

การเชื่อมโยงของทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคล  
กับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า  
โดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

นาย พจรินทร์	นาคสวัสดิ์	เลขประจำตัวนิสิต	5537436038
นาย ภูวนัฐ	สันดาเส้น	เลขประจำตัวนิสิต	5537446338
นาย ศุภอรรถ	คงมี	เลขประจำตัวนิสิต	5537465238

โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาจิตวิทยา  
คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2558

LINKING JOB RESOURCES AND PERSONAL RESOURCES TO  
CUSTOMER-ORIENTED ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS:  
A MEDIATING ROLE OF PERCEIVED SERVICE CLIMATE

Mr. Podjarin	Naksawat	ID	5537436038
Mr. Puwanut	Sundasant	ID	5537446338
Mr. Subpa-ut	Kongmee	ID	5537465238

A Senior Project in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Bachelor of Science in Psychology  
Faculty of Psychology  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2015

หัวข้อโครงการทางจิตวิทยา

การเชื่อมโยงของทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้าโดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน  
พจนินทร์ นาคสวัสดิ์ ภูวนัญญ์ สันดาเส็น และศุภอรรด คงมี  
ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา

โดย

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

อาจารย์ สักกพัฒน์ งามเอก

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นำโครงการทางจิตวิทยาฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต

..... คณบดีคณะจิตวิทยา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คัคนางค์ มณีศรี)

คณะกรรมการสอบโครงการทางจิตวิทยา

.....อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยา  
(อาจารย์สักกพัฒน์ งามเอก)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ต้อยคำภีร์)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เววดี วัฒนทกโกศล)

นายพจรินทร์ นาคสวัสดิ์, นายภูวนัฐ สันดาเส้น, นายศุภอรธ คงมี : การเชื่อมโยงของ  
ทรัพยากรที่เชื่อมต่อกันและทรัพยากรส่วนบุคคลกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการ  
บริการลูกค้าโดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน (LINKING JOB  
RESOURCES AND PERSONAL RESOURCES TO CUSTOMER-ORIENTED  
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS: A MEDIATING ROLE OF PERCEIVED  
SERVICE CLIMATE)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยาหลัก: อาจารย์ศักดิ์พัฒน์ งามเอก, 48 หน้า

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อศึกษาการรับรู้บรรยากาศในการบริการจะเป็นตัวแปรส่งผ่าน  
อิทธิพลของแหล่งทรัพยากรที่เชื่อมต่อกันและทรัพยากรส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของ  
องค์กรในการบริการ ซึ่งผู้เข้าร่วมงานวิจัยคือพนักงานที่ทำงานในร้านกาแฟหรือคาเฟ่ในจังหวัด  
กรุงเทพมหานครจำนวน 187 คน

ผลจากการวิจัยพบว่า

1. แหล่งทรัพยากรที่เชื่อมต่อกันสามารถทำนายบรรยากาศในการบริการ ( $\beta = .40, p < .05$ ) และ  
พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า ( $\beta = .17, p < .05$ ) ได้อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ
2. ทรัพยากรส่วนบุคคลในมิติของการมองโลกในแง่ดีสามารถทำนายบรรยากาศในการบริการ  
( $\beta = .17, p < .05$ ) และในมิติของความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสามารถทำนาย  
พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า ( $\beta = .30, p < .05$ ) ได้อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ

สาขาวิชา.....จิตวิทยา.....ลายมือชื่อนิติ.....

ปีการศึกษา.....2558.....ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยา.....

# # 5537436038, 5537446338, 5537465238: MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS: JOB RESOURCES / PERSONAL RESOURCES / SERVICE CLIMATE / CUSTOMER-ORIENTED ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS

Podjarin Naksawat, Puwanut Sundasent, Subpa-ut Kongmee: LINKING JOB RESOURCES AND PERSONAL RESOURCES TO CUSTOMER-ORIENTED ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS: A MEDIATING ROLE OF PERCEIVED SERVICE CLIMATE.

SENIOR PROJECT ADVISOR: SAKKAPHAT NGAMAKE, 48 pp.

The purpose of this research was to examine the mediating role of service climate in the prediction of customer-oriented organizational citizenship behaviors while job resources and personal resources are independent variables. One hundred and eighty-seven frontline employees from various cafés and coffee shops in Bangkok are participants of the research.

Results were as follow:

1. Job resources significantly predicted service climate and customer-oriented organizational citizenship behaviors (service climate,  $\beta = .40$ ; and CO-OCBs,  $\beta = .17$ ).
2. Personal resources dimension of optimism significantly predicted service climate ( $\beta = .17$ ,  $p < .05$ ) and dimension of organizational-based self-esteem significantly predicted customer-oriented organizational citizenship behaviors ( $\beta = .30$ ,  $p < .05$ ).

