



อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายใน  
ธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

INFLUENCE OF JOB CHARACTERISTICS AFFECTING THE SERVICE PERFORMANCE  
OF SALESPEOPLE IN RETAIL BUSINESS: MEDIATING ROLE OF MEANINGFUL WORK

ภัทราภรณ์ ธนาการสิทธิ์

อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายใน  
ธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

INFLUENCE OF JOB CHARACTERISTICS AFFECTING THE SERVICE PERFORMANCE  
OF SALESPeOPLE IN RETAIL BUSINESS: MEDIATING ROLE OF MEANINGFUL WORK



PATRAPORN TANAKARNSIT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF ARTS  
(Applied Psychology)

Graduate School, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายใน  
ธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ของ

ภัทราภรณ์ ธนาการสิทธิ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ..... ประธาน  
(อาจารย์ ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลึง) (รองศาสตราจารย์ ดร.ศจีมาจ ณ วิเชียร)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ กลีบบัว)

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยม้งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน
ผู้วิจัย	ภัทรภรณ์ ธนาการสิทธิ์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ปิยพงษ์ คล้ายคลึง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยม้งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก จำนวน 213 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 35.48 ค่า df เท่ากับ 34 ค่า  $\chi^2 / df$  เท่ากับ 1.04 ค่า P-Value เท่ากับ 0.39 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.01 ค่า CFI เท่ากับ 0.99 ค่า TLI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.02 และตัวแปรทั้งหมดในโมเดลการวิจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ได้ร้อยละ 57.90 โดยพบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมทิศทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ( $\beta = 0.46, p < .05$ ) และงานที่มีความหมายมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.76, p < .05$ ) และคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทิศทางบวกต่องานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.61, p < .05$ ) สรุปได้ว่าคุณลักษณะของงาน และงานที่มีความหมาย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในกระบวนการที่ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงาน องค์การสามารถนำไปใช้ในการออกแบบงาน การจัดฝึกอบรม หรือ จัดบรรยาย เพื่อพัฒนาความรู้ ส่งเสริมการรับรู้ให้พนักงานได้รับทราบถึงความสำคัญของงานของตน ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย

คำสำคัญ : ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ, คุณลักษณะของงาน, งานที่มีความหมาย

Title	INFLUENCE OF JOB CHARACTERISTICS AFFECTING THE SERVICE PERFORMANCE OF SALESPeOPLE IN RETAIL BUSINESS: MEDIATING ROLE OF MEANINGFUL WORK
Author	PATRAPORN TANAKARNSIT
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Dr Piyapong Khaikleng

The purposes of this research are as follows: (1) the influence of job characteristics affecting the service performance of salespeople in the retail business; and the (2) the mediation role of meaningful work. The research methodology was conducted by Qualitative Research Methods with the 213 questionnaires in response to salespeople in retail business. It was analyzed using a Structural Equation Modelling program (SEM). Which showed that the model was consistent with the empirical data, and the calculated indices provided good model fit (Chi-Square = 35.48, df = 34, Chi-Square/df = 1.04, P-Value = 0.39, RMSEA = 0.01, CFI = 0.99, TLI = 0.99, SRMR = 0.02) and all variables in the model were accounted for in 57.90%. Job characteristics had a positive indirect effect with statistically significant on service performance through meaningful work in the form of mediator ( $\beta = 0.46$ ,  $p < .05$ ) and meaningful work had a positive effect with statistically significant on service performance ( $\beta = 0.76$ ,  $p < .05$ ) and job characteristics had a positive effect with a statistically significant effect on meaningful work ( $\beta = 0.61$ ,  $p < .05$ ). The results of this research showed that the job characteristics and meaningful work were key factors in the service performance process of employees. Therefore, organizations can use the results for job design, training or giving lectures to enhance knowledge and promote employee awareness. The recognition of the importance of the job may help to improve the service performance of the salespeople.

Keyword : Service performance, Job characteristics, Meaningful work

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย แต่ที่สำคัญที่สุด คือ อาจารย์ ดร.ปิยพงษ์ คล้ายคลึง อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์เล่มนี้ ผู้เป็นที่เคารพของผู้วิจัยเป็นอย่างสูง ที่ได้มอบความรู้ คำแนะนำ การช่วยเหลือ และกำลังใจตลอดการทำปริญญาานิพนธ์ในครั้งนี้จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งและขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยุทธ กลีบบัว ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ กำลังใจ อีกทั้งกรุณาสละเวลาอันมีค่าเป็นกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์และมุมมองในการพัฒนาปริญญาานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ศจีมาจ ณ วิเชียร ประธานกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์เพื่อช่วยให้ปริญญาานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรจิตวิทยาประยุกต์ทุกท่านที่มอบความรู้แก่ผู้วิจัย ทำให้การดำเนินการในปริญญาานิพนธ์นี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณนักวิจัยทุกท่านที่ได้กล่าวถึงและอ้างอิงถึงในปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อนจิตวิทยาประยุกต์รุ่นที่ 5 ที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้นการศึกษาจนสิ้นสุดการทำปริญญาานิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยเดินทางไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก ที่มอบโอกาสที่สำคัญทางการศึกษา เป็นกำลังใจและพร้อมสนับสนุน อีกทั้งเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยก้าวไปสู่มุ่งหมาย จนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ภัทราภรณ์ ธนาการสิทธิ์

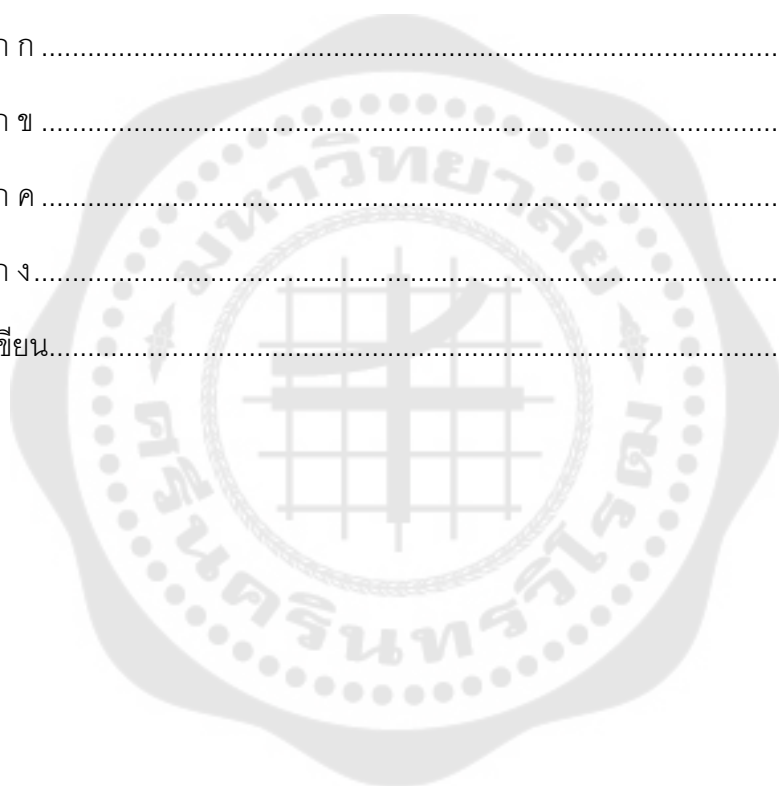
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ .....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	4
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	4
ความสำคัญของการวิจัย .....	4
ขอบเขตการวิจัย .....	5
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance) .....	9
1.1 ความหมายของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ .....	9
1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ .....	10
1.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ .....	13



2. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย (Meaningful work).....	15
2.1 ความหมายของงานที่มีความหมาย .....	15
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย .....	16
2.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย .....	19
3. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน (Job Characteristics) .....	22
3.1 ความหมายของคุณลักษณะของงาน .....	22
3.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน .....	23
3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน .....	27
4. กรอบแนวคิดการวิจัย .....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	32
2. เครื่องมือในการวิจัย .....	34
3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	36
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	42
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
6. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 4.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในโมเดล และค่าสถิติบรรยายของ ตัวแปรวิจัย .....	45
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัย .....	49
ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ .....	51
บทที่ 5.....	53

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	53
ผลการวิจัย .....	55
อภิปรายผลการวิจัย .....	56
ข้อเสนอแนะ .....	59
บรรณานุกรม .....	62
ภาคผนวก.....	68
ภาคผนวก ก .....	69
ภาคผนวก ข .....	72
ภาคผนวก ค .....	74
ภาคผนวก ง.....	81
ประวัติผู้เขียน.....	87



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ข้อคำถามในแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ.....	12
ตาราง 2 ข้อคำถามในแบบวัด The work as meaning inventory (WAMI) .....	19
ตาราง 3 ข้อคำถามในแบบวัด Job Characteristics .....	27
ตาราง 4 ตารางสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง .....	33
ตาราง 5 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ .....	34
ตาราง 6 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดงานที่มีความหมาย .....	35
ตาราง 7 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดคุณลักษณะของงาน.....	36
ตาราง 8 โครงสร้างเนื้อหาแบบวัดคุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการ.....	37
ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปร ในงานวิจัย.....	38
ตาราง 10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัดผลการ ปฏิบัติงานด้านการให้บริการ.....	40
ตาราง 11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัดงานที่มี ความหมาย .....	41
ตาราง 12 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัด คุณลักษณะของงาน .....	42
ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง.....	46
ตาราง 14 ตารางวิเคราะห์ค่าสถิติบรรยายของตัวแปรวิจัย .....	49
ตาราง 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่สังเกตได้ .....	50

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ผลรวมอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของอิทธิพลของ คุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้า ปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน .....	52
--	----



## สารบัญรูปร่าง

	หน้า
ภาพประกอบ 1: โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ .....	12
ภาพประกอบ 2: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงาน และผลการปฏิบัติงานด้านการ ให้บริการ .....	15
ภาพประกอบ 3: โมเดลการวัดงานที่มีความหมาย .....	18
ภาพประกอบ 4: ความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงานด้านการ ให้บริการ .....	22
ภาพประกอบ 5: โมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) .....	25
ภาพประกอบ 6: โมเดลการวัดคุณลักษณะของงาน .....	27
ภาพประกอบ 7: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงาน และงานที่มีความหมาย .....	30
ภาพประกอบ 8: กรอบแนวคิดการวิจัย .....	31
ภาพประกอบ 9 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ.....	40
ภาพประกอบ 10 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันงานที่มีความหมาย.....	41
ภาพประกอบ 11 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันคุณลักษณะของงาน.....	42
ภาพประกอบ 12 แสดงผลการทดสอบความสอดคล้องโมเดลอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มี ความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน .....	52

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า เนื่องจากผู้ประกอบการค้าปลีกมีเพิ่มขึ้นทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็ก อีกทั้งการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สภาวะทางการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น บทบาทหน้าที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าหรือบริการ เพื่อสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าแต่ละราย (พัชรารภรณ์ เลขยันต์, 2559) และจากแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565-2567 (วิจัยกรุงศรี, 2565) พบว่า ธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.0 - 3.5 ต่อปี โดยมีปัจจัยหนุนจากกำลังซื้อในประเทศที่ทยอยฟื้นตัวตามทิศทางเศรษฐกิจ จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการใช้จ่ายของภาครัฐ และการฟื้นตัวจากการใช้จ่ายของประชาชน นอกจากนี้ธุรกิจค้าปลีกยังเติบโตมาจากการที่ผู้ประกอบการมีการเร่งปรับตัว เพื่อขยายฐานรายได้และกลุ่มลูกค้าในระยะยาว ซึ่งมุ่งเน้นที่การขยายสาขาเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ดังนั้นองค์กรธุรกิจค้าปลีกจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง รวมถึงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ ดังนั้นผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจค้าปลีก

พนักงานขายมีบทบาทความสำคัญในฐานะตัวแทนขององค์กรที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จากหลักฐานเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่สามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะส่งผลให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะประเมินการบริการที่ดี นำไปสู่การเพิ่มปริมาณการซื้อและความถี่ของการเข้าใช้บริการในอนาคต (Amyx & Bhuian, 2009; Liao & Chuang, 2004; Raub & Liao, 2012) เมื่อองค์กรมีพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่ดี มีคุณภาพสูงถือเป็นกลยุทธ์ในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ (Walumbwa, Hsu, Wu, Misati, & Christensen-Salem, 2019) และการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการ

ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานจึงเป็นแนวทางปรับปรุง พัฒนา และยกระดับมาตรฐาน การปฏิบัติงานของการบริการขององค์กร

ทั้งนี้ปัญหาเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานยังพบจาก ผลงานวิจัยของนักวิชาการที่สนใจอย่างหลากหลาย (de Waal, van Nierop, & Sloot, 2017; Johns & Howard, 1998; Liao & Chuang, 2004) ไม่ว่าจะเป็นปัญหาผลการปฏิบัติงานของ พนักงานที่มีประสิทธิภาพการทำงานลดลง การตอบสนองต่อตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกที่เน้นการแข่งขันด้านการให้บริการเป็นหลัก จึง เป็นที่มาให้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานในธุรกิจค้าปลีกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันทางกลยุทธ์ของธุรกิจต่อไป

แนวคิดการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรนั้นมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับการ ให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ต่างกันตามบริบทขององค์กร พนักงาน หรือสภาพแวดล้อมของ การทำงาน แนวคิดหนึ่งที่สำคัญกับการออกแบบให้สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ให้กับพนักงานจนประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามเป้าหมายนั้นคือ แนวคิดโมเดล คุณลักษณะของงานที่นำเสนอโดย Hackman and Oldham (1976) สาระสำคัญของแนวคิดนี้มุ่ง ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของงานกับสภาวะทางจิตใจทั้ง 3 สภาวะ ได้แก่ 1) ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) 2) ความรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Responsibility for work outcomes) และ 3) องค์ ความรู้ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Knowledge of the actual results) ทั้งนี้สภาวะทางจิตใจที่เกิดจาก ตัวแปรคุณลักษณะของงาน (Job characteristics) หลายองค์ประกอบ คือ ประสบการณ์การ ทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) หรืองานที่มีความหมาย (Meaningful work) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตัวแปรความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) เอกลักษณ์ของงาน (Task identity) และความสำคัญของงาน (Task significance) จาก ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่ผลลัพธ์อันได้แก่ แรงจูงใจภายในที่เพิ่มสูงขึ้น ผลการปฏิบัติงาน สูงขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น และอัตราการขาดงานและการลาออกลดน้อยลง

จากโมเดลคุณลักษณะของงาน สามารถอธิบายได้ด้วยงานวิจัยที่เผยแพร่จำนวนมาก เช่น Allan (2017) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน โดย มุ่งงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดโมเดล

คุณลักษณะของงาน และมุ่งเน้นศึกษาไปที่ตัวแปรส่งผ่านอย่างงานที่มีความหมายในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและความสำคัญของงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลลัพธ์โดยที่งานนั้น ๆ ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัตินั้นมีมีความหมายต่อตนเอง

บริบทการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งอ้างอิงตามโมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) พบว่าคุณลักษณะของงานใน 3 มิติ ส่งผลถึงงานที่มีความหมายและนำไปสู่ผลลัพธ์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคุณลักษณะของงานเป็น 3 มิติของงานตามคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) คือ 1) ความหลากหลายของทักษะ 2) เอกลักษณะของงาน และ 3) ความสำคัญของงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับงานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ แต่ยังไม่พบการศึกษาการทำหน้าที่เป็นตัวส่งผ่านของงานที่มีความหมายระหว่างคุณลักษณะของงาน กับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในธุรกิจค้าปลีกที่จะสามารถนำมาอธิบายในบริบทของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมียงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน เป็นช่องว่างแห่งการเติมเต็มความรู้

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมียงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงอิทธิพลของ คุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมายที่มีต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาพนักงานขายได้อย่างเหมาะสม นำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการ



ให้บริการของพนักงานขาย ให้มีการบริการที่ดี มีคุณภาพสูง และรักษาข้อได้เปรียบทางกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ

### คำถามวิจัย

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมายและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก มีลักษณะอย่างไร

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

### ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาน่าจะก่อให้เกิดคุณค่าต่อทั้งทางด้านองค์ความรู้และด้านการนำไปใช้ ดังนี้

#### ด้านองค์ความรู้

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้เกี่ยวกับอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวมากยิ่งขึ้น และรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของงานมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายได้ รวมไปถึงการได้มาซึ่งองค์ความรู้จากการศึกษาคุณลักษณะของงานร่วมกับงานที่มีความหมายซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยทำให้ตระหนักถึงงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการให้เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

#### ด้านการนำไปใช้

1.องค์กรได้ทราบถึงระดับอิทธิพลของคุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ เป็นแนวทางกำหนดนโยบาย วางแผนการส่งเสริมและพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายได้อย่างเหมาะสม

2.ฝ่ายบุคคลสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในด้านการออกแบบลักษณะของงาน วางแผนรูปแบบงาน การจัดกิจกรรม การฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถให้แก่พนักงาน ซึ่งนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย

3.องค์กรในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย

## ขอบเขตการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกที่ปฏิบัติงานหน้าสาขา โดยมีลักษณะงาน คือ ปฏิบัติงานในพื้นที่ขาย เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีบทบาทหน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 594 คน จาก 66 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกที่เป็นพนักงานประจำ ตั้งแต่ตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการสาขาที่ทำงานให้บริการลูกค้าหน้าสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling: SEM) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ตามสูตรของ Kline (2011) อ้างถึงใน (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, 2557) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีอย่างน้อย 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 110 - 220 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันกลุ่มตัวอย่างไม่ตอบกลับหรือข้อมูลไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีกร้อยละ 20 เป็น 264 คน (สาขาละ 4 คน) และคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่สมบูรณ์ จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 คน

#### ตัวแปรที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่

1. **คุณลักษณะของงาน (Job characteristics)** ตัวแปรแฝงภายนอก วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

1.1 ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety)

1.2 เอกลักษณะของงาน (Task identity)

1.3 ความสำคัญของงาน (Task significance)

2. ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance) ตัวแปรแฝงภายใน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

2.1 ความเป็นรูปธรรม (Tangible)

2.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

2.3 การตอบสนอง (Responsiveness)

2.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance)

2.5 ความเอาใจใส่ (Empathy)

3. งานที่มีความหมาย (Meaningful work) ตัวแปรแฝงภายใน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

3.1 ความหมายทางบวกของงาน (Positive meaning in work)

3.2 การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (Meaning making through work)

3.3 แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (Greater good motivation)

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พนักงานขาย หมายถึง พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นพนักงานปฏิบัติงานประจำการอยู่หน้าสาขา โดยมีลักษณะงาน คือ ปฏิบัติงานให้บริการแก่ลูกค้าในพื้นที่ขาย มีบทบาทหน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่การต้อนรับลูกค้า จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า หาสินค้า อธิบายรายละเอียดสินค้า และโปรโมชันจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า คิดราคาสินค้า รวมทั้งดูแลสต็อก จัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อยดูน่าซื้อ และดูแลความสะอาดของสาขา

2. บริษัทธุรกิจค้าปลีก หมายถึง บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีหน้าร้านเป็นหลักแหล่ง และมีสาขากระจายตามสถานที่ตั้ง ให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าใช้บริการได้โดยตรง

#### นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานถึงความสามารถในการให้บริการลูกค้า โดยการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้เลือกใช้อำนาจประกอบในการวัดตามการศึกษาของ Amyx and Bhuian (2009) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1.1 ความเป็นรูปธรรม (Tangible) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานด้านพฤติกรรม การเตรียมความพร้อม สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการลูกค้าทางกายภาพที่สามารถมองเห็นได้ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงลักษณะภายนอกของพนักงาน

