996, pp. 494-499) พบว่าการสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย ส่วนการเข้าถึงทรัพยากรไม่มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่า พนักงานมีความคาดหวังว่าการให้ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานเป็นเรื่องปกติที่ทางองค์การต้องให้แก่ตนอยู่แล้ว จึงทำให้ผลของการรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจไม่มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจไม่มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ ทั้งนี้อาจเกิดจากลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลบางประการไปส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบย่อยของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ทางองค์การจะส่งเสริมให้มีความกล้าในการตัดสินใจและสร้างบรรยากาศของการช่วยเหลือกัน ตลอดจนให้ทรัพยากรที่จำเป็นในการปฏิบัติงานในองค์การ แต่ด้วยปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุงาน อาจส่งผลให้พนักงานใหม่บางคนยังไม่คุ้นเคยกับองค์การใหม่ และต้องขอคำแนะนำ หรือความช่วยเหลือจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานบ่อยครั้ง ทำให้พนักงานเหล่านั้นไม่ได้ตระหนักถึงความสามารถของตนเองอย่างชัดเจน ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าองค์การประกอบด้วยพนักงานที่อายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996, pp. 494-499) ที่ว่าการสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงทรัพยากร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานรับรู้ถึงความตั้งใจในการสนับสนุนและความช่วยเหลือจากทางองค์การทั้งในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรที่จำเป็นในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง ทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีอิสระ ในการคิดวิธีในการบริการ และปฏิบัติงานอย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสนอวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าของร้าน เช่น การเสนอที่จะซื้อเสื้อให้ลูกค้าเปลี่ยนชั่วคราว แทนเสื้อที่เลอะจากอาหาร ก่อนจะนำเสื้อนั้นไปส่งร้านซักแห้ง และส่งคืนให้กลับลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ หรือ การเสิร์ฟของหวานเพิ่มเติม เมื่อลูกค้าต้องการแม้ว่าจะรายการของหวานจะไม่อยู่ในชุดอาหารที่ลูกค้าสั่งเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสไปรทเซอร์ (Spreitzer, 1996, pp. 494-499)ที่ว่าการสนับสนุนทางสังคม การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการเข้าถึงทรัพยากร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสารอย่างเป็นทางการจากทางหัวหน้างานให้พนักงานได้ทราบถึงรายละเอียดงาน และความสำคัญของงานแต่ละตำแหน่งที่มีต่อการทำงานในภาพรวมซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ จะเกิดขึ้นทั้งจากการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และจากการสื่อสารผ่านการประชุมประจำสัปดาห์ พนักงานจะทราบความคาดหวังในการปฏิบัติหน้าที่ของตนในองค์การ ขณะการรับรู้การสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศของการร่วมแรงร่วมใจกันก็มีส่วนช่วยให้พนักงานเกิดความเป็นทีมงานเดียวกัน และทำให้พนักงานตระหนักว่าตนเองมีความสำคัญต่อทีมงานและเพื่อนร่วมงานต้องทำงานหนักขึ้นหากพนักงานคนใดคนหนึ่งต้องลาพักงาน

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านความหมาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าพนักงานรับรู้ถึงโอกาสในการพัฒนาตนเองจากการทำงานกับองค์การ ทำให้เกิดความรู้สึกว่างานที่ทำนั้นเป็นงานที่มีคุณค่า และสามารถทำให้ตนเองมีความก้าวหน้าได้ ทั้งในองค์การปัจจุบัน หรือองค์การอื่นๆ และอาจนำไปสู่ผลตอบแทนที่มากขึ้นในอนาคต นอกเหนือจากผลตอบแทนในเรื่องตัวเงินในปัจจุบัน