Field of Study: ..... Psychology ..... Student's Signature .....

Academic Year: ..... 2015 ..... Student's Signature .....

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการทางจิตวิทยาฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา ความเอาใจใส่ และการเสียสละเวลาอันมีค่าของอาจารย์สักรัตน์ นามเอก ผู้ซึ่งถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขโครงการทางจิตวิทยาฉบับนี้ด้วยความปรารถนาดีมาโดยตลอด คณะผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ตัญญา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี วัฒนโกศล ที่ช่วยตรวจสอบ ให้การแนะนำ และแนวทางการแก้ไขโครงการทางจิตวิทยาฉบับนี้เพิ่มเติม ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้การช่วยเหลือตลอดมา

ท้ายที่สุด ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่คอยอำนวยความสะดวก แจ้งข่าวสาร รวมถึงให้การช่วยเหลือและคำแนะนำมาโดยตลอด ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทต่าง ๆ ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามด้วยความตั้งใจ ทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นายพจรินทร์	นาคสวัสดิ์
นายภูวนัฐ	สันดาเส็น
นายศุภอรรถ	คงมี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน.....	3
ทรัพยากรส่วนบุคคล.....	6
บรรยากาศในการบริการ.....	8
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า.....	10
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	
แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและบรรยากาศในการบริการ.....	11
แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า..	12
ทรัพยากรส่วนบุคคลและบรรยากาศในการบริการ.....	13
ทรัพยากรส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า.....	13
บรรยากาศในการบริการและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า.....	14
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	15
สมมติฐานการวิจัย.....	15
วัตถุประสงค์.....	15
วิธีการดำเนินการวิจัย	
ผู้เข้าร่วมการวิจัย.....	16
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	16
ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล.....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
ผลการวิจัย.....	21

อภิปรายผลการวิจัย.....	25
สรุปและข้อเสนอแนะ.....	28
รายการอ้างอิง.....	29
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก.....	33
ภาคผนวก ข.....	40



**สารบัญตาราง**

ตารางที่	หน้า
1. ตารางแสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา	22
2. ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (MRA - Multiple Regression Analysis) ในการทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการด้วยวิธีใส่ตัวแปรอิสระเข้าสมการ ทุกตัวพร้อมกัน (Enter)	23
3. ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (MRA – Multiple Regression Analysis) ในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า ด้วยวิธีใส่ตัวแปรอิสระเข้าสมการทุกตัวพร้อมกัน (Enter)	25

## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

15

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันได้มีองค์การเกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งการเกิดขององค์การที่มากขึ้นก็ยิ่งทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อสร้างยอดขายและผลประกอบการขององค์การ ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตขององค์การไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต แต่ถึงกระนั้นการที่องค์การจะสามารถเติบโตไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ องค์การจะต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆที่ผ่านเข้ามา ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามประเภทขององค์การ Blau และ Scott (1962) ได้แบ่งประเภทขององค์การออกมาเป็น 4 ประเภท ได้แก่ องค์การเพื่อประโยชน์ของสมาชิก (Mutual Benefit Association) องค์การธุรกิจ (Business Concerns) องค์การบริการ (Service Organization) และองค์การเพื่อสาธารณะ (Commonweal Organization) โดย Blau และ Scott (1962) ได้ให้คำจำกัดความปัญหาขององค์การธุรกิจว่า ปัญหาหลักขององค์การธุรกิจนั้น เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการประสิทธิภาพขององค์การ ซึ่งการที่จะประสบความสำเร็จได้ผลกำไรจะต้องมีค่าสูงสุดในขณะที่ต้องมียกจ่ายน้อยที่สุดเพื่อให้องค์การคงไว้ซึ่งการอยู่รอดและสามารถเติบโตและมีความสามารถมากพอที่จะแข่งขันกับองค์การอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ความสนใจขององค์การธุรกิจเพราะเป็นองค์การที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศ เป็นองค์การที่มีความต้องการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งต่างองค์การได้ และเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลง ทำให้องค์การประเภทนี้ให้ความสนใจกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การที่สามารถเพิ่มขึ้นได้

