

อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของ พนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน Influence of Job Characteristics Affecting the Service Performance of Salespeople in Retail Business: Mediating Role of Meaningful Work

¹ภัทรภรณ์ ธนาการสิทธิ์ และ ²ปิยพงษ์ คล้ายคลึง

¹Patraporn Tanakarnsit and ²Piyapong Khaikleng

¹นิสิตปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยาประยุกต์
คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

²อาจารย์ประจำวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹Master of Art, Applied Psychology Graduate School Srinakharinrot University

²Lecturer of College of Creative Industry Srinakharinwirot University

¹Corresponding Author. E-mail: patraporn.nut@g.swu.ac.th

Received November 15, 2022; Revised December 14, 2022; Accepted April 5, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก จำนวน 213 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่า χ^2 เท่ากับ 35.48 ค่า df เท่ากับ 34 ค่า χ^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 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ($\beta = 0.46, p < .05$) และงานที่มีความหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.76, p < .05$) และคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางบวกต่องานที่มีความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.61, p < .05$) สรุปได้ว่าคุณลักษณะของงาน และงานที่มีความหมาย เป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการที่ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงาน องค์การสามารถนำไปใช้ในการออกแบบงาน การจัดฝึกอบรม หรือ จัดบรรยาย เพื่อพัฒนาความรู้ ส่งเสริมการรับรู้ให้พนักงานได้รับทราบถึงความสำคัญของงานของตน นำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขาย

คำสำคัญ: ผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ; คุณลักษณะของงาน; งานที่มีความหมาย

Abstract

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.

Keywords: Service performance; Job characteristics; Meaningful work

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า เนื่องจากมีผู้ประกอบการค้าปลีกเพิ่มขึ้น ทั้งกิจการขนาดเล็กและขนาดใหญ่ อีกทั้งการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น บทบาทหน้าที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าแต่ละราย (พัชรภรณ์ เลขยันต์, 2560) และจากแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565-2567 (วิจัยกรุงศรี, 2565) พบว่า ธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.0 – 3.5 ต่อปี โดยมีปัจจัยหนุนจากกำลังซื้อในประเทศที่ทยอยฟื้นตัวตามทิศทางเศรษฐกิจ จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการใช้จ่ายของภาครัฐ และการฟื้นตัวจากการใช้จ่ายของประชาชน นอกจากนี้ธุรกิจค้าปลีกยังเติบโตมาจากการที่ผู้ประกอบการมีการเร่งปรับตัวเพื่อขยายฐานรายได้และกลุ่มลูกค้าในระยะยาว ซึ่งมุ่งเน้นที่การขยายสาขาเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ดังนั้นองค์กรธุรกิจค้าปลีกจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง รวมถึงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย

และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ ดังนั้นผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจค้าปลีก

พนักงานขายมีบทบาทความสำคัญในฐานะตัวแทนขององค์กรที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จากหลักฐานเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่สามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพจะส่งผลให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะประเมินการบริการที่ดี นำไปสู่การเพิ่มปริมาณการซื้อและความถี่ของการเข้าใช้บริการในอนาคต (Amyx and Bhuian, 2009; Liao and Chuang, 2004; Raub and Liao, 2012) เมื่อองค์กรมีพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่ดี มีคุณภาพสูงถือเป็นกลยุทธ์ในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ (Walumbwa, Hsu, Wu, Misati, and Christensen-Salem, 2019) และการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานจึงเป็นแนวทางปรับปรุง พัฒนา และยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานของการบริการขององค์กร ทั้งนี้ปัญหาเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานยังพบจากผลงานวิจัยของนักวิชาการที่สนใจอย่างหลากหลาย (Sloot, 2017; Johns and Howard, 1998; Liao and Chuang, 2004) ไม่ว่าจะเป็นปัญหาผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีประสิทธิภาพการทำงานลดลง การตอบสนองต่อตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกที่เน้นการแข่งขันด้านการให้บริการเป็นหลัก จึงเป็นที่มาให้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานในธุรกิจค้าปลีกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันทางกลยุทธ์ของธุรกิจต่อไป

แนวคิดการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรนั้นมีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ต่างกันตามบริบทขององค์กร พนักงาน หรือสภาพแวดล้อมของการทำงาน แนวคิดหนึ่งให้ความสำคัญกับการออกแบบให้สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานจนประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามเป้าหมายนั้นคือ แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงานที่นำเสนอโดย Hackman and Oldham (1976) สาระสำคัญของแนวคิดนี้มุ่งศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของงานกับสภาวะทางจิตใจทั้ง 3 สภาวะ ได้แก่ 1) ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) 2) ความรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Responsibility for work outcomes) และ 3) องค์ความรู้ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Knowledge of the actual results) ทั้งนี้สภาวะทางจิตใจที่เกิดจากตัวแปรคุณลักษณะของงาน (Job characteristics) หลายองค์ประกอบ คือ ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย (Experienced meaningfulness of the work) หรือ งานที่มีความหมาย (Meaningful work) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตัวแปรความหลากหลายของทักษะ (Skill variety) เอกลักษณ์ของงาน (Task identity) และความสำคัญของงาน (Task significance)

จากความสัมพันธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่ผลลัพธ์อันได้แก่ แรงจูงใจภายในที่เพิ่มสูงขึ้น ผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น และอัตราการขาดงานและการลาออกลดน้อยลง

จากโมเดลคุณลักษณะของงาน สามารถอธิบายได้ด้วยงานวิจัยที่เผยแพร่จำนวนมาก เช่น Allan (2017) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงาน และมุ่งเน้นศึกษาไปที่ตัวแปรส่งผ่านอย่างงานที่มีความหมายในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน จากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและความสำคัญของงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างความสำคัญของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลลัพธ์โดยที่งานนั้น ๆ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัติมีความหมายต่อตนเองบริบทการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน 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 กับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ในธุรกิจค้าปลีกที่จะสามารถนำมาอธิบายในบริบทของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน เป็นช่องว่างแห่งการเติมเต็มความรู้

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งจะทำให้ทราบถึงอิทธิพลของ คุณลักษณะของงาน งานที่มีความหมายที่มีต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาพนักงานขายได้อย่างเหมาะสม นำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายให้มีการบริการที่ดี มีคุณภาพสูง และรักษาข้อได้เปรียบทางกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดโมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบงานให้มีคุณลักษณะของงานที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานผ่านการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะของงานกับสภาวะทางจิตใจทั้ง 3 สภาวะคือ ประสบการณ์การทำงานแบบมีความหมาย ที่ทำให้พนักงานรับรู้ถึงคุณค่าและความหมายในงานของตนเป็นผลมาจากการที่พนักงานได้ทำงานที่ใช้ความหลากหลายของทักษะในการดำเนินงานให้สำเร็จ ลุล่วง มีเอกลักษณ์ของงาน ที่ระบุรายละเอียดการทำงานและเห็นผลลัพธ์การทำงานได้อย่างชัดเจน และเป็นงานที่มีความสำคัญ สามารถสร้างผลกระทบต่อบุคคลอื่นได้ ขณะที่สภาวะทางจิตใจที่พนักงานรู้สึกถึงความรับผิดชอบในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เป็นผลมาจากการได้รับอิสระในการตัดสินใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานตระหนักถึงการมีความรับผิดชอบในการทำงานที่มีต่อผลลัพธ์ของงานนั้น ๆ มากขึ้น และสุดท้าย องค์ความรู้ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการป้อนกลับจากการทำงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานรับรู้ได้ถึงประสิทธิภาพในการทำงานของตน ส่งผลทำให้พนักงานได้เรียนรู้ข้อผิดพลาดและการพัฒนางานของตนให้ดียิ่งขึ้น และจากความสัมพันธ์ดังกล่าวจะนำไปสู่ผลลัพธ์อันได้แก่ แรงจูงใจภายในของการทำงานที่เพิ่มสูงขึ้น ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น และอัตราการขาดงานและการลาออกลดลง

ในบริบทการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยงานที่มีความหมายเป็นหนึ่งในสภาวะทางจิตใจที่สำคัญทางจิตวิทยาที่เป็นสื่อกลางระหว่างคุณลักษณะของงาน นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กร และงานที่มีความหมายยังเป็นตัวแปรหนึ่งที่สืบทบาทหน้าสำคัญที่ได้รับการประกาศให้เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของผลลัพธ์ของบุคคลและองค์กร (Fürstenberg et al., 2021) นอกจากนั้นจากการศึกษาของ Allan et al. (2019) ได้ทำการการศึกษาขนาดอิทธิพลของงานที่มีความหมายกับผลลัพธ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา และการทำนายผลลัพธ์โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน ด้วยการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างอภิมาน จากงานวิจัยจำนวน 44 งานวิจัยพบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย รวมถึงผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการที่ระบุในงานของ Walumbwa et al. (2019) พบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการในระดับบุคคล จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของงาน

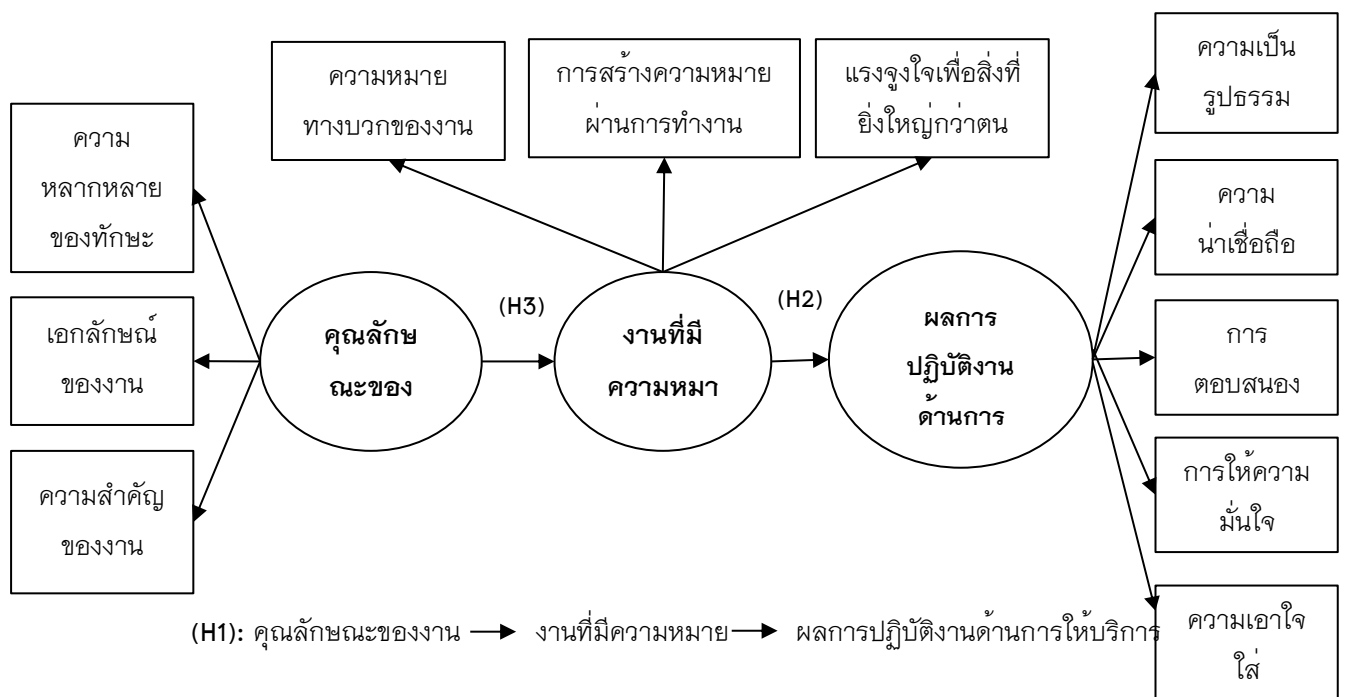
กับงานที่มีความหมาย น่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในกระบวนการที่ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก

อ้างอิงตามโมเดลคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) พบว่าคุณลักษณะของงานใน 3 มิติ ส่งผลถึงงานที่มีความหมายและนำไปสู่ผลลัพธ์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคุณลักษณะของงานเป็น 3 มิติของงานตามคุณลักษณะของงานของ Hackman and Oldham (1976) คือ 1) ความหลากหลายของทักษะ 2) เอกลักษณะของงาน และ 3) ความสำคัญของงาน ผู้วิจัยจึงได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