1.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานด้านความสามารถของตนในการให้บริการตามสัญญาอย่างถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ

1.3 การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานด้านความเต็มใจในการบริการ พร้อมที่ให้ความช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

1.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานด้านความรู้ความสามารถในการให้บริการของตน มีความสุภาพ และมารยาทที่ดีในการให้บริการ ที่สามารถสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

1.5 ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานด้านพฤติกรรม การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าแต่ละบุคคลอย่างทั่วถึง

2. งานที่มีความหมาย (Meaningful work) หมายถึง ระดับการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์การทำงานของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานของตน ว่าเป็นงานที่มีคุณค่า มีความสำคัญ และคุ้มค่าที่จะทำ ซึ่งแต่ละบุคคลมีการตีความหมายตามบทบาท บริบท หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยความหมายของงานเหล่านั้นจะเป็นความหมายในเชิงบวกสำหรับบุคคล สำหรับการวัดงานที่มีความหมายในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้องค์ประกอบในการวัดตามการศึกษาของ Steger, Dik, and Duffy (2012) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1 ความหมายทางบวกของงาน (Positive meaning in work) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานที่มีต่องานของตนว่าเป็นงานที่มีความสำคัญ และมีความหมาย

2.2 การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (Meaning making through work) หมายถึง การรับรู้ของพนักงานที่มีต่องานของตนว่าจะช่วยเอื้อต่อการพัฒนาของตนเอง เข้าใจตนเอง บริบทการทำงาน และสิ่งรอบตัวได้ดียิ่งขึ้น

2.3 แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (Greater good motivation) หมายถึง ความปรารถนาของพนักงานที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งที่ดีกว่าไม่ว่าจะเป็นตัวงาน หรือบุคคลอื่น

3. คุณลักษณะของงาน (Job characteristics) หมายถึง รูปแบบของงานและบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบของงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะความสามารถในการทำงานให้สามารถ

บรรลุผลลัพธ์ความสำเร็จ ตลอดจนการให้ความสำคัญของงาน สำหรับการวัดคุณลักษณะของงาน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้อิงค์ประกอบในการวัดตามการศึกษาของ Blanz (2017) ซึ่งได้ ดัดแปลงมาจากแบบวัด Job diagnostic survey: JDS ของ Hackman and Oldham (1975) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

3.1 ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) หมายถึง การรับรู้ระดับความ หลากหลายที่ให้นักงานใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถที่หลากหลายในการดำเนินงานให้ เกิดผลสำเร็จ และการมีส่วนร่วมในการทำงานที่ทำหาย

3.2 เอกลักษณะของงาน (Task identity) หมายถึง การรับรู้ระดับความสมบูรณ์ ของงานที่ทำให้พนักงานสามารถมีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานจนได้ผลลัพธ์ที่เสร็จสมบูรณ์ และมีความสามารถบรรยายละเอียด ขั้นตอนการปฏิบัติงานได้ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ดำเนินงาน และมีความสามารถมองเห็นผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานนั้นได้อย่างชัดเจน

3.3 ความสำคัญ ของงาน (Task significance) หมายถึง การรับรู้ระดับ ความสำคัญของงานที่สามารถสร้างผลกระทบต่องานแก่บุคคลอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือ ภายนอกองค์กร

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาผู้วิจัย  
ขอนำเสนอรายละเอียดตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ
  - 1.1 ความหมายของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ
  - 1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ
  - 1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ
2. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย
  - 2.1 ความหมายของงานที่มีความหมาย
  - 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย
  - 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย
3. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน
  - 3.1 ความหมายของคุณลักษณะของงาน
  - 3.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน
  - 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน
4. กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 1. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance)

การนำเสนอแนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1.1) ความหมายของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ 2.2) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ และ 2.3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1 ความหมายของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงาน (Performance) พบว่านักวิจัยได้กำหนดและให้คำจำกัดความของงานผลการปฏิบัติงานว่าหมายถึง พฤติกรรม บทบาทหรือการกระทำของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายขององค์กรและอยู่ภายใต้การควบคุมของพนักงานแต่ละบุคคล (Frimpong & Wilson, 2013; Liao & Chuang, 2004) และสำหรับ

ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance) พบว่านักวิจัย (Liao & Chuang, 2004; Raub & Liao, 2012) ได้ให้คำจำกัดความของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการว่าหมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการและช่วยเหลือลูกค้า โดยเป็นไปตามรายละเอียด ระเบียบของการทำงาน และมาตรฐานการให้บริการของพนักงาน นอกจากนี้ Luangsakdapich (2020) ได้ให้คำจำกัดความของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการว่าหมายถึง ผลลัพธ์ของกิจกรรมการให้บริการที่วัดได้จากยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และประสิทธิภาพโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปคำจำกัดความของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการได้ว่า ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการหมายถึง พฤติกรรมในการให้บริการและช่วยเหลือลูกค้า โดยเป็นไปตามรายละเอียด ระเบียบของการทำงาน และมาตรฐานขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า

## 1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจโดยเฉพาะในธุรกิจการบริการ เนื่องจากผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่ความพึงพอใจของลูกค้ามักมาจากประสบการณ์ในการปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับพนักงานบริการ และการบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นพนักงานบริการจึงมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กรที่เป็นบุคคลแนวหน้าที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง จากหลักฐานเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่สามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะส่งผลให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะประเมินการบริการที่ดี นำไปสู่การเพิ่มปริมาณการซื้อและความถี่ของการเข้าใช้บริการในอนาคต (Liao & Chuang, 2004; Raub & Liao, 2012) ดังนั้นเมื่อองค์กรมีพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่ดี มีคุณภาพสูงถือเป็นกลยุทธ์ในการทำกำไรและการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากส่งผลทำให้บริษัทมีลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น และการสูญเสียลูกค้าลดน้อยลง อีกทั้งลูกค้าเดิมก็ยังคงอยู่ (Shepherd, 1999; Walumbwa et al., 2019)

แนวคิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการได้ถูกเสนอโดย Cronin Jr and Taylor (1992) ซึ่งมีการพัฒนาแนวคิดโดยอาศัยแนวความคิดพื้นฐานมาจากแนวความคิดคุณภาพของการบริการ (Service quality) ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ที่เดิมทีเสนอเครื่องมือที่ชื่อว่า "SERVQUAL" สำหรับการวัดคุณภาพการบริการโดย พิจารณาที่ความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งความคาดหวังของลูกค้านับเป็นการวัดความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับ และความพึงพอใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อมากกว่าคุณภาพการบริการ Cronin Jr and Taylor (1992) จึงได้เสนอเครื่องมือวัดที่ชื่อว่า "SERVPERF" เป็นเครื่องมือวัดผลการปฏิบัติงานด้านการ

ให้บริการที่ดัดแปลงมาจาก SERVQUAL ที่เน้นมุมมองของผลการปฏิบัติงาน โดยได้มีการนำส่วนของความคาดหวังออก จากเดิมที่มีข้อคำถามจำนวน 44 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามด้านความคาดหวัง จำนวน 22 ข้อ และข้อคำถามด้านผลการปฏิบัติงาน จำนวน 22 ข้อ ให้เหลือเพียงข้อคำถามในมิติเดียวสำหรับการวัดด้านผลการปฏิบัติงาน จำนวน 22 ข้อ

เครื่องมือ SERVPERF ยังคงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำไปปรับใช้กับงานวิจัยเกี่ยวกับงานบริการต่าง ๆ มากมาย ให้เหมาะสมตามบริบทของการศึกษานั้น ๆ เช่น (Amyx & Bhuian, 2009; Shepherd, 1999; Simões et al., 2020) เนื่องจากเครื่องมือ SERVPERF เป็นเครื่องมือที่มีความง่ายต่อการตีความแนวคิด และการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ เพราะได้มีการนำส่วนของความคาดหวังออก โดยพิจารณาเฉพาะการรับรู้ของลูกค้าเท่านั้น อีกทั้งยังใช้เวลาในการใช้เครื่องมือน้อยลง จากการลดจำนวนข้อคำถามของแบบวัดลง 50% ทำให้ผู้เข้าร่วมมีแรงจูงใจและเต็มใจที่จะร่วมมือกับการศึกษาวิจัยมากขึ้น (Simões et al., 2020)

สำหรับองค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการยังคงไว้ตามแนวคิดของ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1.1 ความเป็นรูปธรรม (Tangible) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการทางกายภาพที่สามารถมองเห็นได้ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และลักษณะภายนอกของพนักงาน

1.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาอย่างถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ

1.3 การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการบริการ พร้อมที่ให้ความช่วยเหลือ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

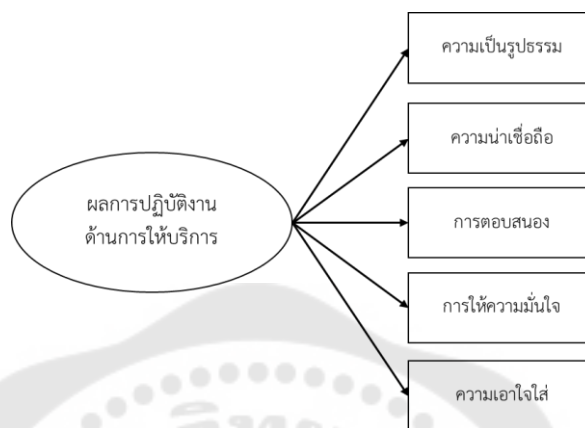
1.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีความสุภาพ และมารยาทที่ดีในการให้บริการ ที่สามารถสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

1.5 ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าแต่ละบุคคลอย่างทั่วถึง

โดยสรุปผู้วิจัยได้เลือกใช้อำนาจองค์ประกอบผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ที่ได้ถูกเสนอโดย Parasuraman et al. (1988) ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรม 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนอง 4) การให้ความมั่นใจ 5) ความเอาใจใส่ และเลือกใช้แบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการทั้ง 5 องค์ประกอบที่เสนอโดย Amyx and Bhuian (2009) ซึ่งได้มีการพัฒนาและปรับปรุงมาจากแบบวัดของ Shepherd (1999) โดยมีรากฐานเดิมตามแนวคิดของ Cronin Jr and Taylor (1992) มีข้อคำถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 14 ข้อ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย คือ 1) ความเป็นรูปธรรม จำนวน



1 ข้อ 2) ความน่าเชื่อถือ จำนวน 2 ข้อ 3) การตอบสนอง จำนวน 4 ข้อ 4) การให้ความมั่นใจ จำนวน 3 ข้อ และ 5) ความเอาใจใส่ จำนวน 4 ข้อ โดยลักษณะแบบวัดเป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง



ภาพประกอบ 1: โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

ตาราง 1 ข้อคำถามในแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

องค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ	ข้อที่	ข้อคำถาม
ความเป็นรูปธรรม	1	พนักงานชายมีภาพลักษณ์ที่มีความมีระเบียบเรียบร้อย
ความน่าเชื่อถือ	2	เมื่อมีปัญหา พนักงานชายแก้ปัญหาด้วยความจริงจัง
	3	พนักงานชายให้บริการได้ทันเวลาและมีผลการบริการเป็นไปตามที่ตกลงไว้
การตอบสนอง	4	พนักงานชายให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการบริการ
	5	พนักงานชายให้การบริการที่เหมาะสม
	6	พนักงานชายเต็มใจให้บริการกับฉัน
	7	พนักงานชายมีเวลาในการตอบพุดคุยกับฉัน
การให้ความมั่นใจ	8	ฉันมีความมั่นใจในการบริการของพนักงานชาย
	9	ฉันรู้สึกได้รับการประกันการบริการจากพนักงานชาย
	10	พนักงานชายให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ
ความเอาใจใส่	11	ฉันสามารถติดต่อพนักงานชายได้ง่ายและสะดวก
	12	พนักงานชายมีเวลาให้บริการเมื่อฉันร้องขอ
	13	พนักงานชายให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล
	14	พนักงานชายให้ความสนใจลูกค้าด้วยใจบริการ

ที่มา : Amyx and Bhuian (2009)

### 1.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการเป็นตัวแปรที่ถูกให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น จากการตอบสนองต่อตลาดที่มีอัตราการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกที่เน้นการแข่งขันด้านการให้บริการเป็นหลัก (de Waal et al., 2017; Liao & Chuang, 2004) เช่น ในงานวิจัยของ Min (2010) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านการบริการ ซึ่งได้ทำการเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจค้าปลีกโดยใช้กระบวนการลำดับชั้นการวิเคราะห์ (Analytic hierarchy process) โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อช่วยให้องค์กรธุรกิจค้าปลีกจัดลำดับความสำคัญ ระบุจุดอ่อน และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขการบริการ เพื่อให้ยังคงรักษาฐานลูกค้าของตนในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจไม่แน่นอน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า คุณลักษณะของบริการที่สำคัญที่สุดต่อความประทับใจของลูกค้าในธุรกิจในด้านคุณภาพการบริการ คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามด้วยความสะอาดของร้าน ราคาที่แข่งขันได้ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการชำระเงินที่รวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งผลจากการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อแนวทางปฏิบัติที่ธุรกิจค้าปลีกจะสามารถรับมือกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง โดยการวัดผลการบริการเทียบกับคู่แข่งชั้นนำและปรับปรุงผลการปฏิบัติงานด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Shepherd (1999) ที่ได้ทำการพัฒนาเครื่องมือวัด "SERVPERF" ให้เหมาะกับบริบทของพนักงานขายมากขึ้น ซึ่งการศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาถึงความเชื่อมโยงระหว่างพนักงานขายกับคุณภาพการบริการ ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพนักงานขายมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นอีกว่า บริษัทต่าง ๆ สามารถนำเครื่องมือดังกล่าวไปใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย ในกระบวนการจัดการการขายได้อย่างไร เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

งานวิจัยของ (Rasyida, Ulkhaq, Setiowati, & Setyorini, 2016) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานบริการในสนามบิน ประเทศอินโดนีเซีย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามบินหลากหลายอาชีพเป็นจำนวน 100 คน โดยใช้เครื่องมือวัด SERVPERF และองค์ประกอบผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ 5 องค์ประกอบตามแนวคิดของ Cronin Jr and Taylor (1992) พบว่า คะแนนผลการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานบริการในสนามบินอยู่ในเกณฑ์ต่ำ หมายความว่าลูกค้าไม่ได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอ นอกจากนี้ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการมีประโยชน์มากสำหรับองค์กร สำหรับการประเมินการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ สามารถนำไปสู่การจัดลำดับความสำคัญในการปรับปรุง

จุดอ่อนของบริการ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานคุณภาพ และสร้างความตระหนักว่าการรักษาคุณภาพการบริการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาพนักงานและองค์กร

งานวิจัยของ Liao and Chuang (2004) ที่ได้ศึกษาพระระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานและลูกค้า กับกลุ่มตัวอย่างระดับพนักงานจำนวน 257 คน พนักงานระดับผู้จัดการ 44 คน และลูกค้า 1,993 คนจากร้านอาหาร 25 แห่ง จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้งในระดับบุคคลและระดับร้านค้ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

งานวิจัยของ Amyx and Bhuian (2009) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและสร้างเครื่องมือวัดชื่อว่า "SALESPERF" โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อสร้างเครื่องมือวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการให้เหมาะสมกับบริบทของพนักงานขายผู้ซึ่งเป็นผู้ส่งมอบบริการลูกค้าให้โดยตรงมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าของสำนักพิมพ์ที่มีการติดต่อสื่อสารกับพนักงานขาย จำนวน 116 คน เป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการพัฒนาเครื่องมือต่อจากเครื่องมือวัดของ Shepherd (1999) เดิมทีที่มีจำนวนข้อคำถาม 21 ข้อ หลังจากนั้นนำไปปรับแต่งถ้อยคำ ตัดความทับซ้อนของข้อคำถามให้เหมาะสม และผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) กับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เหลือข้อคำถามเป็นจำนวน 14 ข้อ สำหรับการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

Walumbwa et al. (2019) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการและความตั้งใจในการลาออก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งทำการวัดจากอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน บรรยากาศการให้บริการ และงานที่มีความหมายพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการให้บริการกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในระดับบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการให้บริการกับความตั้งใจในการลาออก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านนั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออก

งานวิจัยของ Allan (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงาน และมุ่งเน้นศึกษาไปที่ตัวแปรส่งผ่านอย่างงานที่มีความหมายในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน ผลจากการวิจัย

พบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและความสำคัญของงาน อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลลัพธ์โดยที่งานนั้นๆส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัตินั้นมี ความหมายต่อตนเอง

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ นับแปรหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจเพิ่มมากขึ้นในแวดวงธุรกิจการบริการ จากการตอบสนองต่อตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีก เพื่อ นำไปสู่การพัฒนาการบุคลากร และการบริการให้สามารถแข่งขันได้ โดยสำหรับการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการก็ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทนั้น ๆ ยิ่งขึ้น และจากงานวิจัยข้างต้นได้มีการระบุถึงงานที่มีความหมายว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ นอกจากนี้งานที่มีความหมายมักเป็นตัวแปรสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะของงานกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ จากความสัมพันธ์ดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่าคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพประกอบ 2: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงาน และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

## 2. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย (Meaningful work)

การนำเสนอแนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 2.1) ความหมายของงานที่มีความหมาย 2.2) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย และ 2.3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 ความหมายของงานที่มีความหมาย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย (Meaningful work) พบว่า นักวิชาการและนักวิจัยหลากหลายท่าน เช่น (Hackman & Oldham,

1976; May, Gilson, & Harter, 2004; Pratt & Ashforth, 2003) ได้ให้คำจำกัดความของงานที่มีความหมายไว้ไปในทิศทางเดียวกันว่าหมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย ความสำคัญ และบริบทของงานของผู้ปฏิบัติงานว่าเป็นงานที่มีคุณค่า มีความสำคัญ คุ่มค่าที่จะทำ ซึ่งการตีความหมายนั้นขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละบุคคลตามอุดมคติ หรือมาตรฐานของบุคคล

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายของงานที่มีความหมาย เช่น Rosso, Dekas, and Wrzesniewski (2010) ได้ขยายความเพิ่มเติมว่างานที่มีความหมายหมายถึงประสบการณ์การทำงานที่มีความสำคัญ และมีความหมายในเชิงบวกสำหรับบุคคล ซึ่งจากคำจำกัดความของงานที่มีความหมายที่นักวิชาการหลากหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Steger et al. (2012) ที่ได้ให้ความหมายของงานที่มีความหมายไว้ว่าหมายถึงงานที่มีทั้งความสำคัญ และมีความหมายเชิงบวกสำหรับบุคคล อีกทั้งเป็นประสบการณ์ที่ดีในการทำงาน ซึ่งจะทำให้บุคคลสามารถรับรู้ได้ว่างานของตนเป็นเส้นทางนำไปสู่สิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่า

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปคำจำกัดความของงานที่มีความหมายได้ว่า หมายถึง ระดับการรับรู้ถึงจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์การทำงานของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานของตน ว่าเป็นงานที่มีคุณค่า มีความสำคัญ และคุ่มค่าที่จะทำ ซึ่งแต่ละบุคคลมีการตีความหมายตามบทบาท บริบท หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยความหมายของงานเหล่านั้นจะเป็นความหมายในเชิงบวกสำหรับบุคคล และเป็นเส้นทางนำไปสู่สิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่า