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความต้องการขององค์การในการลดปัจจัยแทรกซ้อนที่จะส่งผลทางลบต่อผลประโยชน์และผลลัพธ์ขององค์การและต้องการหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์การ จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่จะส่งผลต่อผลประโยชน์ขององค์การ ซึ่งผู้วิจัยได้พบตัวแปรที่น่าสนใจตัวหนึ่งคือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า (Customer-Oriented Organizational Citizenship Behaviors, CO-OCBs) คือ พฤติกรรมการทำงานซึ่งนอกเหนือจากที่องค์การกำหนดไว้ให้ปฏิบัติในแง่ของการบริการและตอบสนองความต้องการและความสนใจของลูกค้า (Deng, Wang, & Galliers, 2015) เช่น ลูกค้าลืมกระเป๋าต๋างค์ทิ้งไว้ที่ร้านกาแฟจึงกลับไปเอาที่ร้านโดยเมื่อกลับไปพนักงานก็เก็บกระเป๋าต๋างค์ไว้ให้ หรือลูกค้าผู้สูงอายุต้องการเดินออกจากร้านแล้วพนักงานอาสาพาไปส่งที่หน้าร้านด้วยความยินดี เป็นต้น โดยพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า นั้นถือเป็นมิติที่มีความเฉพาะเจาะจงเพิ่มขึ้นจากพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (P. M. Podsakoff, MacKenzie, Paine, & Bachrach, 2000) ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกสนใจพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า เนื่องจากพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับผลผลิตของบุคคลซึ่งประกอบด้วยการประเมินผลการปฏิบัติงาน การตัดสินใจในการจัดสรรค่าตอบแทนของผู้จัดการ และการถอนตัวของพนักงาน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์กับระดับ

ผลผลิตขององค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตโดยรวม ประสิทธิภาพขององค์การ การลดค่าใช้จ่าย ความพึงพอใจของลูกจ้าง และการลาออกของบุคคล (N. P. Podsakoff, Whiting, Podsakoff, & Blume, 2009) นอกจากนี้พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การยังสามารถเพิ่มศักยภาพขององค์การและประสิทธิภาพของกลุ่มเมื่อพนักงานรู้สึกผูกพันในการทำพฤติกรรมการทำงานนอกเหนือที่บริษัทมอบหมาย (P. M. Podsakoff & MacKenzie, 1997)

จากงานวิจัยในอนาคตของ Bowen และ Schneider (2013) ซึ่งได้พูดถึงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ คือ แหล่งทรัพยากร (Resources) ซึ่งแหล่งทรัพยากรนี้เป็นตัวแปรที่จะนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมและได้พบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับแบบโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Demands-Resources Model) ซึ่งได้พูดถึงแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Resources) ไว้ว่า เป็นสภาพแวดล้อมและแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในด้านกายภาพ สังคม และองค์การ ในการทำงานที่องค์การได้สนับสนุนให้แก่บุคลากรเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย ช่วยลดข้อเรียกร้องในงาน และแรงกดดันทั้งทางร่างกายและจิตใจที่เกิดจากข้อเรียกร้องในงาน รวมถึงช่วยให้นักวิชาการเกิดการเรียนรู้ พัฒนา และก้าวหน้าในการทำงาน (Bakker & Demerouti, 2007) เช่น การจัดฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์การ เป็นต้น และถ้าบุคคลได้ครอบครองทรัพยากรต่าง ๆ มากขึ้น เช่น มีแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานมากขึ้นจะสามารถทำให้บุคคลประเมินปัจจัยแวดล้อมที่จะคุกคามตัวบุคคลและวิธีการที่บุคคลจะใช้ในการรับมือและเผชิญปัญหาได้ดีขึ้นอีกด้วย (Lazarus & Folkman, 1984) ซึ่งถ้าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานมีเพียงพอแล้วจะสามารถเพิ่มความผูกพันต่องาน ตลอดจนเพิ่มความรู้สึกการรับรู้ความเป็นเจ้าของขององค์การของพนักงานอีกด้วย (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, & Schaufeli, 2007)

นอกจากแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานแล้ว ผู้วิจัยเกิดข้อสงสัยขึ้นว่า แหล่งทรัพยากรน่าจะมีมากกว่าจากแค่ที่ทำงาน จึงได้สืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมและพบว่ายังมีตัวแปรเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรที่น่าสนใจอีกตัวหนึ่ง ซึ่งก็คือ ทรัพยากรส่วนบุคคล