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

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานขายในบริษัทธุรกิจค้าปลีกที่เป็นพนักงานประจำ ตั้งแต่ตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการสาขาที่ทำงานให้บริการลูกค้าหน้าสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 213 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling: SEM) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, 2557) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติการวิเคราะห์พหุตัวแปรควรมีอย่างน้อย 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 11 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 110 - 220 คน เพื่อป้องกันกลุ่มตัวอย่างไม่ตอบกลับหรือข้อมูลไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีกร้อยละ 20 และใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 264 และคัดเลือกการตอบที่สมบูรณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 213 คน เป็นไปขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมดังที่กำหนดไว้

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

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 ข้อคำถามของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ จึงมีคุณภาพเหมาะสมเพียงพอทั้งความตรงและความเที่ยงในการวัดผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามงานที่มีความหมาย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้และปรับปรุงข้อคำถามของแบบสอบถามของ Steger et al. (2012) โดยมีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคระหว่าง 0.76 - 0.88 และคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 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 และคุณภาพด้านความตรงเชิงโครงสร้างพบว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 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) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 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) รองลงมามีอายุการทำงานในช่วง 3 ปี ขึ้นไป – 6 ปี ร้อยละ 25.82 (n =55) และส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 70.89 (n =151) รองลงมาเป็นผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ร้อยละ 19.72 (n =42)

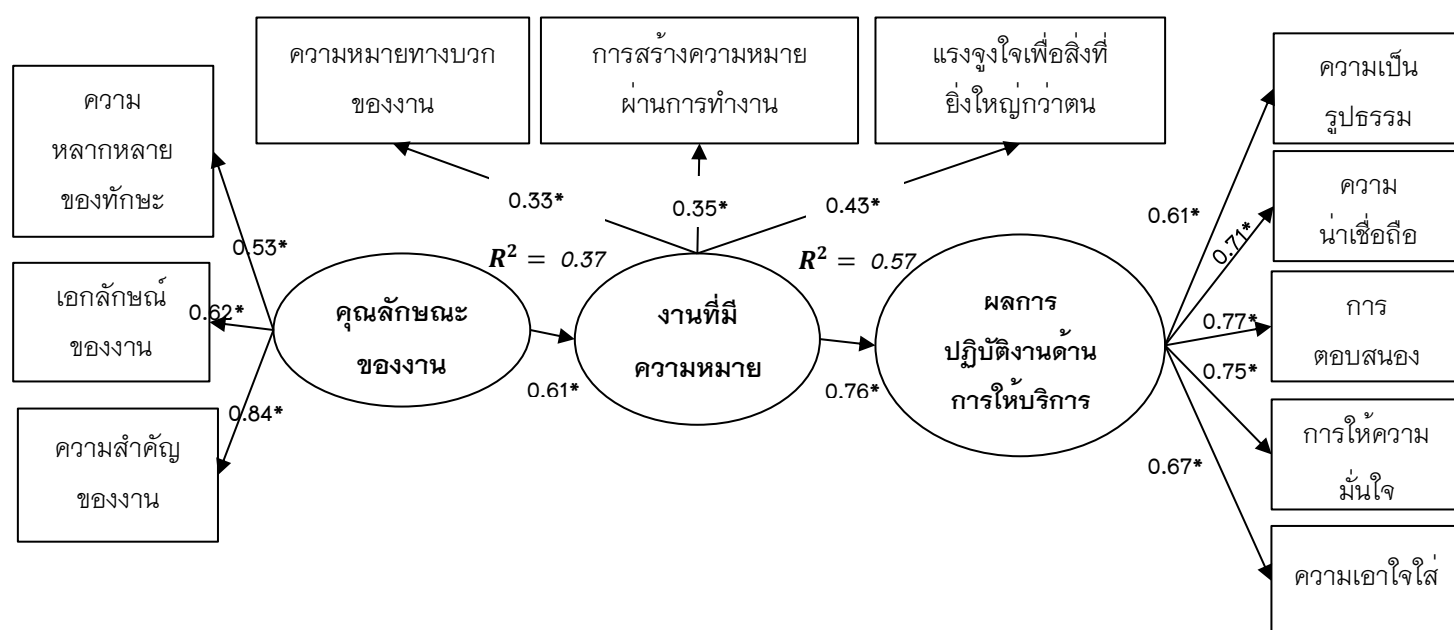
ข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรวิจัย

(1) ตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ด้านความเป็นรูปธรรม ($M = 4.43$, $SD = 0.70$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 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 ($M = 3.96$, $SD = 0.81$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การสร้างความหมายผ่านการทำงาน ($M = 3.71$, $SD = 0.85$) และแรงจูงใจเพื่อสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าตน ($M = 3.51$, $SD = 0.87$)

(3) ตัวแปรคุณลักษณะของงาน ตัวแปรสังเกตได้ความสำคัญของงาน ($M = 4.03$, $SD = 0.841$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เอกลักษณ์ของงาน ($M = 3.83$, $SD = 0.84$) และความหลากหลายของทักษะ ($M = 3.66$, $SD = 0.87$)

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของงานวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน 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



ภาพที่ 2 แสดงผลการทดสอบความสอดคล้องโมเดลอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

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

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ผลรวมอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน

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

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

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่นำเสนอไปในข้างต้น ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย ทั้งยังพบว่าผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้นำมาอภิปราย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของงานและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการพบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) ต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ ($\beta = 0.46, p < .05$) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ที่ว่าคุณลักษณะของงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานด้านบริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกโดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Senen et al. (2020) ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริการส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรม ซึ่งนับได้ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ที่มีพนักงานบริการปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า และมีบทบาท

หน้าที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

นอกจากนั้นจากงานวิจัยของ Allan (2017) พบว่า ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับทั้งงานที่มีความหมายและคุณลักษณะของงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้งานที่มีความหมายยังเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะของงานกับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือบุคคลที่สามารถทำงานบรรลุผลลัพธ์โดยที่งานนั้นส่งผลกระทบบางอย่างต่อบุคคลอื่น มีแนวโน้มที่จะสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการรับรู้ได้ว่างานที่ปฏิบัติมีความหมายต่อตนเอง

ผลการวิจัยพบว่า งานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านที่สำคัญ ช่วยให้เกิดผลการปฏิบัติงานการให้บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้ สะท้อนให้เห็นว่า หากพนักงานขายได้รับมอบหมายงานที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ โดยจำเป็นต้องให้งานบริการด้านการขายท้าทายความสามารถ มีความแตกต่างระหว่างบุคคล และเปิดโอกาสให้พนักงานขายได้ใช้ความสามารถที่ตนเองถนัดและมีความหลากหลาย นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องให้พนักงานขายมีส่วนร่วมในความสำเร็จด้านยอดขาย กำไร หรือผลสำเร็จขององค์กร รวมไปถึงการได้รับประโยชน์และความสำคัญของงานที่มีต่อพนักงานขาย เช่น การส่งผลดีต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า เป็นต้น

2. ความสัมพันธ์ระหว่างงานที่มีความหมายและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรงานที่มีความหมายและผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ พบว่า งานที่มีความหมายมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.76, p < .05$) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 ที่ว่างานที่มีความหมายมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Walumbwa et al. (2019) ซึ่งพบว่า งานที่มีความหมายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ว่าการงานของตนมีความหมาย มีแนวโน้มที่พนักงานจะทุ่มเทให้กับงานของตน และมีสมาธิกับงานมากขึ้น และเกิดผลกระทบเชิงบวกต่อบุคคลอื่นและองค์กร จึงเป็นการช่วยเพิ่มผลการปฏิบัติงานด้านการบริการให้เพิ่มสูงขึ้น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานและงานที่มีความหมาย

การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของงานและงานที่มีความหมาย พบว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมาย ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.61, p < .05$) จึงเป็นการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 ที่ว่า คุณลักษณะของงานมีอิทธิพลต่องานที่มีความหมายของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก สอดคล้องกับสมมติฐานแนวคิดของ Hackman and Oldham (1976) พบว่า งานที่มีความหมายถูกนับว่าเป็นสภาวะทางจิตใจที่สำคัญทางจิตวิทยาซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่าง