## 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย

งานที่มีความหมายได้กลายเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจของนักวิชาการ และนักวิจัยหลากหลายท่านในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ของบุคคลและองค์กร เช่น ความยืดหยุ่นผูกพันในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน ความพึงพอใจในชีวิต ความหมายของชีวิต สุขภาพโดยทั่วไป พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น (Allan, Batz-Barbarich, Sterling, & Tay, 2019; Bailey, Yeoman, Madden, Thompson, & Kerridge, 2019; Fürstenberg, Alfes, & Shantz, 2021) ซึ่งเดิมทีการศึกษาเกี่ยวกับงานที่มีความหมายได้กำหนดแนวคิดของงานที่มีความหมายในมิติเดียว ผนวกกับการรับรู้ของบุคคลในมุมมองของงานที่มีคุณค่า และมีความสำคัญตามแนวคิดทฤษฎีคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) ที่ได้เสนอว่า งานที่มีความหมาย คือ ระดับที่บุคคลรู้สึกว่างานที่ทำนั้นเป็นงานที่มีคุณค่า คุ่มค่าที่จะทำ และมีความสำคัญ

ต่อมาได้มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับงานที่มีความหมายโดยเพิ่มมิติและมุมมอง เช่น มุมมองตนเอง มีการนำแนวคิดนี้มาประกอบกับมุมมองต่าง ๆ ของตนเอง (Self) ยกตัวอย่างเช่น การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-actualization) การเติบโตของแต่ละบุคคล (Personal growth) และมุมมองบุคคลอื่น มีการนำแนวคิดนี้มาประกอบกับบุคคลอื่น (Other) ยกตัวอย่างเช่น พฤติกรรมช่วยเหลือผู้อื่น (Helping others) การมีส่วนร่วมทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่า (Contributing to the greater good) ซึ่งแนวคิดแบบหลากมิตินั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดประสบการณ์เกี่ยวกับการมีความหมายของงาน ดังนั้น การรับรู้ของบุคคลนั้นจะเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดประสบการณ์เกี่ยวกับการมีความหมายของงาน Allan et al. (2019) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rosso et al. (2010) ที่ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของงานที่มีความหมายพบว่า มีที่มาจาก 4 แหล่ง คือ 1) ตัวบุคคล (Self) 2) ผู้อื่น (Other) 3) บริบทการทำงาน (The work context) และ 4) จิตวิญญาณ (Spiritual life) ซึ่ง Rosso et al. (2010) ยังได้เสนอว่างานที่มีความหมายสามารถเกิดได้จากกระบวนการทางจิตวิทยาหลายแบบ ซึ่งสามารถจัดหมวดหมู่ได้เป็น 7 หมวดหมู่ ดังนี้ 1) งานทำให้บุคคลได้เป็นตัวเองอย่างแท้จริง (Authenticity) 2) รู้สึกมีความสามารถ (Self-efficacy) 3) เห็นคุณค่าแห่งตน (Self-esteem) 4) รู้สึกมีเป้าหมาย (Purpose) 5) รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Belongingness) 6) เกิดประสบการณ์ที่เหนือตนเอง (Transcendence) 7) การสร้างวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการสร้างความหมายของงาน (Cultural and interpersonal sensemaking)

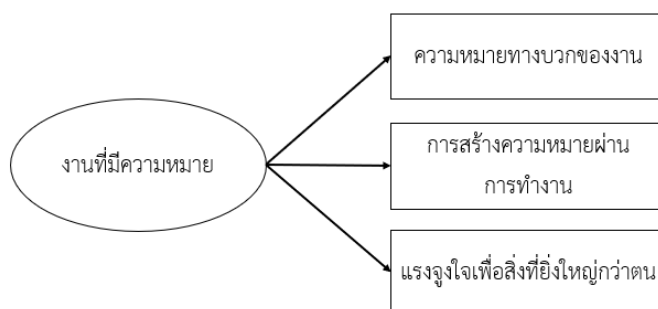
Steger et al. (2012) กำหนดนิยามองค์ประกอบของงานที่มีความหมาย ซึ่งได้แบ่งองค์ประกอบของงานที่มีความหมายตามประสบการณ์ของบุคคล โดยอาศัยกรอบแนวคิดของ Rosso et al. (2010) ไว้ดังนี้

1. ความหมายทางบวกของงาน (Positive meaning in work) เป็นมิติการสะท้อนแนวคิดของงานที่มีความหมายทางจิตวิทยาอย่างตรงไปตรงมาตามแนวคิดของ Hackman and Oldham (1976) และ Rosso et al. (2010) ซึ่งหมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่องานของตนว่าเป็นงานที่มีความสำคัญ และมีความหมาย โดยตัดสินตามประสบการณ์ส่วนบุคคล
2. การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (Meaning making through work) เป็นมิติการเชื่อมโยงระหว่างงานกับความหมายในชีวิตของบุคคล ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาของบุคคล ให้มีความเข้าใจทั้งในตนเอง บริบทการทำงาน และสิ่งรอบตัวได้ดียิ่งขึ้นผ่านงานที่ทำ
3. แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (Greater good motivation) หมายถึง ความปรารถนาของบุคคลที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งที่ดีกว่า โดยเชื่อว่างานจะมีคุณค่าและความหมายมากที่สุด เมื่องานนั้นส่งผลกระทบเชิงบวกต่อบุคคลอื่นไปในวงกว้าง

โดยสรุปแล้วแนวคิดหลากหลายมิติของงานที่มีความหมายนั้น จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงกระบวนการ หรือ มุมมองกับประสบการณ์ที่ได้รับ เช่น การส่งต่อประสบการณ์ในเชิงบวกจะทำให้ผลลัพธ์ออกมาในเชิง บวก ซึ่งจะทำให้มีแนวโน้มที่ประสบการณ์นั้นจะเป็นตัวแปรให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่มี ความหมาย (Lips-Wiersma & Wright, 2012) ในทางกลับกันแนวคิดงานที่มีความหมายแบบมิติ เดียวที่ผนวกกับการรับรู้ของบุคคลให้เกิดงานที่มีความหมาย อาจสรุปได้ว่าส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด ของประสบการณ์นั้นจะส่งผลต่อแนวคิดแบบหลากหลายมิติเช่นกัน เพราะ การมีประสบการณ์เกี่ยวกับงาน ที่มีความหมายนั้นเป็นเรื่องส่วนบุคคล

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้อำนาจประกอบงานที่มีความหมาย 3 องค์ประกอบที่ถูกเสนอ โดย Steger et al. (2012) ได้แก่ 1) ความหมายทางบวกของงาน 2) การสร้างความหมายผ่านการทำงาน และ 3) แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน

สำหรับการวัดงานที่มีความหมาย แบบวัดที่ถูกนำไปและถูกปรับใช้ในหลากหลายภาษา เช่น ภาษาบราซิล ภาษาสเปน และภาษาอินโดนีเซีย เป็นต้น (Duarte-Lores, Rolo-González, Suárez, & China-Montesdeoca, 2021; Leonardo, Pereira, Valentini, Freitas, & Damásio, 2019; Rahmi, Fitriana, Harding, & Agustiani, 2019) คือ แบบวัดที่ชื่อว่า The Work as Meaning Inventory (WAMI) ของ Steger et al. (2012) โดยแบบวัด The Work as Meaning Inventory (WAMI) มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย คือ ความหมายทางบวกของงาน จำนวน 4 ข้อ การสร้างความหมายผ่านการทำงาน จำนวน 3 ข้อ และแรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน จำนวน 3 ข้อ โดยลักษณะแบบวัดเป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่จริงอย่าง แน่นนอน จนถึง 5 หมายถึง จริงแน่นอน



ภาพประกอบ 3: โมเดลการวัดงานที่มีความหมาย

ตาราง 2 ข้อคำถามในแบบวัด The work as meaning inventory (WAMI)

องค์ประกอบของงานที่มี ความหมาย	ข้อ ที่	ข้อคำถาม
ความหมายทางบวกของงาน	1	ฉันค้นพบว่าอาชีพของฉันมีคุณค่า และมีความหมาย
	2	ฉันเข้าใจว่างานของฉันมีความหมายต่อชีวิตของฉันอย่างไร
	3	ฉันมีความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้งานของฉันมีความหมาย
	4	ฉันค้นพบงานที่มีเป้าหมายที่ฉันต้องการ
การสร้างความหมายผ่านการ ทำงาน	5	ฉันมองเห็นว่าการทำงานของฉันเป็นงานที่เอื้อต่อความก้าวหน้าใน ชีวิตของฉัน
	6	งานของฉันช่วยให้ฉันเข้าใจตัวเองมากขึ้น
	7	งานของฉันช่วยให้ฉันเข้าใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว
แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน	8	งานของฉันไม่ได้แตกต่างจากงานอื่น ๆ
	9	ฉันรู้ว่าการทำงานของฉันสร้างความแตกต่างในเชิงบวก
	10	งานที่ฉันทำสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายที่ใหญ่กว่าเดิม

ที่มา: Steger et al. (2012)

### 2.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความหมาย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทหน้าสำคัญ เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนผลลัพธ์เชิงบวกของบุคคลและองค์กร (Fürstenberg et al., 2021) เช่น Hackman and Oldham (1976) พบว่า งานที่มีความหมายถูกนับว่าเป็นสภาวะทางจิตที่สำคัญทางจิตวิทยาซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่างคุณลักษณะของงาน นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กรอย่าง แรงจูงใจภายใน ผลการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และการลดอัตราการขาดงาน การลาออก หรือ Allan et al. (2019) ที่ได้นำทฤษฎีคุณลักษณะของงาน (Job characteristics theory) มาใช้เป็นกรอบการวิจัยในการศึกษาขนาดอิทธิพลของงานที่มีความหมายกับผลลัพธ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา และการทำนายผลลัพธ์โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ด้วยการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอภิมาน (Meta-Analytical Structural Equation Model: MASEM) จากงานวิจัยจำนวน 44 งานวิจัย พบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย รวมถึงความยืดหยุ่นผูกพันในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน ความพึงพอใจในชีวิต ความหมายของชีวิต สุขภาพโดยทั่วไป พฤติกรรมการเป็น



สมาชิกที่ดีขององค์กร และผลการปฏิบัติงาน เช่นเดียวกับ Fürstenberg et al. (2021) ที่ให้ความสำคัญกับงานที่มีความหมาย โดยกล่าวว่างานที่มีความหมายไม่เพียงเกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อทัศนคติเชิงบวก และความเป็นอยู่ที่ดีของแต่ละบุคคลเท่านั้น แต่ยังให้คุณค่ากับองค์กรในแง่การส่งเสริมพฤติกรรมในที่ทำงานที่พึงประสงค์ เช่น ผลการปฏิบัติงาน จึงได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของงานที่มีความหมายกับผลประเมินการปฏิบัติงาน ผ่านการวิเคราะห์งานที่มีความหมายที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน กับกลุ่มตัวอย่างพนักงานแผนกหนึ่งในบริษัทก่อสร้าง ประเทศอังกฤษ จำนวน 249 คน พบว่า งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการประเมินการปฏิบัติงาน ซึ่งพนักงานที่รับรู้ได้ว่างานของตนเองมีความหมายจะมีพฤติกรรมแสดงออกสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขามีคุณภาพความสัมพันธ์ที่ดีกับหัวหน้างาน จะมีผลคะแนนพฤติกรรมแสดงออกสูงกว่าผู้ที่มีคุณภาพความสัมพันธ์กับหัวหน้างานต่ำกว่า เช่นเดียวกับ Daniel (2019) ที่ให้ความสนใจงานที่มีความหมาย โดยได้กล่าวว่างานไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ทางเศรษฐกิจสำหรับพนักงานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงจุดประสงค์อย่างความรู้สึกของความสำนึก โดยงานที่มีความหมายจะช่วยให้พนักงานค้นหาความหมายในกิจกรรมของตนได้ และจะนำไปสู่การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมายกับผลการปฏิบัติงานพบว่า งานที่มีความหมายความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ

Junça-Silva, Silva, and Caetano (2022) ที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์บทบาทของตัวแปรงานที่มีความหมายที่เป็นสื่อกลางระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรการปั้นสรรงาน กับผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านกับพนักงานจำนวน 146 คน พบความสัมพันธ์ว่า การปั้นสรรงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่องานกับผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือเมื่อบุคคลมีการปรับเปลี่ยนและแก้ไขขอบเขตงานให้เหมาะสมกับความสามารถ ทักษะของตนเอง จะทำให้บุคคลเหล่านั้นรับรู้ได้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงานของตนมากขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้ผลการปฏิบัติงานมีระดับเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

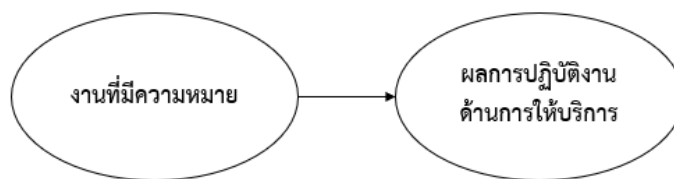
Raub and Blunschi (2014) ที่ได้ทำการศึกษาแบบจำลองผลกระทบของการตระหนักรู้ของพนักงานในการริเริ่มความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ต่อการรับรู้ถึงความสำคัญของงานและทัศนคติและพฤติกรรมที่สำคัญของพนักงานบริการในอุตสาหกรรมบริการ กับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริการในธุรกิจโรงแรม ประเทศอังกฤษ จำนวน 211 คน โดยมีข้อค้นพบว่า การทำงานที่มีความหมายนั้นเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งที่พวกเขาทำ ซึ่งการมีส่วนร่วมกับกิจกรรม CSR ขององค์กรเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถเพิ่มการรับรู้ถึง

ความหมายในการทำงานได้ และจากผลการทดสอบแบบจำลองแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ว่าการตระหนักรู้ของพนักงานเกี่ยวกับกิจกรรม CSR นั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพฤติกรรมการแสดงออก ความคิดริเริ่มส่วนบุคคล ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวเกิดขึ้นโดยมีการรับรู้ถึงความสำคัญของงานและม้งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

Walumbwa et al. (2019) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการและความตั้งใจในการลาออก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งทำการวัดจากอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน บรรยากาศการให้บริการ และงานที่มีความหมาย โดยมุ่งเน้นที่บทบาทสำคัญของงานที่มีความหมาย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการให้บริการกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ โดยม้งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในระดับบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการให้บริการกับความตั้งใจในการลาออก โดยม้งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านนั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลาออก และจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเมื่อพนักงานพบว่างานของตนเองมีความหมาย พวกเขามีแนวโน้มที่จะทุ่มเทให้กับงานของตนเองและมีสมาธิกับงานมากขึ้น และเกิดผลกระทบเชิงบวกต่อบุคคลอื่นและองค์กร จึงเป็นการช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการให้เพิ่มสูงขึ้น

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรสภาวะทางจิตใต้จิตวิทยาตัวแปรหนึ่งที่นักวิชาการให้ความสนใจ และในงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่างานที่มีความหมายมักถูกนำไปใช้เป็นตัวแปรสื่อกลางที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการขับเคลื่อนผลลัพธ์เชิงบวกของบุคคลและองค์กร โดยเฉพาะการเป็นตัวแปรสื่อกลางระหว่างคุณลักษณะของงานกับผลลัพธ์ และจากงานวิจัยที่กล่าวข้างต้น งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรสื่อกลางที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ เมื่อพนักงานรับรู้ได้ว่างานของตนเองมีความหมาย เข้าใจถึงความสำคัญของงานที่ตนทำ จะนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ดังนั้นจะเห็นว่างานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก



(Walumbwa et al., 2019)

ภาพประกอบ 4: ความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

### 3. แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน (Job Characteristics)

การนำเสนอแนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 3.1) ความหมายของคุณลักษณะของงาน 3.2) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน และ 3.3) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 ความหมายของคุณลักษณะของงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน (Job characteristics) พบว่านักวิจัย (Chen & Chiu, 2009; Faradila, Heksarini, & Darma, 2020; Suyasa, 2017) ได้ให้คำจำกัดความของคุณลักษณะของงานไปในทิศทางเดียวกัน โดยหมายถึง รูปแบบ หรือลักษณะของงานทั้งหมดที่มีความเกี่ยวข้องกับหน้าที่ ที่พนักงานได้รับมอบหมาย รวมถึง ความหลากหลายของทักษะ ความเป็นเอกลักษณ์ของงาน การป้อนกลับของข้อมูล ความมีอิสระ ความท้าทาย ความรับผิดชอบในงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน เงินเดือน สวัสดิการ ความมั่นคงในงาน ความรู้ การเรียนรู้โอกาสในการพัฒนา มนุษยสัมพันธ์ และการทำงานเป็นทีม โดยคุณลักษณะของงานดังที่กล่าวมานั้น งานวิจัยที่ผ่านมามักอ้างอิงการออกแบบเพื่อให้เกิดแรงจูงใจภายในในการปฏิบัติงานที่สำคัญ 5 คุณลักษณะของ Hackman and Oldham (1976) ซึ่งให้ความหมายคุณลักษณะของงานที่สำคัญ 5 คุณลักษณะว่าหมายถึง งานที่มีลักษณะที่ต้องใช้ความหลากหลายของทักษะ ความเป็นเอกลักษณ์ เป็นงานที่มีความสำคัญ มีอิสระในการตัดสินใจงาน และได้รับการป้อนกลับของข้อมูล

จากความหมายที่ศึกษามาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณลักษณะของงาน หมายถึง รูปแบบ หรือลักษณะของงานทั้งหมดที่มีความเกี่ยวข้องกับหน้าที่ที่พนักงานได้รับมอบหมาย และเป็นงานที่ส่งผลทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจภายในในการปฏิบัติงาน ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ ความหมายคุณลักษณะของงานที่ Hackman and Oldham (1976) ได้ให้ไว้เนื่องจากเป็น ความหมายที่นักวิจัยมักนิยมใช้อ้างอิง

### 3.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน

แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงาน (Job characteristics model: JCM) ของ Hackman and Oldham (1976) เป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นแนวคิดที่สร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่สำคัญแนวคิดหนึ่งสำหรับองค์กร (Ramlall, 2004) ซึ่งแนวคิดนี้ยังคงเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้จนถึงปัจจุบัน เช่น งานวิจัยของ สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูลไทย (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานในบทบาทการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง หรือในงานวิจัยของ Siruri and Cheche (2021) ได้ทำการศึกษาข้อเสนอเกี่ยวกับวิธีการเพิ่มพูนงานอย่างมีประสิทธิภาพในองค์กร หรือในงานวิจัยของ Hussein (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการระบุความจำเป็นในการเพิ่มคุณค่าของพนักงาน หรือในงานวิจัย Johari, Tan, Yahya, and Adnan (2015) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการยกระดับผลการปฏิบัติงานผ่านคุณลักษณะของงานโดยมีความทุ่มเทในการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน หรือในงานวิจัยของ Grobelna (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลและคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ซึ่งจากงานวิจัยที่ได้กล่าวจะเห็นได้ว่านักวิจัยหลากหลายท่านได้นำแนวคิดคุณลักษณะของงานมาใช้ในการศึกษาวิจัยเพื่อขยายผลไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพ และผลลัพธ์การทำงานของพนักงานในองค์กร

Hackman and Oldham (1976) ได้พัฒนาแนวคิดคุณลักษณะของงานโดยอาศัยแนวความคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1966) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานสองปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ เช่น ความสำเร็จ การยอมรับ และความรับผิดชอบ และ 2) ปัจจัยด้านสุขอนามัย หรือปัจจัยค้ำจุนซึ่งอยู่ภายนอกงาน เช่น สภาพแวดล้อมการทำงาน ค่าตอบแทน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยโมเดลคุณลักษณะของงานนี้เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจ การรับรู้ และทัศนคติของพนักงานที่มีต่องานของตน ซึ่งใช้ในการออกแบบงานให้สามารถเพิ่มคุณค่า และส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสที่จะใช้ทักษะ ความสามารถที่แตกต่างกันในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่แรงจูงใจภายในของ การทำงาน มีความพึงพอใจในงาน และได้ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูง (Garg & Rastogi, 2006; Hackman & Oldham, 1976)

โมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) ได้ระบุคุณลักษณะของงานที่สำคัญ 5 คุณลักษณะไว้ดังนี้

1) ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) หมายถึง ระดับความหลากหลายของกิจกรรมที่ต้องใช้ในการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้ ทักษะและความสามารถที่แตกต่างกันของพนักงานในการดำเนินงานให้เกิดผลสำเร็จ เมื่อพนักงานมีส่วนร่วมในทำงานที่ท้าทาย หรือได้ใช้ทักษะและความสามารถที่หลากหลายของตน มักจะได้รับประสบการณ์ที่มีความหมาย และจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าการทำงานนั้นมีคุณค่า

2) เอกลักษณะของงาน (Task identity) หมายถึง ระดับความสมบูรณ์ของงานที่พนักงานมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องและเห็นหรือรับรู้ได้ถึงงานชิ้นนั้นจนได้ผลลัพธ์ที่เสร็จสมบูรณ์ พนักงานสามารถระบุรายละเอียด ขั้นตอนการปฏิบัติงานได้ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการดำเนินงาน และสามารถมองเห็นผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานนั้นได้อย่างชัดเจน

3) ความสำคัญของงาน (Task significance) หมายถึง ระดับความสำคัญของงานที่ส่งผลกระทบต่องานหรือชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลอื่น ไม่ว่าจะภายในองค์กรโดยตรงหรือสภาพแวดล้อมภายนอก เมื่อพนักงานรู้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงานของตนมีความหมายสามารถส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นได้ จะส่งผลทำให้พนักงานมีความพยายามปรับปรุงงานของตนให้ดีขึ้น

4) ความมีอิสระในการตัดสินใจงาน (Autonomy) หมายถึง ระดับความอิสระในงานที่พนักงานได้รับเพื่อปฏิบัติงานนั้น ซึ่งพนักงานสามารถใช้ดุลยพินิจของตนเองอย่างอิสระในการจัดตารางงาน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อใช้ในการดำเนินงานนั้นให้สำเร็จลุล่วง ซึ่งขอบเขตงานที่มีความอิสระนี้จะทำให้บุคคลรู้สึกรับผิดชอบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวที่เกิดขึ้นกับงานมากขึ้น เนื่องจากผลลัพธ์เหล่านั้นเป็นผลมาจากการตัดสินใจของตนเอง

5) การป้อนกลับของข้อมูล (Feedback) หมายถึง ระดับการรับรู้ซึ่งทำให้พนักงานได้รับข้อมูลโดยตรง และเป็นข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของตนว่าสามารถทำได้ดีเพียงใด

คุณลักษณะของงานทั้ง 5 คุณลักษณะจะส่งผลต่อสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่สำคัญ (Psychological states) ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อระดับแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยสภาวะทางจิตใจที่สำคัญนั้นประกอบด้วย 3 สภาวะดังนี้

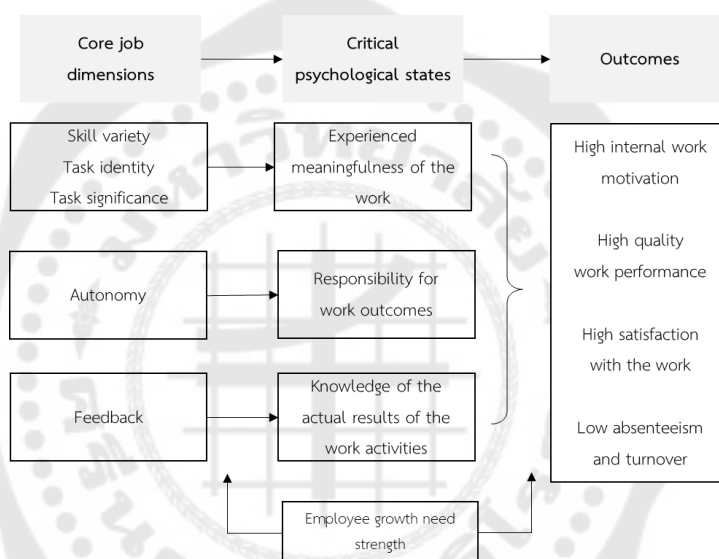
1) ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) คือ ระดับที่พนักงานรู้สึกว่างานของตนนั้นมีคุณค่า คุ่มค่าที่จะทำ และมีความสำคัญ

2) ความรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Responsibility for work outcomes) คือ ระดับที่พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีความรับผิดชอบต่องานของตน และมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการทำงานของตน

3) องค์ความรู้ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Knowledge of the actual results) คือ ระดับที่ผู้ปฏิบัติงานรับรู้และเข้าใจถึงผลลัพธ์และประสิทธิภาพในการทำงานของตน

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานกับสภาวะทางจิตใจที่นำเสนอไปข้างต้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญ (Outcomes) อันได้แก่

- 1) แรงจูงใจภายในของการทำงานที่เพิ่มสูงขึ้น (High internal work motivation)
- 2) ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น (High quality work performance)
- 3) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น (High satisfaction with the work)
- 4) อัตราการขาดงานและการลาออกลดลง (Low absenteeism and turnover)



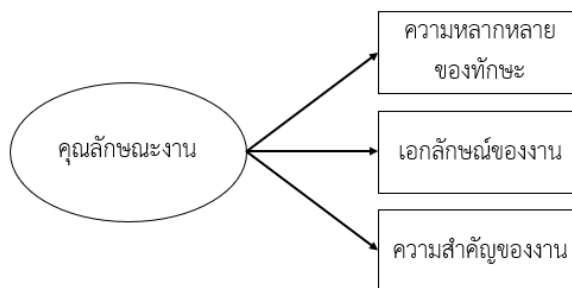
ภาพประกอบ 5: โมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976)

จากแนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) ที่นำเสนอมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดนี้เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบงานให้มีคุณลักษณะของงานที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน ผ่านการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของงานกับสภาวะทางจิตใจทั้ง 3 สภาวะ คือ ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย ที่ทำให้พนักงานรับรู้ถึงคุณค่าและความหมายในงานของตน เป็นผลมาจากการที่พนักงานได้ทำงานที่ใช้ความหลากหลายของทักษะในการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วง มีเอกลักษณ์ของงาน ที่ระบุรายละเอียดการทำงานและเห็นผลลัพธ์การทำงานได้อย่างชัดเจน และเป็นงานที่มีความสำคัญ สามารถสร้างผลกระทบต่อบุคคลอื่นได้ ขณะที่สภาวะทางจิตใจที่พนักงานรู้สึกถึงความรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เป็นผลมาจากการได้รับอิสระในการตัดสินใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานตระหนักถึงการมีความรับผิดชอบในการทำงานที่มีต่อผลลัพธ์ของงาน

นั้น ๆ มากขึ้น และสุดท้าย องค์ความรู้ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการบ่อนกลับจากการทำงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ได้ถึงประสิทธิภาพในการทำงานของตน ส่งผลทำให้พนักงานได้เรียนรู้ข้อผิดพลาดและการพัฒนางานของตนให้ดียิ่งขึ้น และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่ผลลัพธ์อันได้แก่ แรงจูงใจภายในของการทำงานที่เพิ่มสูงขึ้น ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น และอัตราการขาดงานและการลาออกลดลง

ในบริบทการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยงานที่มีความหมายเป็นหนึ่งในสภาวะทางจิตใจที่สำคัญทางจิตวิทยาที่เป็นสื่อกลางระหว่างคุณลักษณะของงาน นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กร และงานที่มีความหมายยังเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทหน้าสำคัญที่ได้รับการประกาศให้เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของผลลัพธ์ของบุคคลและองค์กร (Fürstenberg et al., 2021) นอกจากนี้จากการศึกษาของ Allan et al. (2019) ได้ทำการการศึกษาขนาดอิทธิพลของงานที่มีความหมายกับผลลัพธ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา และการทำนายผลลัพธ์โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ด้วยการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอภิมาน จากงานวิจัยจำนวน 44 งานวิจัยพบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย รวมถึงผลการปฏิบัติงาน โดยอ้างอิงตามโมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) พบว่าคุณลักษณะของงานใน 3 มิติ ส่งผลถึงงานที่มีความหมายและนำไปสู่ผลลัพธ์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคุณลักษณะของงานเป็น 3 มิติของงานตามคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) คือ 1) ความหลากหลายของทักษะ 2) เอกลักษณะของงาน และ 3) ความสำคัญของงาน

แบบวัดที่ใช้วัดคุณลักษณะของงาน 3 มิตินี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบวัดของ Blanz (2017) ที่ได้ดัดแปลงมาจากแบบวัด Job diagnostic survey: JDS ของ Hackman and Oldham (1975) ซึ่งใช้วัดระดับของคุณลักษณะของงานในแต่ละมิติ ลักษณะแบบวัดเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึงน้อยที่สุด ไปถึง 7 หมายถึงมากที่สุด มีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 9 ข้อ สำหรับวัดคุณลักษณะของงานมิติละ 3 ข้อ โดยข้อสุดท้ายของคุณลักษณะแต่ละด้านเป็นข้อคำถามเชิงลบ ก่อนทำการแปลผลต้องกลับคะแนนให้เป็นคะแนนตรงข้ามก่อน ประกอบด้วย 1) ความหลากหลายของทักษะ จำนวน 3 ข้อ 2) เอกลักษณะของงาน จำนวน 3 ข้อ และ 3) ความสำคัญของงาน จำนวน 3 ข้อ



ภาพประกอบ 6: โมเดลการวัดคุณลักษณะของงาน

ตาราง 3 ข้อคำถามในแบบวัด Job Characteristics

คุณลักษณะของงาน	ข้อที่	ข้อคำถาม
ความหลากหลายของทักษะ	1	งานของฉันมีความหลากหลายมาก
	2	งานของฉันต้องใช้ทักษะที่หลากหลายแตกต่างกัน
	3*	งานของฉันเป็นงานที่ง่ายและซ้ำซากจำเจ
เอกลักษณ์ของงาน	1	งานของฉันเป็นงานแบบองค์รวม
	2	ฉันไม่สามารถที่จะทำงานบางส่วนเท่านั้น แต่ฉันสามารถทำงานจนเสร็จสมบูรณ์
	3*	ฉันไม่สามารถการแก้ไขหรือปรับปรุงงานให้เสร็จสมบูรณ์ได้
ความสำคัญของงาน	1	งานของฉันมีความสำคัญต่อชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้า
	2	คุณภาพของงานของฉันส่งผลโดยตรงต่อลูกค้าของฉัน
	3*	โดยรวมแล้วงานของฉันไม่ได้มีความสำคัญมากนัก

ที่มา: Blanz (2017) หมายเหตุ \* คือข้อคำถามเชิงลบ

### 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาคุณลักษณะของงานของพนักงาน เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์แรงจูงใจภายในที่เพิ่มสูงขึ้น คุณภาพของผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น และอัตราการขาดงานและการลาออกลดน้อยลง ซึ่งโมเดลคุณลักษณะของงานเป็นโมเดลหนึ่งที่ได้ถูกนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยต่าง ๆ อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน เช่น งานวิจัยของ Senen, Masharyono, and Edisa (2020) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผล



ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมตกแตงภายใน ประเทศอินโดนีเซีย โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น ผ่านการศึกษาทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามแนวคิดคุณลักษณะของงาน นำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบคุณลักษณะของงาน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานในอุตสาหกรรมตกแตงภายใน จำนวน 75 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการตรวจสอบวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายพบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และคุณลักษณะของงานในมิติความหลากหลายของทักษะ มีค่าคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 88% แสดงให้เห็นว่าพนักงานจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีได้นั้น พนักงานควรมีความรู้ความสามารถ มีทักษะที่หลากหลายเพียงพอต่อการปฏิบัติงานซับซ้อนและท้าทาย เพื่อใช้ในการดำเนินงานนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูลไทย (2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานในบทบาทการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า คุณลักษณะงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน เช่นเดียวกับ Mahdieh (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยอาศัยวิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยการพรรณนาแบบสหสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานจำนวน 235 คน พบว่า ลักษณะของงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญ

Grobelna (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลและคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมประเทศโปแลนด์ (Frontline hotel employees) ด้วยการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model: SEM) จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานธุรกิจโรงแรมในปอมเมอเรเนีย จำนวน 222 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของงานโดยใช้แบบสำรวจการวินิจฉัยงาน (Job diagnostic survey: JDS) ของ Hackman and Oldham (1975;1980) พบว่า ความสำคัญของงานเป็นลักษณะงาที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมมากที่สุด

Hussein (2018) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการระบุความจำเป็นในการเพิ่มคุณค่างานของพนักงาน มีที่มาของงานวิจัยนี้ด้วยเหตุปัญหาคือว่าพนักงานขาดความรู้เกี่ยวกับระดับแรงจูงใจ และขาดความรู้ว่าสิ่งใดจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุง เพื่อนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำแบบจำลองคุณลักษณะของงานไปใช้ศึกษากับพนักงานในเมืองดามัสกัส ประเทศซีเรีย 2 กลุ่ม คือ

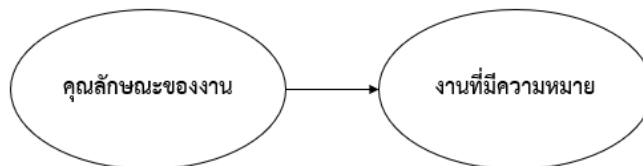
กลุ่มพนักงานด้านสื่อ และกลุ่มพนักงานธุรการ รวมจำนวน 211 คน โดยใช้แบบสำรวจการวิจัยัยงานของ Hackman and Oldham (1976) พิจารณาจาก 5 มิติหลักของงาน ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ เอกลักษณะของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการตัดสินใจงาน และการป้อนกลับของข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า คะแนนศักยภาพแรงจูงใจของพนักงานทั้ง 2 กลุ่มต่ำกว่าระดับที่กำหนด ดังนั้นจึงแนะนำให้องค์กรทบทวนการออกแบบและพัฒนาคุณลักษณะของงานของพนักงานกลุ่มดังกล่าว โดยเริ่มจากพนักงานด้านสื่อเป็นอันดับแรก และรองลงมาคือ พนักงานธุรการ

Han, Sung, and Suh (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของงานที่มีความหมายผ่านคุณลักษณะของงานและความยึดมั่นผูกพันในงาน มีวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างขององค์กรซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรในระดับบุคคล รวมถึงตัวแปรทางจิตวิทยาอย่าง งานที่มีความหมาย ความยึดมั่นผูกพันในงาน ผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และคุณลักษณะของงาน โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทธุรกิจให้บริการด้านไอที ในประเทศเกาหลีใต้ รวมจำนวน 309 คน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า งานที่มีความหมายและความยึดมั่นผูกพันในงาน มีอิทธิพลบวกกับผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของพนักงานในองค์กร

Allan (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงาน และมุ่งเน้นศึกษาไปที่ตัวแปรส่งผ่านอย่างงานที่มีความหมายในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานรวมจำนวน 463 คน ผลจากการวิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและความสำคัญของงาน อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลลัพธ์โดยที่งานนั้นๆส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัตินั้นมีความหมายต่อตนเอง

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะของงานเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญสำหรับองค์กร โดยคุณลักษณะของงานตามแนวคิดของ Hackman and Oldham (1976) จะทำให้พนักงานสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าและความหมายของงานที่ตนทำ ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกต่อทั้งตัวบุคคลและองค์กร จากงานวิจัยที่นำเสนอมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมาย สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของงาน 3 คุณลักษณะที่ส่งผลต่องานที่มีความหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีก



(Hackman & Oldham, 1976), (Allan et al., 2016),  
(Hussein, 2018), (Seung-Hyun Han et al., 2020)

ภาพประกอบ 7: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงาน และงานที่มีความหมาย

#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการวิเคราะห์เอกสารและแนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของงาน (Job characteristics) ตามแนวคิดของ Hackman and Oldham (1976) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบงานให้มีคุณลักษณะของงานที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานสามารถทำงานสำเร็จลุล่วง ผ่านการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของงานกับสภาวะทางจิตใจ พบว่ามีคุณลักษณะของงาน 3 มิติ ที่ส่งผลถึงตัวแปรสภาวะทางจิตใจประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) หรืองานที่มีความหมาย (Meaningful work) และนำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กร ได้แก่ 1) หลากหลายของทักษะ (Skill variety) 2) เอกลักษณะงาน (Task identity) และ 3) ความสำคัญของงาน (Task significance)

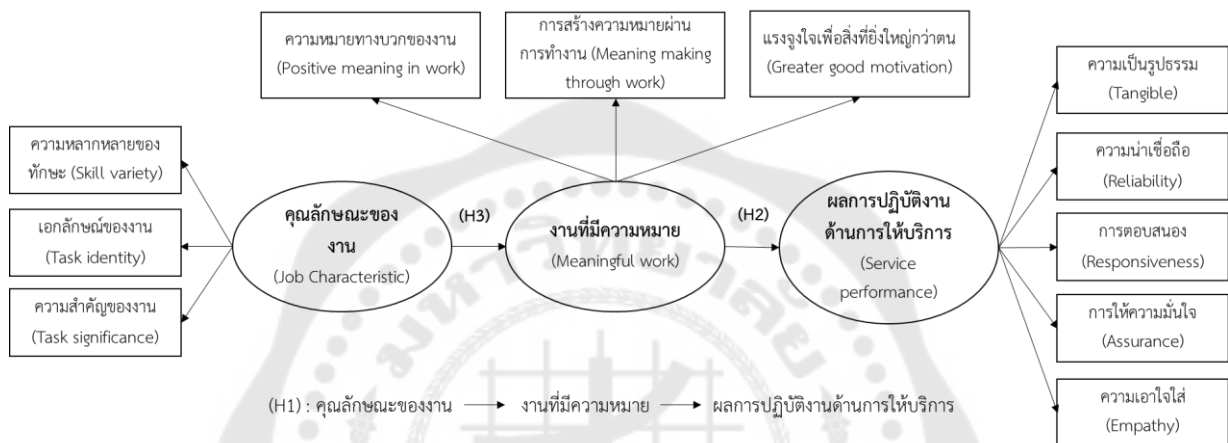
นอกจากนี้มีการศึกษาที่ระบุถึงความสัมพันธ์ของงานที่มีความหมายมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย (Allan et al., 2019; Fürstenberg et al., 2021; Lin, Cai, & Yin, 2021) รวมถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่ระบุในงานของ Walumbwa et al. (2019) พบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในระดับบุคคล

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของงานกับงานที่มีความหมาย น่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในกระบวนการที่ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีก ผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นสมมติฐานที่ 1-3 ที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก



ภาพประกอบ 8: กรอบแนวคิดการวิจัย

(H2): Walumbwa et al. (2019)

(H3): Hackman & Oldham (1976); Allan et al. (2016); Hussein (2018), Seung-Hyun Han et al. (2020)

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร (Population)

ประชากรในการวิจัย คือ พนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่งที่ปฏิบัติงานหน้าสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีลักษณะงาน คือ ปฏิบัติงานในพื้นที่ขาย เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีบทบาทหน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ตามฐานข้อมูล ณ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2565 จำนวนทั้งสิ้น 594 คน

##### ตัวอย่างวิจัย (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกที่เป็นพนักงานประจำ ตั้งแต่ตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการสาขาที่ทำงานให้บริการลูกค้าหน้าสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 213 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling: SEM) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ตามสูตรของ Kline (2011) อ่างถึงใน (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, 2557) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีอย่างน้อย 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 110 - 220 คน เพื่อป้องกันกลุ่มตัวอย่างไม่ตอบกลับหรือข้อมูลไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีกร้อยละ 20 และใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 คน โดยการเก็บข้อมูลเป็นการตอบกลับโดยสมัครใจของพนักงานขาย สาขาละ 4 คน จาก 66 สาขาในจังหวัดกรุงเทพฯ และคัดเลือกการตอบที่สมบูรณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 คน เป็นไปขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมดังที่กำหนดไว้