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในเชิงจิตวิทยาด้านสมรรถนะ ทั้งนี้เนื่องจากการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสได้มีองค์ประกอบย่อยที่เกี่ยวข้องกับการให้โอกาสในการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองทั้งการส่งพนักงานไปฝึกอบรมกับองค์การภายนอก และการฝึกอบรมโดยการถ่ายทอดความรู้จากพนักงานในองค์การ เช่น หัวหน้างาน หรือ หัวหน้าพ่อครัว ซึ่งอาจทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีความรู้ที่จะปฏิบัติงานได้ นอกจากนี้ องค์ประกอบย่อยอีกด้านซึ่งก็คือ การรับรู้การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และผู้บริหาร ตลอดจนการให้รางวัลจากทางองค์การ เมื่อมีผลปฏิบัติงานดี ก็เป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานรับรู้ถึงความสามารถแห่งตนเอง

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์ประกอบย่อยของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาส คือการให้รางวัลและการยอมรับ นับถือในความสามารถจากเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากทางองค์การมักจะนำปัญหาต่าง และวิธีรับมือ หรือแก้ไขสถานการณ์ มาเป็นกรณีศึกษา พร้อมชมเชย และให้รางวัลผู้ที่แก้ไขปัญหาได้ สิ่งนี้อาจเป็นปัจจัยช่วยเสริมแรงทางบวกกับพฤติกรรมกล้าคิดกล้าตัดสินใจ รวมถึงการหาวิธีที่สร้างสรรค์มาแก้ไขปัญหาทำให้พนักงานรู้สึกมีอิสระในการสร้างสรรค์แนวทางการทำงาน การตัดสินใจ และแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ๆ

การรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านผลกระทบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อพนักงานที่ปฏิบัติงานดี และได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หรือทางองค์การจะส่งผลให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีสำคัญต่อผลลัพธ์ขององค์การ

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐานและอภิปรายผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะบางประเด็นจากผลการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์การในลักษณะของร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนี้

1. การศึกษาพบว่าการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้างด้านอำนาจมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การประเภทร้านอาหารญี่ปุ่น ดังนั้นผู้บริหารจึง

ควรออกแบบโครงสร้างองค์การให้เกิดบรรยากาศของการมีส่วนร่วมของพนักงานในการแสดงความคิดเห็นในระดับที่เหมาะสม โดยเปิดโอกาสให้พนักงานเรียนรู้ให้พนักงานสามารถที่จะตัดสินใจภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบในงานของเขา และ หัวหน้างานตลอดจนองค์การให้การสนับสนุน ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรที่จำเป็นในการทำงาน หรือการแก้ไขปัญหาต่างๆในร้าน นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการทำงานในลักษณะของทีมงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการส่งเสริมช่องทางการสื่อสาร การให้ข้อมูลย้อนกลับด้านผลการปฏิบัติงาน การระดมความคิด ซึ่งจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในองค์การ และนำไปสู่ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

2. การศึกษาพบว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ดังนั้นหากองค์การต้องการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา องค์การควรที่จะนำแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจในนี้ประยุกต์เข้ากับกระบวนการทางทรัพยากรบุคคลขององค์การและการบริหาร เพื่อให้พนักงานเกิดการรับรู้ด้านคุณค่าของตัวงาน การรับรู้สมรรถนะและความสามารถของตนเอง ความมีอิสระในการตัดสินใจที่เหมาะสม และผลกระทบที่มีต่อภาพรวมขององค์การ ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่เขาทำงานอยู่ รู้สึกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์การ และสามารถใช้ความสามารถที่มีอยู่ในตนเองเพื่อบบรลุวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกันของทั้งตนเองและองค์การได้

3. การศึกษาพบว่าการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านอำนาจมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา ดังนั้นทางองค์การอาจนำแนวคิดและผลการวิจัยนี้มาปรับใช้ในกระบวนการบริหารทั้งด้านคนและด้านงานดังนี้