คุณลักษณะของงาน นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กรอย่าง และในการวิจัยของ Allan et al. (2019) ที่ได้นำทฤษฎีคุณลักษณะของงาน (Job characteristics theory) มาใช้เป็นกรอบการวิจัยในการศึกษาขนาดอิทธิพลของงานที่มีความหมายกับผลลัพธ์ต่าง ๆ ทางจิตวิทยา และการทำนายผลลัพธ์โดยมีงานที่มีความหมายเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า คุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับงานที่มีความหมายและนำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กรมากมาย รวมถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนรูปแบบการทำงาน การออกแบบงานให้มีการหมุนเวียนงาน (Job rotation) ให้พนักงานชายได้เปลี่ยนหน้าที่การทำงาน โดยการหมุนเวียนไปทำงานอื่นที่ใช้ทักษะ ความสามารถที่แตกต่างกันจากงานเดิมที่ทำอยู่ประจำ เพื่อลดความเบื่อหน่ายในงาน เพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่งาน

2) สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการออกแบบงานโดยการขยายขอบเขตงาน (Job enlargement) คือ การเพิ่มภารกิจในงานที่มีความหลากหลาย และแตกต่างไปจากงานเดิมที่พนักงานปฏิบัติ เพื่อเพิ่มการรับรู้ถึงคุณค่าที่อยู่งานของพนักงานชาย สร้างการรับรู้ถึงความสำคัญในงานของตนที่มีต่อองค์กร การมีส่วนร่วมในการทำงานที่ท้าทาย รับรู้ถึงขั้นตอนการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้มองเห็นถึงผลลัพธ์การทำงานของตนเองว่างานเป็นงานที่สามารถสร้างผลกระทบต่อกองงานของบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน องค์กร หรือลูกค้าที่พนักงานให้บริการจะนำไปสู่การยกระดับผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายให้เพิ่มสูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาถึงอิทธิพลทางตรงของคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณลักษณะของงาน และผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานต่อไป

2) ควรศึกษากับกลุ่มพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีกในบริบทที่ตั้งหรือเขตพื้นที่อื่น ๆ เช่น จังหวัดพื้นที่ท่องเที่ยว จังหวัดที่มีความหลากหลายของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมการใช้จ่าย ความสามารถในการจ่าย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการรับรู้งานที่มีความหมายของพนักงานได้อีกด้วย

3) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสรุปและวิเคราะห์ผลในภาพรวมจากผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ตัวแปรในโมเดลการวิจัย สามารถอธิบายผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานชายในธุรกิจค้าปลีกได้ร้อยละ 57.90 ซึ่งยังมีตัวแปรอื่น

ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีกได้อีกประมาณร้อยละ 42.10 ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวแปรอื่นร่วมด้วย เช่น ความยืดหยุ่นผูกพันในงาน การทำงานเป็นทีม บรรยากาศในองค์กร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2557). การประยุกต์ ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างในงานวิจัยเชิงทดลอง. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 20(2), 206–237.
- พัชรารณณ์ เลขยันต์. (2560). กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันสำหรับธุรกิจค้าปลีก. *SSRU Journal of Management Science*, 4(1), 8–12.
- วิจัยกรุงศรี. (2565). *วิจัยกรุงศรีมองแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565–2567(ตอนจบ): โอกาสและความท้าทาย*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://thaipublica.org/2022/01/krungsri-research-thailand-industry-outlook-2022-2024-01>
- 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., และ Tay, L. (2019). Outcomes of meaningful work: A meta-analysis. *Journal of management studies*, 56(3), 500–528.
- Amyx, D., และ Bhuian, S. (2009). Salesperf: The salesperson service performance scale. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(4), 367–376.
- 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.
- Fürstenberg, N., Alfes, K., and Shantz, A. (2021). Meaningfulness of work and supervisory-rated job performance: A moderated-mediation model. *Human Resource Management*, 60(6), 903–919.
- Hackman, J. R., และ Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational behavior and human performance*, 16(2), 250–279.
- Johns, N., & Howard, A. (1998). *Customer expectations versus perceptions of service performance in the foodservice industry*. International journal of service industry management.

- Liao, H., and 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., and Yin, J. (2021). Effects of mentoring on work engagement: Work meaningfulness as a mediator. *International Journal of Training and Development*, 25(2), 183–199.
- Raub, S., and 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.
- 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).
- Steger, M. F., Dik, B. J., และ Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The work and meaning inventory (WAMI). *Journal of career Assessment*, 20(3), 322–337.
- Walumbwa, F. O., Hsu, I.-C., Wu, C., Misati, E., และ 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.