ตาราง 4 ตารางสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สาขาที่	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	สาขาที่	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
สาขาที่ 1	9	3	สาขาที่ 34	9	3
สาขาที่ 2	9	3	สาขาที่ 35	9	3
สาขาที่ 3	9	3	สาขาที่ 36	9	3
สาขาที่ 4	9	3	สาขาที่ 37	9	3
สาขาที่ 5	9	3	สาขาที่ 38	9	3
สาขาที่ 6	9	3	สาขาที่ 39	9	3
สาขาที่ 7	9	3	สาขาที่ 40	9	3
สาขาที่ 8	9	3	สาขาที่ 41	9	3
สาขาที่ 9	9	3	สาขาที่ 42	9	3
สาขาที่ 10	9	3	สาขาที่ 43	9	4
สาขาที่ 11	9	3	สาขาที่ 44	9	4
สาขาที่ 12	9	3	สาขาที่ 45	9	3
สาขาที่ 13	9	4	สาขาที่ 46	9	3
สาขาที่ 14	9	4	สาขาที่ 47	9	3
สาขาที่ 15	9	4	สาขาที่ 48	9	3
สาขาที่ 16	9	4	สาขาที่ 49	9	3
สาขาที่ 17	9	3	สาขาที่ 50	9	3
สาขาที่ 18	9	3	สาขาที่ 51	9	3
สาขาที่ 19	9	3	สาขาที่ 52	9	3
สาขาที่ 20	9	3	สาขาที่ 53	9	3
สาขาที่ 21	9	3	สาขาที่ 54	9	3
สาขาที่ 22	9	4	สาขาที่ 55	9	4
สาขาที่ 23	9	3	สาขาที่ 56	9	4
สาขาที่ 24	9	3	สาขาที่ 57	9	3
สาขาที่ 25	9	4	สาขาที่ 58	9	4
สาขาที่ 26	9	3	สาขาที่ 59	9	3
สาขาที่ 27	9	3	สาขาที่ 60	9	3
สาขาที่ 28	9	3	สาขาที่ 61	9	3
สาขาที่ 29	9	4	สาขาที่ 62	9	3
สาขาที่ 30	9	3	สาขาที่ 63	9	3
สาขาที่ 31	9	4	สาขาที่ 64	9	3
สาขาที่ 32	9	3	สาขาที่ 65	9	3
สาขาที่ 33	9	4	สาขาที่ 66	9	4
			รวม	594	213

## 2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม จำนวน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check lists) และเลือกข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด โดยมีรายละเอียดการวัดระดับข้อมูล ดังนี้

- 1) ข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ รหัสสาขา เพศ ตำแหน่งงาน
- 2) ข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และประสบการณ์ทำงานในที่ทำงานปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 แบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ผู้วิจัยนำแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการตามแนวคิดของ Cronin Jr and Taylor (1992) ที่พัฒนาแบบวัดโดย Amyx and Bhuian (2009) โดยผู้วิจัยได้นำมาเรียบเรียงและ พัฒนาให้เหมาะสมกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก เพื่อให้พนักงานประเมินการรับรู้ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของตนเอง (Self-Assessment) ลักษณะของแบบวัดเป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีข้อความจำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย คือ 1) ความเป็นรูปธรรม จำนวน 3 ข้อ 2) ความน่าเชื่อถือ จำนวน 3 ข้อ 3) การตอบสนอง จำนวน 4 ข้อ 4) การให้ความมั่นใจ จำนวน 3 ข้อ และ 5) ความเอาใจใส่ จำนวน 4 ข้อ

ตาราง 5 ตัวอย่างข้อความคำถามในแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>การรับรู้ด้านความเป็นรูปธรรม</b>					
1.ฉันจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมใช้งานก่อนลูกค้าใช้บริการ เช่น รถเข็น ตะกร้าใส่สินค้า					
<b>การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือ</b>					
1.เมื่อลูกค้าประสบปัญหา ฉันเข้าไปช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ					
<b>การรับรู้ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>					

คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.ฉันให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว					
<b>การรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจลูกค้า</b>					
1.ฉันให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและมีมารยาทที่ดีเสมอ					
<b>การรับรู้ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า</b>					
1.ฉันให้ความสนใจลูกค้าด้วยใจและบริการให้ที่ดีที่สุด					

ส่วนที่ 3 แบบวัดงานที่มีความหมาย ผู้วิจัยเรียบเรียงและพัฒนาข้อคำถามตามแนวคิดของ Steger et al. (2012) โดยลักษณะแบบวัดเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย คือ 1) ความหมายทางบวกของงาน จำนวน 4 ข้อ 2) การสร้างความหมายผ่านการทำงาน จำนวน 3 ข้อ และ 3) แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน จำนวน 3 ข้อ ตาราง 6 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดงานที่มีความหมาย

คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>การรับรู้ความหมายทางบวกของงาน</b>					
1.ฉันเข้าใจว่างานของฉันมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของฉันอย่างไร					
<b>การรับรู้การสร้างความหมายผ่านการทำงาน</b>					
1.งานของฉันช่วยให้ฉันเข้าใจตัวเองมากขึ้น					
<b>การรับรู้แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน</b>					
1.งานที่ฉันทำสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายนอกเหนือจากสิ่งที่ฉันคาดหวังไว้ เช่น มีประโยชน์ต่อผู้อื่นหรือสังคม					



ส่วนที่ 4 แบบวัดคุณลักษณะของงาน ผู้วิจัยนำแบบวัดคุณลักษณะของงาน ตามแนวคิดของ Hackman and Oldham (1975) ที่พัฒนาแบบวัดโดย Blanz (2017) โดยผู้วิจัยได้นำมาเรียบเรียง และ พัฒนาให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของงานของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ลักษณะแบบวัด เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ สำหรับวัดคุณลักษณะของงานใน 3 มิติ คือ 1) ความหลากหลายของทักษะ จำนวน 3 ข้อ 2) เอกลักษณะของงาน จำนวน 3 ข้อ และ 3) ความสำคัญของงาน จำนวน 3 ข้อ สำหรับข้อสุดท้ายของคุณลักษณะแต่ละด้านเป็นข้อคำถามเชิงลบ ก่อนทำการแปลผลต้องกลับคะแนนให้เป็นคะแนนตรงข้ามก่อน

ตาราง 7 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดคุณลักษณะของงาน

คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ลักษณะของงานด้านความหลากหลายของทักษะ</b>					
1.งานที่ฉันทำต้องใช้ทักษะที่หลากหลายและแตกต่างจากงานอื่น ๆ					
2.*งานที่ฉันทำเป็นงานที่ง่ายและซ้ำซากจำเจ					
<b>ลักษณะของงานด้านเอกลักษณะของงาน</b>					
1.ฉันมีความเกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มจัดวางสินค้าจนถึงการให้บริการขายกับลูกค้า ตลอดจนการบริการหลังการขาย					
<b>ลักษณะของงานด้านความสำคัญของงาน</b>					
1.งานของฉันมีความสำคัญต่อชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้า					

หมายเหตุ \* คือข้อคำถามเชิงลบ

### 3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการการสร้างและตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ แล้วจึงกำหนดนิยามของตัวแปรและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการวัด

**ขั้นตอนที่ 2** นิยามตัวแปรที่กำหนดขึ้นในขั้นตอนที่ 1 มาสร้างตารางวิเคราะห์โครงสร้างตัวแปรที่ต้องการศึกษา มีรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตาราง 8 โครงสร้างเนื้อหาแบบวัดคุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมาย และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

ตัวแปร	องค์ประกอบ	จำนวนข้อคำถาม
1. 3. ผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการ	1.1 ความเป็นรูปธรรม	3
	1.2 ความน่าเชื่อถือ	3
	1.3 การตอบสนอง	4
	1.4 การให้ความมั่นใจ	3
	1.5 ความเอาใจใส่	4
<b>รวม</b>		<b>17</b>
2. งานที่มีความหมาย	2.1 ความหมายทางบวกของงาน	4
	2.2 การสร้างความหมายผ่านการทำงาน	3
	2.3 แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน	3
<b>รวม</b>		<b>10</b>
3. คุณลักษณะของงาน	3.1 ความหลากหลายของทักษะ	3
	3.2 เอกลักษณะของงาน	3
	3.3 ความสำคัญของงาน	3
<b>รวม</b>		<b>9</b>

**ขั้นตอนที่ 3** ผู้วิจัยจัดทำร่างแบบสอบถาม โดยการปรับข้อคำถามที่มีอยู่จากเครื่องมือวิจัยเดิมให้เหมาะสมกับนิยามเชิงปฏิบัติการ และบริบทการศึกษาในกลุ่มพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก จากนั้นนำข้อคำถามที่มีการปรับปรุงเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบความถูกต้อง

**ขั้นตอนที่ 4** นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว พร้อมด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย ความมุ่งหมายการวิจัย กรอบแนวคิด นิยามเชิงปฏิบัติการ และตารางกำหนดโครงสร้างเนื้อหาที่ต้องการวัด พร้อมด้วยแบบตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยเสนอให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบในขั้นต่อไป

**ขั้นตอนที่ 5** การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of item objective

congruence : IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านจิตวิทยา จำนวน 2 ท่าน และด้านการวิจัยหรือการวัดผล จำนวน 1 ท่าน โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ 1) มีประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้องมากกว่า 5 ปี 2) จบการศึกษาระดับปริญญาเอก และ 3) มีผลงานทางวิชาการหรืองานวิจัยกับสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามที่ได้จากการคำนวณจากสูตรที่จะมีค่า 0 1 และ -1 มีรายละเอียดของเกณฑ์การพิจารณา มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุง หรือตัดทิ้ง ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้ ให้ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือไม่ และ -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์ (สมชาย วรภิเกษมสกุล, 2554)

**ขั้นตอนที่ 6** การตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) โดยการทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างการวิจัย จำนวน 100 คน เพื่อการประมาณค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยแบบวัดความสอดคล้องภายใน ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha method) ใช้ประมาณค่าความเชื่อมั่นแบบความสอดคล้องภายใน พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป (สมชาย วรภิเกษมสกุล, 2554)

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้พิจารณาความสอดคล้อง และความเหมาะสมของข้อคำถามเป็นรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการพบว่า มีค่าดัชนี IOC อยู่ระหว่าง 0.67 -1.00 สำหรับค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ซึ่งประเมินจากสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.51 - 0.88 ดังตารางที่ 9

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรในงานวิจัย

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่า IOC	ความเชื่อมั่น $\alpha$
ความเป็นรูปธรรม	3	1.00	0.74
ความน่าเชื่อถือ	3	1.00	0.76
การตอบสนอง	4	1.00	0.75

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่า IOC	ความเชื่อมั่น $\alpha$
การให้ความมั่นใจ	3	1.00	0.75
ความเอาใจใส่	4	0.67 - 1.00	0.54
ความหมายทางบวกของงาน	4	0.67 - 1.00	0.88
การสร้างความหมายผ่านการทำงาน	3	1.00	0.88
แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน	3	1.00	0.76
ความหลากหลายของทักษะ	3	1.00	0.58
เอกลักษณ์ของงาน	3	1.00	0.51
ความสำคัญของงาน	3	0.67 - 1.00	0.55

**ขั้นตอนที่ 7** การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ของตัวแปรแฝงทั้ง 3 ตัว ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ งานที่มีความหมาย และคุณลักษณะของงาน ผู้วิจัยใช้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ด้วยโปรแกรม Mplus ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ผลการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้าง

##### 7.1 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

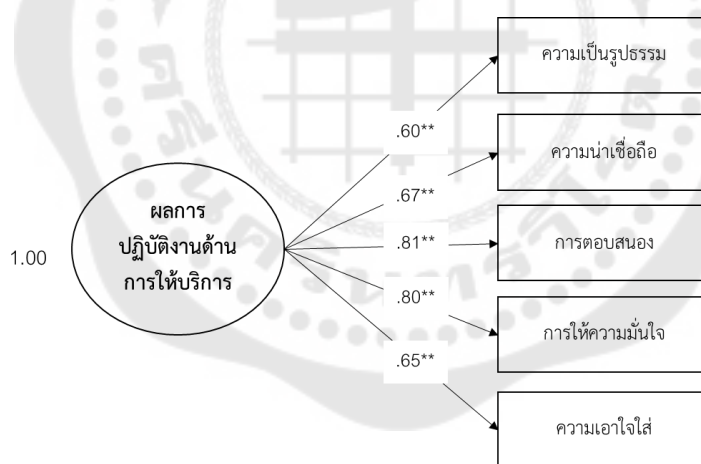
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 4.69 ค่า df เท่ากับ 4 ค่า  $\chi^2/df$  เท่ากับ 1.17 ค่า P-Value เท่ากับ 0.32 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.02 ค่า CFI เท่ากับ 0.99 ค่า TLI เท่ากับ 0.99 และค่า SRMR เท่ากับ 0.01

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานทั้งหมดมีค่าเป็นบวกขนาดตั้งแต่ 0.60 - 0.81 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (J. F. Hair, Jr, Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E., 2010) แสดงให้เห็นว่าแบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการมีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) สูงที่สุดคือ การตอบสนอง ( $\beta=0.81$ ) ดังแสดงในตาราง 10 และภาพประกอบ 9

ตาราง 10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		$R^2$
	b (SE)	$\beta$	
ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ			
ความเป็นรูปธรรม (TAN)	1.00 (0.00)	0.60	0.36
ความน่าเชื่อถือ (REL)	1.11 (0.11)	0.67	0.46
การตอบสนอง (RES)	1.40 (0.17)	0.81	0.65
การให้ความมั่นใจ (ASS)	1.39 (0.16)	0.80	0.65
ความเอาใจใส่ (EMP)	1.16 (0.15)	0.65	0.43

$\chi^2 = 4.69$ ,  $df = 2$ ,  $\chi^2/df = 1.17$ , P-Value = 0.32, RMSEA = 0.02, CFI = 0.99, TLI = 0.99, SRMR = 0.01



ภาพประกอบ 9 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

## 7.2 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบของงานที่มีความ

### ความหมาย

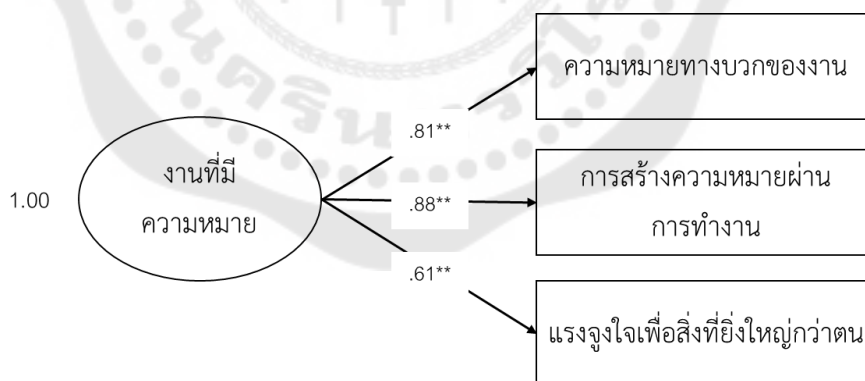
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของของโมเดลการวัดงานที่มีความหมาย พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 0.00 ค่า  $df$  เท่ากับ 1 ค่า  $\chi^2/df$  เท่ากับ 0.00 ค่า P-Value เท่ากับ 0.99 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า TLI เท่ากับ 1.01 และค่า SRMR เท่ากับ 0.00

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลงานที่มีความหมาย พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานทั้งหมดมีค่าเป็นบวกขนาดตั้งแต่ 0.61 - 0.88 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (J. F. Hair, Jr, Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E., 2010) แสดงให้เห็นว่าแบบวัดงานที่มีความหมายมีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) สูงที่สุดคือ การสร้างความหมายผ่านการทำงาน ( $\beta=0.88$ ) ดังแสดงในตาราง 11 และภาพประกอบ 10

ตาราง 11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัดงานที่มีความหมาย

ตัวแปร งานที่มีความหมาย	น้ำหนักองค์ประกอบ		$R^2$
	b (SE)	$\beta$	
ความหมายทางบวกของงาน (PMIW)	1.00 (0.00)	0.81	0.67
การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (MMTW)	1.13 (0.08)	0.88	0.78
แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (GGM)	0.82 (0.08)	0.61	0.38

$\chi^2 = 0.00$ ,  $df = 1$ ,  $\chi^2/df = 0$ , P-Value = 0.99, RMSEA = 0.00, CFI = 1.00, TLI = 1.01, SRMR = 0.00



ภาพประกอบ 10 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันงานที่มีความหมาย

### 7.3 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบของ คุณลักษณะของงาน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดคุณลักษณะของงาน พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 0.00 ค่า  $df$  เท่ากับ 1 ค่า

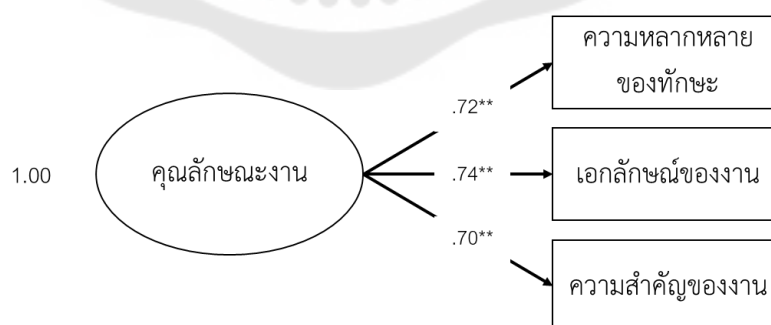
$\chi^2/df$  เท่ากับ 0.00 ค่า P-Value เท่ากับ 0.99 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า TLI เท่ากับ 1.01 และค่า SRMR เท่ากับ 0.00

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลคุณลักษณะของงาน พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานทั้งหมดมีค่าเป็นบวกขนาดตั้งแต่ 0.70 - 0.74 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (J. F. Hair, Jr, Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E., 2010) แสดงให้เห็นว่าแบบวัดคุณลักษณะของงาน มีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) สูงที่สุด เอกลักษณะของงาน ( $\beta=0.74$ ) ดังแสดงในตาราง 12 และภาพประกอบ 12

ตาราง 12 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ตัวแปรวัดคุณลักษณะของงาน

ตัวแปร คุณลักษณะของงาน	น้ำหนักองค์ประกอบ		$R^2$
	b (SE)	$\beta$	
ความหลากหลายของทักษะ (SV)	1.00 (0.00)	0.72	0.52
เอกลักษณะของงาน (TI)	0.99 (0.09)	0.74	0.55
ความสำคัญของงาน (TS)	0.94 (0.09)	0.70	0.5

$\chi^2 = 0.00, df = 1, \chi^2/df = 0, P\text{-Value} = 0.99, RMSEA = 0.00, CFI = 1.00, TLI = 1.01, SRMR = 0.00$



ภาพประกอบ 11 โมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันคุณลักษณะของงาน

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึงผู้บริหารองค์การที่ใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูลเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลวิจัย

4.2 นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามทางออนไลน์

4.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องในการตอบแบบสอบถาม

4.4 นำข้อมูลที่ได้อ้างรหัส จัดลำดับข้อมูล เพื่อการประมวลผลข้อมูลต่อไป

## 5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบของแบบสอบถามในแต่ละชุดข้อมูลโดยคัดเลือกข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์

5.2. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับเครื่องมือการวิจัยแต่ละชุด