3.1 การสรรหาบุคคลากรที่มีทัศนคติและค่านิยมเหมาะสมกับองค์การ เช่น หาบุคลากรที่มีใจรักทางด้านการบริการ หรือการจัดให้มีการปฐมนิเทศหรือ การให้ข้อมูลด้านรายละเอียดงานโอกาสเติบโตทั้งด้านตำแหน่ง หรือด้านทักษะการทำงาน เพื่อให้พนักงานทราบถึงคุณค่า และความหมายของงาน

3.2 ฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงาน ตลอดจนการเรียนรู้วิธีการในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความสามารถที่จะทำงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพและกล้าที่จะตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยเจตนารมณ์ในตนเอง (Self-determination)อันจะนำไปสู่การรับรู้ความสามารถของตน และความรู้สึกมีอำนาจในตนเอง (Rotter, 1982)

3.3 เพิ่มโอกาสในการเติบโตทางสายงานด้วยการหมุนเวียนตำแหน่งงาน หรือการเรียนรู้ข้ามสายงาน เพื่อให้พนักงานเกิดการเพิ่มพูนทางด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะในลักษณะงานที่พนักงานสนใจ สิ่งนี้จะสะท้อนถึงการส่งเสริมและสนับสนุนความก้าวหน้าขององค์การที่มีต่อพนักงาน เมื่อพนักงานเห็นความก้าวหน้าในองค์การ ย่อมมีขวัญกำลังใจและพร้อมทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานให้กับองค์การต่อไป

3.4 ออกแบบระบบผลตอบแทนและรางวัลที่เป็นการเสริมแรงทางบวก ทั้งในเรื่องของการยกย่องชมเชย การยอมรับ หรือผลตอบแทนในรูปแบบของตัวเงิน (Incentive) ให้พนักงานเกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาเพื่อเป็นการสร้างกำลังใจ ความภาคภูมิใจในงาน เช่น เมื่อพนักงานแสดงความกล้าตัดสินใจ แก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ระบบการให้รางวัล ยังเสริมให้พนักงานรับรู้คุณค่าและความสามารถของตนเองด้วย

3.5 การส่งเสริม และให้โอกาสพนักงานให้มีส่วนร่วมในงาน การให้อิสระในการตัดสินใจภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของตนเองอย่างเหมาะสม โดยที่องค์การคอยช่วยเหลือและให้การสนับสนุนด้านต่างๆ เช่น ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้และทรัพยากรที่จำเป็นในงาน เพื่อให้พนักงานเกิดพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาด้านเจตนารมณ์ในตนเองขึ้น

3.6 ออกแบบการประชุมเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลป้อนกลับของการปฏิบัติงานตลอดจนผลจากการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ ของพนักงานเพื่อให้พนักงานตระหนักถึงบทบาทและผลลัพธ์จากการทำงานของพวกเขาที่กระทบต่อการทำงานในภาพรวมของร้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การวิจัยเรื่อง การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และ ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ มีความต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะบางประเด็นเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลกับตัวแปรการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงโครงสร้าง การเสริมสร้างพลังอำนาจในเชิงจิตวิทยา และความรู้สึกผูกพันต่อองค์การเพื่อให้สามารถอธิบาย และเปรียบเทียบลักษณะความสัมพันธ์ของระดับตัวแปรต่างๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น อายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อระดับความรู้สึกผูกพันในงานที่แตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับองค์การที่เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ เพื่อขยายขอบเขตของการศึกษากว้างมากขึ้นภายใต้บริบท และวัฒนธรรมของร้านที่ต่างกัน

3. ควรขยายขอบเขตของการศึกษา เช่นเพิ่มเติมตัวแปรในเรื่องของ ประสิทธิภาพของการบริการ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า หรือความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

4. ควรเพิ่มการศึกษาองค์ประกอบย่อยในแต่ละด้านของตัวแปรความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ เช่น ความรู้สึกผูกพันด้านจิตใจ ความรู้สึกผูกพันด้านบรรทัดฐาน และความรู้สึกผูกพันด้านการคงอยู่ เพื่อให้ได้รายละเอียดของระดับความรู้สึกผูกพันในแต่ละด้าน