5.3. นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยายค่าความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อจำแนกลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ตำแหน่งงาน อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และประสบการณ์ทำงานในปัจจุบัน

6.2 สถิติทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านการทดสอบสมมติฐานทดสอบโดยใช้โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM: Structural Equation Model)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่างวิจัย ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และอิทธิพลส่งผ่านของตัวแปร เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลง่ายต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีความสะดวกยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ไว้ดังต่อไปนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝง

- JC หมายถึง คุณลักษณะของงาน (Job characteristics)  
SP หมายถึง ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (Service performance)  
MW หมายถึง งานที่มีความหมาย (Meaningful work)

#### สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรสังเกตได้

- SV หมายถึง ความหลากหลายของทักษะ (Skill variety)  
TI หมายถึง เอกลักษณ์ของงาน (Task identity)  
TS หมายถึง ความสำคัญของงาน (Task significance)  
TAN หมายถึง ความเป็นรูปธรรม (Tangible)  
REL หมายถึง ความน่าเชื่อถือ (Reliability)  
RES หมายถึง การตอบสนอง (Responsiveness)  
ASS หมายถึง การให้ความมั่นใจ (Assurance)  
EMP หมายถึง ความเอาใจใส่ (Empathy)  
PMIW หมายถึง ความหมายทางบวกของงาน (Positive meaning in work)  
MMTW หมายถึง การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (Meaning making through work)  
GGM หมายถึง แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (Greater good motivation)

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- $\beta$  หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loadings)  
CFI หมายถึง ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)  
C.V. หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.)  
df หมายถึง องศาอิสระ (Degrees of Freedom)

DE	หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
GFI	หมายถึง ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit)
IE	หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
KU	หมายถึง ค่าความโด่ง (Kurtosis)
M	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
n	หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
p-value	หมายถึง ความน่าจะเป็นทางสถิติ
$R^2$	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Squared Multiple Correlation: R-square)
RMSEA	หมายถึง ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Squared Error of Approximation)
RMR	หมายถึง ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual)
SD	หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SK	หมายถึง ค่าความเบ้ (Skewness)
SRMR	หมายถึง ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual)
TE	หมายถึง อิทธิพลรวม (Total Effect)
TLI	หมายถึง ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis Index)
$\chi^2$	หมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square)
$\chi^2/df$	หมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square)

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ค่าเฉลี่ยของตัวแปรในโมเดล และค่าสถิติบรรยายของตัวแปรวิจัย

### 1.1 ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที่ 1 ประกอบด้วย (1.1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์ทำงานในที่ทำงานปัจจุบัน และตำแหน่งงาน (1.2) ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าสูงสุด (max) ค่าต่ำสุด (min) ค่า

ความเบ้ (Sk) ค่าความโด่ง (Ku) และเกณฑ์การตัดสินใจเฉลี่ยจากมาตรฐานค่าเพื่อศึกษา ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูล รายละเอียดดังนี้

### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริการในธุรกิจค้าปลีก จำนวนทั้งสิ้น 213 คน ตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 73.24 ( $n = 156$ ) และ 26.76 ( $n = 57$ ) อยู่ในช่วงอายุ 31 - 45 ปี ร้อยละ 51.17 ( $n = 109$ ) รองลงมาเป็นช่วงอายุ 20 - 30 ปี ร้อยละ 45.54 ( $n = 97$ ) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.11 ( $n = 111$ ) และต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.38 ( $n = 86$ ) มีอายุการทำงานอยู่ในช่วง 1 ปี ขึ้นไป - 3 ปี มากที่สุด ร้อยละ 42.72 ( $n = 91$ ) รองลงมา มีอายุการทำงานในช่วง 3 ปี ขึ้นไป - 6 ปี ร้อยละ 25.82 ( $n = 55$ ) และส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 70.89 ( $n = 151$ ) รองลงมาเป็นผู้ช่วยผู้จัดการ สาขา ร้อยละ 19.72 ( $n = 42$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 13

ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	57	26.76
หญิง	156	73.24
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.88
20 - 30 ปี	97	45.54
31 - 45 ปี	109	51.17
45 ปี ขึ้นไป	3	1.41
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี	86	40.38
ระดับปริญญาตรี	111	52.11
สูงกว่า ระดับปริญญาตรี	16	7.51
4. ประสบการณ์ทำงานในที่ทำงานปัจจุบัน		
1 ปี ขึ้นไป - 3 ปี	91	42.72
3 ปี ขึ้นไป - 6 ปี	55	25.82

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวนคน	ร้อยละ
6 ปี ขึ้นไป – 10 ปี	39	18.31
มากกว่า 10 ปี	28	13.15
5. ระดับตำแหน่งงาน		
พนักงานปฏิบัติการ	151	70.89
ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา	42	19.72
ผู้จัดการสาขา	20	9.39

## 1.2 การวิเคราะห์ค่าสถิติบรรยายของตัวแปรวิจัย

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ งานที่มีความหมาย คุณลักษณะของงาน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Sk) ความโด่ง (Ku) เพื่อให้เห็นลักษณะของการแจกแจงและการกระจายของของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้เกณฑ์การตัดลิ้นค่าเฉลี่ยจากมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ สำหรับ ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่มีความหมาย คุณลักษณะของงาน ตามแนวทางของ Best & Kahn (1997)

- 4.51 - 5.00 มีการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด/ ดีมาก/สูงมาก
- 3.51 - 4.50 มีการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก/ดี/สูง
- 2.51 - 3.50 มีการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง/พอใช้
- 1.51 - 2.50 มีการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมอยู่ในระดับน้อย/ต่ำ/ไม่ค่อยดี
- 1.00 - 1.50 มีการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมอยู่ในระดับน้อยที่สุด/ต่ำมาก/ไม่ดี

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร (1) ตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ด้านความเป็นรูปธรรม ( $M = 4.43$ ,  $SD = 0.70$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ( $M = 4.28$ ,  $SD = 0.69$ ) ด้านการให้ความมั่นใจ ( $M = 4.23$ ,  $SD = 0.73$ ) ด้านการตอบสนอง ( $M = 4.16$ ,  $SD = 0.73$ ) และด้านความเอาใจใส่ ( $M = 4.13$ ,  $SD = 0.74$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดพบว่าพนักงานมีการรับรู้ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาจากค่าความเบ้ (Sk) พบว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มีค่าความเบ้อยู่ในช่วง -1.16 ถึง -0.45 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 (J. F. Hair,

Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) มีความโด่งอยู่ในช่วง -0.84 ถึง 0.54 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2005) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normality) และค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) อยู่ระหว่าง 15.8 ถึง 18.0

(2) ตัวแปรงานที่มีความหมาย พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีความหมายทางบวกของงาน ( $M = 3.96$ ,  $SD = 0.81$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การสร้างความหมายผ่านการทำงาน ( $M = 3.71$ ,  $SD = 0.85$ ) และแรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน ( $M = 3.51$ ,  $SD = 0.87$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดพบว่าพนักงานมีการรับรู้ด้านงานที่มีความหมายอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาจากค่าความเบ้ (Sk) พบว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรงานที่มีความหมาย มีค่าความเบ้อยู่ในช่วง -0.55 ถึง -0.34 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 (J. F. Hair et al., 2006) เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) มีความโด่งอยู่ในช่วง -0.49 ถึง 0.10 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2005) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normality) และค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) อยู่ระหว่าง 20.31 ถึง 24.94

(3) ตัวแปรคุณลักษณะของงาน ตัวแปรสังเกตได้มีความสำคัญของงาน ( $M = 4.03$ ,  $SD = 0.841$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เอกลักษณ์ของงาน ( $M = 3.83$ ,  $SD = 0.84$ ) และความหลากหลายของทักษะ ( $M = 3.66$ ,  $SD = 0.87$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดพบว่า พนักงานมีการรับรู้คุณลักษณะของงานอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาจากค่าความเบ้ (Sk) พบว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มีค่าความเบ้ในช่วง -0.64 ถึง -0.29 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 (J. F. Hair et al., 2006) เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) มีความโด่งอยู่ในช่วง -0.50 ถึง -0.002 ซึ่งมีค่าไม่เกิน  $\pm 2$  ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2005) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normality) และค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) อยู่ระหว่าง 20.76 ถึง 23.67 รายละเอียดดังตารางที่ 14

ตาราง 14 ตารางวิเคราะห์ค่าสถิติบรรยายของตัวแปรวิจัย

ตัวแปร	ค่าสถิติของกลุ่มตัวอย่าง				
	M	SD	C.V. (%)	Sk	Ku
<b>ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ</b>					
ความเป็นรูปธรรม	4.43	0.70	15.8	-1.16	0.54
ความน่าเชื่อถือ	4.28	0.69	16.1	-0.89	0.16
การตอบสนอง	4.16	0.73	17.4	-0.50	-0.84
การให้ความมั่นใจ	4.23	0.73	17.2	-0.59	-0.63
ความเอาใจใส่	4.13	0.74	18.0	-0.45	-0.75
<b>งานที่มีความหมาย</b>					
ความหมายทางบวกของงาน	3.96	0.81	20.31	-0.47	-0.49
การสร้างความหมายผ่านการทำงาน	3.71	0.85	22.82	-0.55	0.10
แรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน	3.51	0.87	24.94	-0.34	-0.29
<b>คุณลักษณะของงาน</b>					
ความหลากหลายของทักษะ	3.66	0.87	23.67	-0.59	-0.00
เอกลักษณ์ของงาน	3.83	0.84	21.86	-0.29	-0.50
ความสำคัญของงาน	4.03	0.84	20.76	-0.64	-0.40

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวิจัยเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน เพื่อตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบความตรงของโมเดลในการวิจัย ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 55 คู่ พบว่า ไม่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใดที่มีค่ามากกว่า 0.80 ดังนั้นจึงไม่ฝ่าฝืนข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และพบตัวแปร 51 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.13 ถึง 0.72 ตัวแปรทุกคู่เป็นความสัมพันธ์แบบมีทิศทางบวก

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ (SP) ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (TAN) ความน่าเชื่อถือ (REL) การตอบสนอง (RES) การให้ความมั่นใจ (ASS) และความเอาใจใส่ (EMP) มีความสัมพันธ์กันทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.41 ถึง 0.66 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของงานที่มีความหมาย (MW) ได้แก่ ความหมายทางบวกของงาน (PMIW) การสร้างความหมายผ่านการทำงาน (MMTW) และแรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน (GGM) มีความสัมพันธ์กันทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.50 ถึง 0.72 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของคุณลักษณะของงาน (JC) ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ (SV) เอกลักษณะของงาน (TI) และความสำคัญของงาน (TS) มีความสัมพันธ์กันทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.51 ถึง 0.53 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 15

ตาราง 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่สังเกตได้

ตัวแปร	TAN	REL	RES	ASS	EMP	PMIW	MMTW	GGM	SV	TI	TS
TAN	1										
REL	.65*	1									
RES	.45*	.53*	1								
ASS	.50*	.54*	.66*	1							
EMP	.41*	.48*	.53*	.50*	1						
PMIW	.13*	.13*	.21*	.17*	.14*	1					
MMTW	.22*	.21*	.18*	.17*	.19*	.72*	1				
GGM	.20*	.27*	.24*	.22*	.23*	.50*	.54*	1			
SV	.10	.16*	.25*	.19*	.17*	.09	.11	.09	1		
TI	.19*	.14*	.28*	.21*	.13*	.19*	.14*	.17*	.53*	1	
TS	.31*	.29*	.32*	.32*	.16*	.19*	.18*	.21*	.51*	.52*	1
M	4.43	4.28	4.16	4.23	4.13	3.96	3.71	3.51	3.66	3.83	4.03
SD	0.70	0.69	0.73	0.73	0.74	0.81	0.85	0.87	0.87	0.84	0.84

หมายเหตุ: \*  $p < 0.05$

### ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

โมเดลอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จำนวน 11 ตัวแปร ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2 = 35.48$ ) องศาอิสระ (df=34) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2 / df = 1.04$ ) ความน่าจะเป็น (P-Value = 0.39) นั่นคือ ค่าไค-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณ (RMSEA = 0.01) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI = 0.99) และค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมไม่อิงเกณฑ์ (TLI = 0.99) ) ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR = 0.02) ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) ของสมการโครงสร้างตัวแปร พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.57 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกได้ร้อยละ 57.90

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

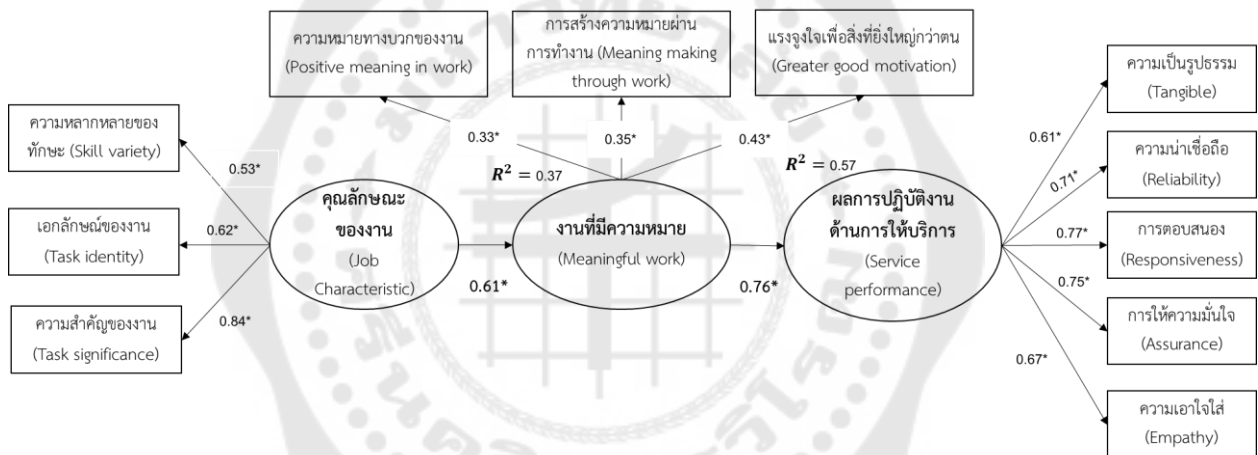
อิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ( $\beta = 0.46, p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1) และงานที่มีความหมายมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.76, p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2) และคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทิศทางบวกต่องานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.61, p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3)



ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ผลรวมอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ตัวแปรผล ตัวแปรเหตุ	งานที่มีความหมาย			ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของงาน	.61*	-	.61*	-	.46*	.46*
งานที่มีความหมาย	-	-	-	.76*	-	.76*

หมายเหตุ: \* p<0.05, DE หมายถึงอิทธิพลทางตรง IE หมายถึงอิทธิพลทางอ้อม TE หมายถึงอิทธิพลรวม



ภาพประกอบ 12 แสดงผลการทดสอบความสอดคล้องโมเดลอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีความมุ่งหมายของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ประชากร คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครที่ปฏิบัติงานหน้าสาขา โดยมีลักษณะงาน คือ ปฏิบัติงานในพื้นที่ขาย เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีบทบาทหน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 594 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกที่เป็นพนักงานประจำในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการสาขาที่ทำงานให้บริการลูกค้าหน้าสาขา โดยมีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling: SEM) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ตามสูตรของ Kline (2011) อ้างถึงใน (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, 2557) ที่ได้กล่าวว่าการกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีอย่างน้อย 10 - 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีระหว่าง 110 - 220 คน เพื่อป้องกันกลุ่มตัวอย่างไม่ตอบกลับหรือข้อมูลไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีกร้อยละ 20 โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล โดยใช้การตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) จำนวน 264 ชุด เพื่อทำการเก็บข้อมูล และได้คัดเลือกข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับฉบับสมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 213 ชุด

เครื่องมือในการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์ทำงานในที่ทำงานปัจจุบัน ตำแหน่งงาน และรหัสสาขาที่พนักงานปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกปรับปรุงแบบสอบถามผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของ Amyx and Bhuian (2009) ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 17 ข้อ 5 องค์ประกอบย่อย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคระหว่าง 0.54 - 0.76 และคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ พบว่า  $\chi^2 = 4.69$ ,  $df = 2$ ,  $\chi^2/df = 1.17$ , P-Value = 0.32, RMSEA = 0.02, CFI = 0.99, TLI = 0.99 และค่า SRMR = 0.01 แต่ละองค์ประกอบหลักมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.60 - 0.81 ดังนั้น ข้อคำถามของตัวแปรผลการ

ปฏิบัติงานด้านการให้บริการ จึงมีคุณภาพเหมาะสมเพียงพอทั้งความตรงและความเที่ยงในการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามงานที่มีความหมาย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้และปรับปรุงข้อคำถามของแบบสอบถามของ Steger et al. (2012) โดยมีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคระหว่าง 0.76 - 0.88 และคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ มี  $\chi^2 = 0.00$ ,  $df = 1$ ,  $\chi^2/df = 0$ , P-Value = 0.99, RMSEA = 0.00, CFI = 1.00, TLI = 1.01 และค่า SRMR = 0.00 แต่ละองค์ประกอบหลักมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.61 – 0.88 ดังนั้น ข้อคำถามของตัวแปรงานที่มีความหมายจึงมีคุณภาพเหมาะสมเพียงพอทั้งความตรงและความเที่ยงในการวัดการรับรู้งานที่มีความหมายของพนักงาน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามคุณลักษณะของงาน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้และปรับปรุงแบบสอบถามคุณลักษณะของงานของ Blanz (2017) โดยมีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคระหว่าง 0.51 – 0.58 และคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ มี  $\chi^2 = 0.00$ ,  $df = 1$ ,  $\chi^2/df = 0$ , P-Value = 0.99, RMSEA = 0.00, CFI = 1.00, TLI = 1.01 และค่า SRMR = 0.00 แต่ละองค์ประกอบหลักมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.70 – 0.74 ดังนั้น ข้อคำถามของตัวแปรคุณลักษณะของงาน จึงมีคุณภาพเหมาะสมเพียงพอทั้งความตรงและความเที่ยงในการวัดคุณลักษณะงานของพนักงานได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of variation) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) และ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient) โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป IBM SPSS Statistics การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบความมุ่งหมายของงานวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์และตรวจสอบโมเดล ประมวลผลวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) โดยโปรแกรม Mplus

## ผลการวิจัย

### ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่างวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริการในธุรกิจค้าปลีก จำนวนทั้งสิ้น 213 คน ตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 73.24 (n=156) และ 26.76 (n=57) อยู่ในช่วงอายุ 31 - 45 ปี ร้อยละ 51.17 (n = 109) รองลงมาเป็นช่วงอายุ 20 - 30 ปี ร้อยละ 45.54 (n = 97) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.11 (n =111) และต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.38 (n=86) มีอายุการทำงานอยู่ในช่วง 1 ปี ขึ้นไป - 3 ปี มากที่สุด ร้อยละ 42.72 (n=91) รองลงมา มีอายุการทำงานในช่วง 3 ปี ขึ้นไป - 6 ปี ร้อยละ 25.82 (n =55) และส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 70.89 (n =151) รองลงมาเป็นผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ร้อยละ 19.72 (n =42)

### ข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรวิจัย

(1) ตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ด้านความเป็นรูปธรรม ( $M = 4.43, SD = 0.70$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ( $M = 4.28, SD = 0.69$ ) ด้านการให้ความมั่นใจ ( $M = 4.23, SD = 0.73$ ) ด้านการตอบสนอง ( $M = 4.16, SD = 0.73$ ) และด้านความเอาใจใส่ ( $M = 4.13, SD = 0.74$ )

(2) ตัวแปรงานที่มีความหมาย พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ความหมายทางบวกของงาน ( $M = 3.96, SD = 0.81$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ การสร้างความหมายผ่านการทำงาน ( $M = 3.71, SD = 0.85$ ) และแรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน ( $M = 3.51, SD = 0.87$ )

(3) ตัวแปรคุณลักษณะของงาน ตัวแปรสังเกตได้ความสำคัญของงาน ( $M = 4.03, SD = 0.84$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ เอกลักษณะของงาน ( $M = 3.83, SD = 0.84$ ) และความหลากหลายของทักษะ ( $M = 3.66, SD = 0.87$ )

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติ  $\chi^2 = 35.48, df=34, \chi^2 / df = 1.04, P\text{-Value} = 0.39, RMSEA = 0.01, CFI = 0.99, TLI = 0.99, SRMR = 0.02$  ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) ของสมการโครงสร้างตัวแปร = 0.57 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลการวิจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ได้ร้อยละ 57.90

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ( $\beta = 0.46$ ,  $p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1) และงานที่มีความหมายมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.76$ ,  $p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2) และคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทิศทางบวกต่องานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.61$ ,  $p < .05$ ) (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3)

จากผลการวิจัยข้างต้นพบว่า คุณลักษณะของงาน และงานที่มีความหมาย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในกระบวนการที่ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงาน จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่น่าเสนอไปในข้างต้น ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย ทั้งยังพบว่าผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้นำมาอภิปราย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของงานและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ( $\beta = 0.46$ ,  $p < .05$ ) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ที่ว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Senen et al. (2020) ที่พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการ

ปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากงานวิจัยของ Grobelna (2018) ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริการส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม ซึ่งนับได้ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ที่มีพนักงานบริการปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีบทบาทหน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

นอกจากนั้นจากงานวิจัยของ Allan (2017) พบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและคุณลักษณะของงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลสัมฤทธิ์โดยที่งานนั้นๆ ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัติมีความหมายต่อตนเอง

ผลการวิจัยพบว่า งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านที่สำคัญ ช่วยให้เกิดผลการปฏิบัติด้านการให้บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้ สะท้อนให้เห็นว่า หากพนักงานชายได้รับมอบหมายงานที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ โดยจำเป็นต้องให้งานบริการด้านการขายท้าทายความสามารถ มีความแตกต่างระหว่างบุคคล และเปิดโอกาสให้พนักงานชายได้ใช้ความสามารถที่ตนเองถนัดและมีความหลากหลาย นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องให้พนักงานชายมีส่วนร่วมในความสำเร็จด้านยอดขาย กำไร หรือผลสำเร็จขององค์กร รวมไปถึงการได้รับประโยชน์และความสำคัญของงานที่มีต่อพนักงานชาย เช่น การส่งผลดีต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า เป็นต้น

ฉะนั้นหากองค์กรต้องการพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายตามองค์ประกอบของคุณลักษณะของงาน 3 ประการ ได้แก่

- 1). ความหลากหลายของทักษะ เมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะงานของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีกที่มีขอบเขตการทำงานแตกต่างกันในแต่ละบุคคล พนักงานชายบางคนมีหน้าที่ประจำอยู่ที่จุดชำระเงิน ซึ่งทำหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าในการคิดเงิน และจัดเตรียมสินค้าใส่ถุงให้แก่ลูกค้า หรือ พนักงานชายบางคนดูแลเรื่องสต็อกสินค้า ทำหน้าที่ให้บริการด้านการจัดเรียงสินค้าในคลังเก็บสินค้าหลังร้าน รวมถึงการเติมสต็อกสินค้าหน้าร้าน ให้บนชั้นจัดเรียงสินค้ามีสินค้าเพียงพอ และมีระเบียบเรียบร้อยมีความสวยงามอยู่เสมอ หรือ พนักงานชายบางคนทำหน้าที่ในการเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการจัดเตรียมตะกร้า รถเข็น ดูแลความสะอาดภายในร้าน รวมทั้งให้บริการลูกค้าในพื้นที่ขายช่วยในการหาสินค้า แนะนำโปรโมชั่นต่าง ๆ และการตอบคำถามให้แก่ลูกค้าแต่ละบุคคล ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการออกแบบงานโดยการขยายขอบเขตงาน (Job enlargement) คือ การ

เพิ่มภารกิจในงานที่มีความหลากหลาย และแตกต่างไปจากงานเดิมที่พนักงานปฏิบัติอยู่ เพื่อลดความเบื่อหน่ายในงาน เพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงาน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาความสามารถทักษะเพิ่มเติมให้แก่พนักงานอีกด้วย (Unhalekka, 2021) กล่าวคือ หากมีการออกแบบงานโดยการเพิ่มขอบเขตงานให้พนักงานได้รับมอบหมายงานที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม พนักงานได้ใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถที่หลากหลายในการดำเนินงานให้เกิดผลสำเร็จ จะส่งผลทำให้พนักงานชายรับรู้ได้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงานของตนมากยิ่งขึ้น จะนำมาซึ่งการเพิ่มระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้

2). ความมีเอกลักษณ์ของงาน การให้พนักงานชายได้มีส่วนเกี่ยวข้องและเห็นหรือรับรู้ได้ถึงงานที่ตนทำ ได้มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการทำงาน ซึ่งได้ผลลัพธ์ที่มองเห็นได้ชัดเจน จะช่วยให้พนักงานชายรับรู้ได้คุณค่าความหมายที่อยู่ในงานที่ตนได้มีส่วนร่วม จะนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายให้เพิ่มสูงขึ้น (Walumbwa et al., 2019)

3). ความสำคัญของงาน องค์กรควรตระหนักและให้ความสำคัญ ทราบถึงระดับการรับรู้ถึงคุณลักษณะของงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ถึงความสำคัญในงานของพนักงานชายที่มีต่อองค์กร ซึ่งจะเป็นตัวช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงานของพนักงานชาย และส่งผลทำให้ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นการออกแบบงานให้มีการหมุนเวียนงาน (Job rotation) จะเป็นตัวช่วยหนึ่งทำให้พนักงานชายได้เปลี่ยนหน้าที่การทำงาน โดยการหมุนเวียนไปทำงานอื่นที่ใช้ทักษะ ความสามารถที่แตกต่างจากงานเดิมที่ทำอยู่ประจำ (Unhalekka, 2021) เพื่อทำให้พนักงานชายเกิดการรับรู้ มองเห็นถึงผลลัพธ์การทำงาน และเห็นถึงความสำคัญของงานของตน ว่าสามารถสร้างผลกระทบต่องานของบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน องค์กร หรือลูกค้าที่ตนให้บริการ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร

## 2. ความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมายและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

การวิเคราะห์หือทธิพลของตัวแปรงานที่มีความหมายและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า งานที่มีความหมายมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.76, p < .05$ ) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 ที่ว่า งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายในธุรกิจ

คำปลีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Walumbwa et al. (2019) ซึ่งพบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ว่างานของตนมีความหมาย มีแนวโน้มที่พนักงานจะทุ่มเทให้กับงานของตน และมีสมาธิกับงานมากขึ้น และเกิดผลกระทบเชิงบวกต่อบุคคลอื่นและองค์กร จึงเป็นการช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานด้านการบริการให้เพิ่มสูงขึ้น

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานและงานที่มีความหมาย

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของงานและงานที่มีความหมาย พบว่าคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทิศทางบวกต่องานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.61, p < .05$ ) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 ที่ว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีก สอดคล้องสนับสนุนแนวคิดของ Hackman and Oldham (1976) พบว่า งานที่มีความหมายถูกนับว่าเป็นสภาวะทางจิตใจที่สำคัญทางจิตวิทยาซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่างคุณลักษณะของงาน นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กร อีกทั้งในการวิจัยของ Allan et al. (2019) ที่ได้นำทฤษฎีคุณลักษณะของงาน (Job characteristics theory) มาใช้เป็นกรอบการวิจัยในการศึกษาขนาดอิทธิพลของงานที่มีความหมายกับผลลัพธ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา และการทำนายผลลัพธ์โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า คุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับงานที่มีความหมายและนำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย รวมถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ฉะนั้นหากองค์กรต้องการพัฒนาผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชาย องค์กรควรตระหนักให้มีความสำคัญ ทราบถึงระดับการรับรู้ถึงคุณลักษณะของงาน และการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงานของพนักงานชาย ซึ่งเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะงานของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีกที่มีขอบเขตการทำงานแตกต่างกันในแต่ละบุคคล พนักงานชายบางคนมีหน้าที่ประจำอยู่ที่จุดชำระเงิน ซึ่งทำหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าในการคิดเงิน และจัดเตรียมสินค้าใส่ถุงให้แก่ลูกค้า หรือ พนักงานชายบางคนดูแลเรื่องสต็อกสินค้า ทำหน้าที่ให้บริการด้านการจัดเรียงสินค้าในคลังเก็บสินค้าหลังร้าน รวมถึงการเติมสต็อกสินค้าหน้าร้าน ให้บนชั้นจัดเรียงสินค้ามีสินค้าเพียงพอ และมีระเบียบเรียบร้อยมีความ



สวยงามอยู่เสมอ หรือ พนักงานขายบางคนทำหน้าที่ในการเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการจัดเตรียมตะกร้า รถเข็น ดูแลความสะอาดภายในร้าน รวมทั้งให้บริการลูกค้าในพื้นที่ขายช่วยในการหาสินค้า แนะนำโปรโมชั่นต่าง ๆ และการตอบคำถามให้แก่ลูกค้าแต่ละบุคคล โดยสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนรูปแบบการทำงาน การออกแบบงานให้มีการหมุนเวียนงาน (Job rotation) ให้พนักงานขายได้เปลี่ยนหน้าที่การทำงาน โดยการหมุนเวียนไปทำงานอื่นที่ใช้ทักษะ ความสามารถที่แตกต่างจากงานเดิมที่ทำอยู่ประจำ หรือ นำไปใช้ในการออกแบบงานโดยการขยายขอบเขตงาน (Job enlargement) คือ การเพิ่มภารกิจในงานที่มีความหลากหลาย และแตกต่างไปจากงานเดิมที่พนักงานปฏิบัติอยู่ เพื่อลดความเบื่อหน่ายในงาน เพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่ในงาน และการรับรู้ถึงความสำคัญในงานของตนที่มีต่อองค์กร อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาความสามารถเพิ่มเติมให้แก่พนักงานอีกด้วย กล่าวคือ หากมีการออกแบบงานให้งานมีการหมุนเวียนคุณลักษณะของงาน หรือเพิ่มขอบเขตงานให้พนักงานได้รับมอบหมายงานที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม เมื่อพนักงานได้ใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถที่หลากหลายในการดำเนินงานให้เกิดผลสำเร็จ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการทำงานที่ทำทนาย รับรู้ถึงขั้นตอนการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้มองเห็นถึงผลลัพธ์การทำงานของงานเป็นงานที่สามารถสร้างผลกระทบต่องานของบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน องค์กร หรือลูกค้าที่พนักงานให้บริการ จะนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายให้เพิ่มสูงขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ซึ่งจากข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาถึงอิทธิพลทางตรงของคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณลักษณะของงาน และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานต่อไป

2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโมเดลกับกลุ่มพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกแห่งหนึ่ง เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพื่อให้เกิดความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงควรศึกษากับกลุ่มพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกในบริบทที่ตั้งหรือเขตพื้นที่อื่น ๆ เช่น จังหวัดพื้นที่ท่องเที่ยว จังหวัดที่มีความหลากหลายของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมการใช้จ่าย

ความสามารถในการจ่าย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการรับรู้งานที่มีความหมายของพนักงานได้อีกด้วย

3. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสรุปและวิเคราะห์ผลในภาพรวมจากผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ตัวแปรในโมเดลการวิจัย สามารถอธิบายผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกได้ร้อยละ 57.90 ซึ่งยังมีตัวแปรอื่นที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกได้อีกประมาณร้อยละ 42.10 ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวแปรอื่นร่วมด้วย เช่น ความยืดหยุ่นผูกพันในงาน การทำงานเป็นทีม บรรยากาศในองค์กร เป็นต้น



## บรรณานุกรม

- Allan, B. A. (2017). Task significance and meaningful work: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior, 102*, 174-182.
- Allan, B. A., Batz-Barbarich, C., Sterling, H. M., & Tay, L. (2019). Outcomes of meaningful work: A meta-analysis. *Journal of management studies, 56*(3), 500-528.
- Amyx, D., & Bhuian, S. (2009). Salesperf: The salesperson service performance scale. *Journal of Personal Selling & Sales Management, 29*(4), 367-376.
- Bailey, C., Yeoman, R., Madden, A., Thompson, M., & Kerridge, G. (2019). A review of the empirical literature on meaningful work: Progress and research agenda. *Human Resource Development Review, 18*(1), 83-113.
- Blanz, M. (2017). Employees' job satisfaction: A test of the job characteristics model among social work practitioners. *Journal of evidence-informed social work, 14*(1), 35-50.
- Chen, C.-C., & Chiu, S.-F. (2009). The mediating role of job involvement in the relationship between job characteristics and organizational citizenship behavior. *The Journal of social psychology, 149*(4), 474-494.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing, 56*(3), 55-68.
- Daniel, J. L. (2019). Trust as a mediator of workplace spirituality and job performance. *Journal of Business and Behavioral Sciences, 31*(2), 80-103.
- de Waal, A., van Nierop, E., & Sloot, L. (2017). Analysing supermarket performance with the high-performance organisation framework. *International Journal of Retail & Distribution Management.*
- Duarte-Lores, I., Rolo-González, G., Suárez, E., & Chinea-Montesdeoca, C. (2021). Meaningful work, work and life satisfaction: Spanish adaptation of Work and Meaning Inventory Scale. *Current Psychology, 1*-13.
- Faradila, N., Heksarini, A., & Darma, D. C. (2020). Antecedents that affect job satisfaction and employee performance. *Saudi Journal of Business and Management Studies,*

5(6), 293-302.

- Frimpong, K., & Wilson, A. (2013). Relative importance of satisfaction dimensions on service performance: A developing country context. *Journal of service Management*.
- Fürstenberg, N., Alfes, K., & Shantz, A. (2021). Meaningfulness of work and supervisory-rated job performance: A moderated-mediation model. *Human Resource Management, 60*(6), 903-919.
- Garg, P., & Rastogi, R. (2006). New model of job design: motivating employees' performance. *Journal of management Development*.
- Grobelna, A. (2018). Effects of individual and job characteristics on hotel contact employees' work engagement and their performance outcomes: A case study from Poland. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied psychology, 60*(2), 159.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational behavior and human performance, 16*(2), 250-279.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis 6th Edition. *Pearson Prentice Hall. New Jersey. humans: Critique and reformulation. Journal of Abnormal Psychology, 87*, 49-74.
- Hair, J. F., Jr, Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)*: Pearson Prentice Hall.
- Han, S.-H., Sung, M., & Suh, B. (2021). Linking meaningfulness to work outcomes through job characteristics and work engagement. *Human Resource Development International, 24*(1), 3-22.
- Hussein, A. (2018). Test of Hackman and Oldham's job characteristics model at general media sector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8*(1), 352-371.
- Johari, J., Tan, F. Y., Yahya, K. K., & Adnan, Z. (2015). Elevating job performance through job characteristics and work involvement. *International Academic Research*

*Journal of Social Science*, 1(2), 69-82.

- Johns, N., & Howard, A. (1998). Customer expectations versus perceptions of service performance in the foodservice industry. *International journal of service industry management*.
- Junça-Silva, A., Silva, S., & Caetano, A. (2022). Job crafting, meaningful work and performance: a moderated mediation approach of presenteeism. *SN Business & Economics*, 2(4), 1-21.
- Kline, R. B. (2005). Principles and practice of structural equation modeling: Methodology in the social sciences.
- Leonardo, M. d. G. L., Pereira, M. M., Valentini, F., Freitas, C. P. P. d., & Damásio, B. F. (2019). Adaptação do Inventário de Sentido do Trabalho (WAMI) para o contexto brasileiro. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 20(1), 78-89.
- Liao, H., & Chuang, A. (2004). A multilevel investigation of factors influencing employee service performance and customer outcomes. *Academy of Management journal*, 47(1), 41-58.
- Lin, L., Cai, X., & Yin, J. (2021). Effects of mentoring on work engagement: Work meaningfulness as a mediator. *International Journal of Training and Development*, 25(2), 183-199.
- Lips-Wiersma, M., & Wright, S. (2012). Measuring the meaning of meaningful work: Development and validation of the Comprehensive Meaningful Work Scale (CMWS). *Group & Organization Management*, 37(5), 655-685.
- Luangsakdapich, R. (2020). ความสามารถในนวัตกรรมด้านการให้บริการและผลการทำงานในการให้บริการหลักฐานจากธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *Chulalongkorn Business Review*, 42(1), 43-67.
- Mahdieh, H. J.-P. D. O. (2015). The study of relationship between JOB CHARACTERISTICE and JOB PERFORMANCE.
- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of occupational and organizational psychology*, 77(1), 11-37.

- Min, H. (2010). Evaluating the comparative service quality of supermarkets using the analytic hierarchy process. *Journal of Services Marketing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.
- Pratt, M. G., & Ashforth, B. E. (2003). Fostering meaningfulness in working and at work. Teoksessa KS Cameron, JE Dutton & RE Quinn (toim.) Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline. In: San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Rahmi, T., Fitriana, E., Harding, D., & Agustiani, H. (2019). Adaptation and Psychometrics of the Indonesian Version of Work and Meaning Inventory (WAMI). *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(22), 1063-1080.
- Ramlall, S. (2004). A review of employee motivation theories and their implications for employee retention within organizations. *Journal of American academy of business*, 5(1/2), 52-63.
- Rasyida, D. R., Ulkhaq, M. M., Setiowati, P. R., & Setyorini, N. A. (2016). *Assessing service quality: a combination of SERVPERF and importance-performance analysis*. Paper presented at the MATEC Web of Conferences.
- Raub, S., & Blunschi, S. (2014). The power of meaningful work: How awareness of CSR initiatives fosters task significance and positive work outcomes in service employees. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 10-18.
- Raub, S., & Liao, H. (2012). Doing the right thing without being told: Joint effects of initiative climate and general self-efficacy on employee proactive customer service performance. *Journal of applied psychology*, 97(3), 651.
- Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A theoretical integration and review. *Research in organizational behavior*, 30, 91-127.
- Senen, S., Masharyono, M., & Edisa, N. (2020). *The Effect of Job Characteristics to Employee's Performance: A Case Study on Employees at Interior Industry*. Paper presented at the 3rd Global Conference on Business, Management, and

- Entrepreneurship (GCBME 2018).
- Shepherd, C. D. (1999). Service Quality and the Sales Force: A Tool for Competitive Advantage. *The Journal of Personal Selling and Sales Management*, 19(3), 73-82.
- Simões, E., Saraiva, M., Basch, G., Pires, A. R., Rosa, Á., & Chaleta, E. (2020). Hybrid conceptual model for assessing quality, production and satisfaction (Squal4agri), in agricultural production units, in cape verde. *Sustainability*, 13(1), 37.
- Siruri, M. M., & Cheche, S. (2021). Revisiting the Hackman and Oldham Job Characteristics Model and Herzberg's Two Factor Theory: Propositions on How to Make Job Enrichment Effective in Today's Organizations. *European Journal of Business and Management Research*, 6(2), 162-167.
- Steger, M. F., Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The work and meaning inventory (WAMI). *Journal of career Assessment*, 20(3), 322-337.
- Suyasa, P. T. Y. (2017). The Role of Quality of Work Life as a Predictor of Counterproductive Work Behavior. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*, 32(3), 169-183.
- Unhalekka, A. (2021). การ ออกแบบ งาน ด้วย ทฤษฎี คุณลักษณะ ของ งาน เพื่อ เพิ่ม ความผูกพัน ต่อ งาน และ ผล การ ปฏิบัติ งาน ของ พนักงาน. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*, 16(1), 15-30.
- Walumbwa, F. O., Hsu, I.-C., Wu, C., Misati, E., & Christensen-Salem, A. (2019). Employee service performance and collective turnover: Examining the influence of initiating structure leadership, service climate and meaningfulness. *Human relations*, 72(7), 1131-1153.
- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2557). การ ประยุกต์ ใช้ การ วิเคราะห์ แบบ จำลอง สม การ โครงสร้าง ใน งาน วิจัย เชิง ทดลอง (Applications of Structural Equation Modeling in Experimental Research). วารสาร พฤติกรรม ศาสตร์ (*Warasan Phuettikammasat*), 20(2).
- พัชรภรณ์ เลขยันต์. (2559). กลยุทธ์ การ ตลาด เพื่อ การ แข่งขัน สำหรับ ธุรกิจ ค้า ปลีก. *SSRU Journal of Management Science*, 4(1).
- วิจัยกรุงศรี. (2565). วิจัยกรุงศรีมองแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565-2567(ตอนจบ): โอกาสและความท้าทาย. <https://thaiublica.org/2022/01/krungsri-research-thailand->

[industry-outlook-2022-2024-01](#)

สุพิชฌาย์ ลิ้มตระกูลไทย. (2561). คุณลักษณะของงานที่มีผลต่อความผูกพันด้านความรู้สึกต่อองค์กรผ่านผลการปฏิบัติงานในบทบาทการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง. มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ฉบับภาษาไทย, 11, 2920-2935.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
ใบอนุญาตจรรยาบรรณ





หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย  
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC-G- 323/2565E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย ในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ชื่อผู้วิจัยหลัก: นางสาว ภัทราภรณ์ ธนาการสิทธิ์

สังกัด: บัณฑิตวิทยาลัย

- เอกสารที่รับรอง:
1. แบบเสนอโครงการวิจัย
  2. โครงการวิจัย
  3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
  4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

- |   |  |
|---|--|
| 1. แบบเสนอโครงการวิจัย                      | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 15 สิงหาคม 2565 |
| 2. โครงร่างการวิจัย                         | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 15 สิงหาคม 2565 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย          | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 15 สิงหาคม 2565 |
| 4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 15 สิงหาคม 2565 |

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E/G-323/2565

วันที่ให้การรับรอง : 15/08/2565

วันหมดอายุใบรับรอง : 15/08/2566



ที่ อว 8718/

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

15 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขอแจ้งผลการพิจารณาโครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G- 323/2565E

เรียน นางสาว ภัทรภรณ์ ธนาการสิทธิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ใบรับรองโครงการวิจัย SWUEC/E/G-323/2565

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน โครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G 323/2565E เพื่อรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ นั้น

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าว บัดนี้ คณะกรรมการฯ ให้การรับรองโครงการวิจัยดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2565 รายละเอียดดังนี้

Certificate Number SWUEC/E/G-323/2565

Date of Approval 15 สิงหาคม 2565 (อายุใบรับรองโครงการวิจัย 12 เดือน)

Date of Expiration 15 สิงหาคม 2566

Continuing Review ทุก 12 เดือน (ครบกำหนดส่งรายงานครั้งแรก วันที่ 15 สิงหาคม 2566)

ในการนี้ คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ขอความกรุณาให้ผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าของการวิจัยและต่ออายุการรับรองก่อนกำหนดวันหมดอายุ 30 วัน เพื่อให้เป็นไปตามวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs version 2.0) ของคณะกรรมการฯ ทั้งนี้รายละเอียดของเอกสารที่ให้การรับรองตามที่ปรากฏใน Certificate of Approval (Certificate Number SWUEC/E/G-323/2565) ที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 12430

โทรสาร 0-2259-1822

ภาคผนวก ข  
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ



## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

### 1. ผศ.ดร.นวรินทร์ ตาก้อนทอง

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### 2. ผศ.ดร.วิรัชญา วัฒนโณ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### 3. ดร.สรียา โชติธรรม

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญจากโปรแกรม Mplus



## INPUT INSTRUCTIONS

```

title: SEM Performance

Data: file is data213-11.dat;

variable: Names are TAN REL RES ASS EMP
          PMIW MMTW GGM
          SV TI TS;

Model:
  SP by TAN REL RES ASS EMP;
  MW by PMIW MMTW GGM;
  JC by SV TI TS;
REL WITH TAN;
MMTW WITH PMIW;
ASS WITH RES;
ASS WITH TAN;
TI WITH SV;
TS WITH SV;
GGM WITH MMTW;
GGM WITH PMIW;

  MW on JC;
!   SP on JC;
  SP on MW;

Model indirect:
SP ind JC;

output: stdyx mod(1);

```

SEM Performance

## SUMMARY OF ANALYSIS

Number of groups	1
Number of observations	213
Number of dependent variables	11
Number of independent variables	0
Number of continuous latent variables	3

## Observed dependent variables

Continuous					
TAN	REL	RES	ASS	EMP	PMIW
MMTW	GGM	SV	TI	TS	

## Continuous latent variables

SP	MW	JC
----	----	----

Estimator	ML
Information matrix	OBSERVED
Maximum number of iterations	1000
Convergence criterion	0.500D-04
Maximum number of steepest descent iterations	20

Input data file(s)  
dataset213-11.dat

Input data format FREE



THE MODEL ESTIMATION TERMINATED NORMALLY

MODEL FIT INFORMATION

Number of Free Parameters 43

Loglikelihood

HO Value -2294.985  
H1 Value -2277.241

Information Criteria

Akaike (AIC) 4675.969  
Bayesian (BIC) 4820.505  
Sample-Size Adjusted BIC 4684.250  
( $n^* = (n + 2) / 24$ )

Chi-Square Test of Model Fit

Value 35.488  
Degrees of Freedom 34  
P-Value 0.3980

RMSEA (Root Mean Square Error Of Approximation)

Estimate 0.014  
90 Percent C.I. 0.000 0.052  
Probability RMSEA  $\leq$  .05 0.933

CFI/TLI

CFI 0.998  
TLI 0.997

Chi-Square Test of Model Fit for the Baseline Model

Value 943.705  
Degrees of Freedom 55  
P-Value 0.0000

SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)

Value 0.026

## MODEL RESULTS

		Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
SP	BY				
	TAN	1.000	0.000	999.000	999.000
	REL	1.148	0.118	9.697	0.000
	RES	1.317	0.186	7.066	0.000
	ASS	1.278	0.173	7.405	0.000
	EMP	1.167	0.162	7.225	0.000
MW	BY				
	PMIW	1.000	0.000	999.000	999.000
	MMTW	1.110	0.230	4.829	0.000
	GGM	1.406	0.357	3.944	0.000
JC	BY				
	SV	1.000	0.000	999.000	999.000
	TI	1.123	0.299	3.752	0.000
	TS	1.533	0.388	3.949	0.000
MW	ON				
	JC	0.354	0.169	2.088	0.037
SP	ON				
	MW	1.212	0.475	2.551	0.011
REL	WITH				
	TAN	0.104	0.028	3.789	0.000
MMTW	WITH				
	PMIW	0.411	0.057	7.147	0.000
ASS	WITH				
	RES	0.044	0.030	1.447	0.148
	TAN	0.025	0.020	1.280	0.201
TI	WITH				
	SV	0.149	0.065	2.295	0.022
TS	WITH				
	SV	0.042	0.082	0.513	0.608
GGM	WITH				
	MMTW	0.291	0.057	5.065	0.000
	PMIW	0.254	0.055	4.646	0.000
Intercepts					
	TAN	4.432	0.048	92.689	0.000
	REL	4.285	0.047	90.640	0.000
	RES	4.158	0.050	83.849	0.000
	ASS	4.228	0.050	84.993	0.000
	EMP	4.128	0.051	81.087	0.000
	PMIW	3.964	0.055	72.023	0.000
	MMTW	3.712	0.058	64.107	0.000
	GGM	3.507	0.060	58.667	0.000
	SV	3.662	0.059	61.816	0.000
	TI	3.826	0.057	66.913	0.000
	TS	4.033	0.057	70.479	0.000

Variances				
JC	0.214	0.105	2.042	0.041
Residual Variances				
TAN	0.304	0.037	8.284	0.000
REL	0.235	0.032	7.352	0.000
RES	0.207	0.037	5.625	0.000
ASS	0.229	0.038	6.085	0.000
EMP	0.303	0.037	8.278	0.000
PMIW	0.573	0.063	9.098	0.000
MMTW	0.625	0.069	9.125	0.000
GGM	0.619	0.073	8.445	0.000
SV	0.534	0.105	5.097	0.000
TI	0.427	0.069	6.217	0.000
TS	0.196	0.104	1.884	0.060
SP	0.077	0.036	2.134	0.033
MW	0.045	0.025	1.775	0.076

## STANDARDIZED MODEL RESULTS

## STDYX Standardization

		Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
SP	BY				
	TAN	0.613	0.057	10.784	0.000
	REL	0.711	0.047	15.026	0.000
	RES	0.778	0.047	16.698	0.000
	ASS	0.752	0.048	15.560	0.000
	EMP	0.672	0.048	14.054	0.000
MW	BY				
	PMIW	0.334	0.092	3.628	0.000
	MMTW	0.352	0.087	4.029	0.000
	GGM	0.432	0.085	5.096	0.000
JC	BY				
	SV	0.535	0.124	4.299	0.000
	TI	0.622	0.076	8.191	0.000
	TS	0.848	0.088	9.597	0.000
MW	ON				
	JC	0.610	0.113	5.390	0.000
SP	ON				
	MW	0.761	0.118	6.458	0.000
REL	WITH				
	TAN	0.390	0.073	5.352	0.000
MMTW	WITH				
	PMIW	0.686	0.039	17.450	0.000
ASS	WITH				
	RES	0.201	0.116	1.731	0.083
	TAN	0.096	0.071	1.343	0.179
TI	WITH				
	SV	0.312	0.104	2.994	0.003
TS	WITH				
	SV	0.130	0.229	0.568	0.570
GGM	WITH				
	MMTW	0.467	0.061	7.715	0.000
	PMIW	0.426	0.064	6.632	0.000

Intercepts				
TAN	6.351	0.315	20.157	0.000
REL	6.211	0.309	20.124	0.000
RES	5.745	0.287	20.041	0.000
ASS	5.824	0.290	20.052	0.000
EMP	5.556	0.278	20.002	0.000
PMIW	4.935	0.249	19.841	0.000
MMTW	4.393	0.224	19.647	0.000
GGM	4.020	0.206	19.470	0.000
SV	4.236	0.216	19.577	0.000
TI	4.585	0.232	19.723	0.000
TS	4.829	0.244	19.808	0.000

Variances				
JC	1.000	0.000	999.000	999.000

Residual Variances				
TAN	0.625	0.070	8.979	0.000
REL	0.494	0.067	7.329	0.000
RES	0.395	0.072	5.458	0.000
ASS	0.434	0.073	5.961	0.000
EMP	0.549	0.064	8.552	0.000
PMIW	0.888	0.061	14.454	0.000
MMTW	0.876	0.062	14.211	0.000
GGM	0.813	0.073	11.083	0.000
SV	0.714	0.133	5.373	0.000
TI	0.613	0.094	6.489	0.000
TS	0.280	0.150	1.870	0.061
SP	0.421	0.179	2.351	0.019
MW	0.628	0.138	4.556	0.000

## R-SQUARE

Observed Variable	Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
TAN	0.375	0.070	5.392	0.000
REL	0.506	0.067	7.513	0.000
RES	0.605	0.072	8.349	0.000
ASS	0.566	0.073	7.780	0.000
EMP	0.451	0.064	7.027	0.000
PMIW	0.112	0.061	1.814	0.070
MMTW	0.124	0.062	2.014	0.044
GGM	0.187	0.073	2.548	0.011
SV	0.286	0.133	2.149	0.032
TI	0.387	0.094	4.095	0.000
TS	0.720	0.150	4.798	0.000

Latent Variable	Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
SP	0.579	0.179	3.229	0.001
MW	0.372	0.138	2.695	0.007

## QUALITY OF NUMERICAL RESULTS

Condition Number for the Information Matrix                    0.292E-03  
 (ratio of smallest to largest eigenvalue)

## TOTAL, TOTAL INDIRECT, SPECIFIC INDIRECT, AND DIRECT EFFECTS

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
Effects from JC to SP				
Total	0.429	0.139	3.077	0.002
Total indirect	0.429	0.139	3.077	0.002
Specific indirect				
SP				
MW				
JC	0.429	0.139	3.077	0.002

## STANDARDIZED TOTAL, TOTAL INDIRECT, SPECIFIC INDIRECT, AND DIRECT EFFECTS

## STDYX Standardization

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	Two-Tailed P-Value
Effects from JC to SP				
Total	0.464	0.078	5.942	0.000
Total indirect	0.464	0.078	5.942	0.000
Specific indirect				
SP				
MW				
JC	0.464	0.078	5.942	0.000

ภาคผนวก ง  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



## แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงาน  
ขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาเท่านั้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. แบบสอบถามมีทั้งสิ้น 4 ตอน จำนวน 5 หน้า ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอนและทุกข้อความสมบูรณ์ของการตอบที่ได้รับจากท่านจะมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการวิจัยครั้งนี้
3. โปรดอ่านคำชี้แจงในการตอบคำถามแต่ละชุดโดยละเอียด
4. ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับ ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์และเสนอผลในภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ตอบจะไม่ได้รับผลกระทบใดๆ จากการตอบคำถามในครั้งนี้ทั้งสิ้น

ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ภัทราภรณ์ ธนากรสิทธิ์  
นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



แบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจค้าปลีก

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
  - ( ) ชาย
  - ( ) หญิง
2. อายุ
  - ( ) ต่ำกว่า 20 ปี
  - ( ) 20 - 30 ปี
  - ( ) 31 - 45 ปี
  - ( ) 45 ปี ขึ้นไป
3. ประสบการณ์ทำงาน
  - ( ) 1 ปี ขึ้นไป - 3 ปี
  - ( ) 3 ปี ขึ้นไป - 6 ปี
  - ( ) 6 ปี ขึ้นไป - 10 ปี
  - ( ) มากกว่า 10 ปี
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
  - ( ) ต่ำกว่า ระดับปริญญาตรี
  - ( ) ระดับปริญญาตรี
  - ( ) สูงกว่า ระดับปริญญาตรี
5. ระดับตำแหน่งงานของท่าน
  - ( ) พนักงาน
  - ( ) ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา
  - ( ) ผู้จัดการสาขา
6. รหัสสาขาที่ท่านปฏิบัติงาน
 

.....



ส่วนที่ 2 แบบวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ ที่	ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย และไม่ เห็นด้วย พอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมใช้งานก่อนลูกค้าใช้บริการ เช่น รถเข็น ตะกร้าใส่สินค้า					
2	เมื่อลูกค้ามาใช้บริการ ฉันเตรียมอุปกรณ์การทำงานให้บริการได้สะดวกรวดเร็ว เช่น ที่วางพักสินค้าสำหรับคิดเงิน อุปกรณ์สำหรับคิดเงิน/ใบเสร็จรับเงิน					
3	ฉันแต่งกายมีระเบียบเรียบร้อย พร้อมให้บริการลูกค้า					
4	เมื่อลูกค้าประสบปัญหา ฉันเข้าไปช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ					
5	ฉันให้บริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการบริการด้วยความถูกต้อง					
6	ฉันให้บริการลูกค้าได้ทันเวลา ทันที และมีผลการบริการเป็นไปตามที่ตกลงไว้					
7	ฉันมีความเต็มใจในการบริการลูกค้า					
8	ฉันพร้อมให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับสินค้าและโปรโมชั่น ตลอดจนความช่วยเหลืออื่น ๆ แก่ลูกค้า เช่น การบริการหยิบสินค้า การบริการหาสินค้า					
9	ฉันให้การบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว					
10	แม้ว่างานบริการจะยุ่งส้งเพียงใด ฉันก็มีเวลาในการตอบคำถาม หรือพูดคุยกับลูกค้า					
11	ลูกค้ามีความมั่นใจในความสามารถของการให้บริการของฉัน เช่น การบอกข้อมูลกับสินค้าชัดเจน การแนะนำวิธีการใช้สินค้า					
12	ฉันให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและมีมารยาทที่ดีเสมอ					
13	ลูกค้ารู้สึกได้รับการประกันและไว้วางใจจากการบริการของฉันด้วยความเป็นกันเองและน่าเชื่อถือ					
14	ลูกค้าสามารถติดต่อฉันได้ง่ายและสะดวก					
15	ถ้าฉันเห็นว่าลูกค้ากำลังต้องการความช่วยเหลือ ฉันจะเข้าไปให้บริการลูกค้า โดยไม่ต้องร้องขอ					
16	ฉันให้ความสนใจเอาใจใส่กับลูกค้าเป็นรายบุคคล					
17	ฉันให้ความสนใจลูกค้าด้วยใจและบริการให้ที่ดีที่สุด					

### ส่วนที่ 3 แบบวัดงานที่มีความหมาย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ ที่	ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย และไม่ เห็นด้วย พอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันรับรู้ว่าคุณค่าของฉันมีคุณค่า และมีความสำคัญ					
2	ฉันเข้าใจว่างานของฉันมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของฉันอย่างไร					
3	ฉันมีความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้งานของฉันมีความหมาย					
4	ฉันค้นพบว่า งานของฉันจะช่วยให้ฉันบรรลุเป้าหมายที่คาดหวังไว้ในการทำงานได้อย่างน่าพอใจ					
5	ฉันมองเห็นว่าการทำงานของฉันเป็นงานที่เอื้อต่อความก้าวหน้าในชีวิตของฉัน					
6	งานของฉันช่วยให้ฉันเข้าใจตัวเองมากขึ้น					
7	งานของฉันช่วยให้ฉันเข้าใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว					
8	แท้จริงแล้ว งานของฉันไม่ได้มีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ					
9	ฉันรู้ว่า งานของฉันสร้างความแตกต่างในเชิงบวกหรือผลกระทบทางบวก เช่น สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ ให้ความพึงพอใจแก่ผู้อื่นได้					
10	งานที่ฉันทำสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายนอกเหนือจากสิ่งที่ฉันคาดหวังไว้ เช่น มีประโยชน์ต่อผู้อื่นหรือสังคม					

#### ส่วนที่ 4 แบบวัดคุณลักษณะของงาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ ที่	ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย และไม่ เห็นด้วย พอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	งานที่ฉันทำเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ และทักษะที่หลากหลาย ในการทำงานให้เกิดผลสำเร็จ					
2	งานที่ฉันทำต้องใช้ทักษะที่หลากหลายและแตกต่างจากงานอื่น ๆ					
3	งานที่ฉันทำเป็นงานที่ง่ายและซ้ำซากจำเจ					
4	ฉันมีความเกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มจัดวางสินค้าจนถึงการให้บริการขายกับลูกค้า ตลอดจนการบริการหลังการขาย					
5	ฉันไม่สามารถที่จะทำงานบางส่วนของงานบริการขายเท่านั้น แต่ฉันจำเป็นต้องทำงานในทุกขั้นตอนของการบริการขายจนเสร็จสมบูรณ์หรือจนลูกค้าได้รับการบริการตามความต้องการของลูกค้า					
6	ฉันไม่สามารถแก้ไขงานบริการขายของฉันให้เสร็จสิ้นตั้งแต่เริ่มต้นจนจบการบริการขายได้					
7	งานของฉันมีความสำคัญต่อชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้า					
8	คุณภาพของงานของฉันส่งผลโดยตรงต่อลูกค้าของฉัน					
9	โดยรวมแล้วงานของฉัน ไม่ได้มีความสำคัญอะไรมากนัก					

ประวัติผู้เขียน