ทรัพยากรส่วนบุคคล (Personal Resources) เป็นบุคลิกลักษณะที่พัฒนาอย่างเป็นระบบจากความเชื่อด้านบวกต่อตนเองและต่อสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะเป็นตัวจูงใจและเอื้อให้บรรลุเป้าหมายในการทำงานไปได้แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรคและความท้าทายต่าง ๆ (Van den Heuvel, Demerouti, Bakker, & Schaufeli, 2010) โดยสามารถพัฒนาเพิ่มได้ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ ในชีวิต รวมทั้งจากการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง (Jerusalem, 1993) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ยังมีทรัพยากรบุคคลด้านความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-esteem) และความผูกมัดต่อองค์การสูง (Organizational Commitment) จะยังมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน (Brutus, Ruderman, Ohlott, & McCauley, 2000; Ghosh, Reio, & Haynes, 2012) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่อ

งานและทรัพยากรส่วนบุคคลเป็นตัวแปรที่น่าสนใจที่น่าจะส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า ซึ่งเมื่ออ้างอิงจากความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าแล้ว (Deng, Wang, & Galliers, 2015) การที่พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าที่มีมากขึ้นน่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและความสนใจของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังรู้สึกสนใจในตัวแปรส่งผ่านของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า ซึ่งก็คือ การรับรู้บรรยากาศในการบริการ (Perceived Service Climate) เพราะผู้วิจัยเห็นว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าก็น่าจะมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องที่สามารถอธิบายสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับงานวิจัยในอนาคตของ Bowen และ Schneider (2013) ที่แสดงให้เห็นว่าบรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่านที่สามารถทำให้เกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Focused OCBs) (Bowen & Schneider, 2013) จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดข้อสงสัยว่า การรับรู้บรรยากาศในการบริการนั้นอาจเป็นตัวแปรส่งผ่านที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Resources)

จากนิยามของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกนิยามแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานตามแนวคิดของ Bakker และ Demerouti (2007) เนื่องจากเป็นนิยามในบริบทการทำงานในองค์การที่ครอบคลุมและชัดเจน ซึ่งได้ให้นิยามไว้ว่า แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานว่าเป็นสภาพแวดล้อมและแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในด้านกายภาพ สังคม และองค์การ ในการทำงานที่องค์การได้สนับสนุนให้แก่บุคลากร เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย ช่วยลดแรงกดดันทั้งทางร่างกายและจิตใจที่เกิดจากข้อเรียกร้องในงาน รวมถึงช่วยให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ พัฒนา และก้าวหน้าในการทำงาน นอกจากนี้ Hakanen และ Roodt (2010) ยังได้ให้นิยามแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานว่าเป็นเงื่อนไขในการทำงานที่องค์การมีการจัดเตรียมไว้ เพื่อเอื้อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีนิยามของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานของ Hobfoll (1989) ที่นิยามว่า แหล่งทรัพยากรเป็นได้ทั้งวัตถุ คุณลักษณะส่วนบุคคล และสภาพการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในตัวเอง หรือทั้งนี้อาจหมายถึงหนทางที่จะช่วยให้บุคคลได้มาซึ่งผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการ ซึ่งนิยามของ Hakanen และ Roodt (2010) และของ Hobfoll (1989) นั้นยังไม่ครอบคลุมเนื้อหาของแหล่ง

ทรัพยากรที่เอื้อต่องานในบริบทการทำงานและยังไม่มีชัดเจนเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงได้เลือกนิยามของ Bakker และ Demerouti (2007)

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Lazarus และ Folkman (1984) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรไว้ว่า แหล่งทรัพยากรภายในตัวบุคคลที่มีมากหรือน้อยเกินไปนั้นเป็นปัจจัยที่สามารถส่งผลต่อการเกิดความเครียดของบุคคลได้ นอกจากนั้นแหล่งทรัพยากรที่บุคคลครอบครองยังมีประโยชน์สำหรับการประเมินว่าปัจจัยภายนอกจะคุกคามตัวบุคคลหรือไม่ รวมทั้งวิธีการที่บุคคลจะใช้ในการรับมือและเผชิญกับปัญหา

Hobfoll (1989) ได้นำเสนอทฤษฎีการรักษาทรัพยากรที่มี (Conservation of Resources) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงานซึ่งมีใจความว่า บุคคลจะแสดงสิทธิหรือพฤติกรรมเพื่อให้สามารถรักษาแหล่งทรัพยากรนั้นไว้ไม่ให้หมดไป (Hobfoll, 2002) โดยเสนอว่าแหล่งทรัพยากรสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ แหล่งทรัพยากรที่เป็นสิ่งของ แหล่งทรัพยากรที่เป็นสภาพการณ์ แหล่งทรัพยากรที่เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล และแหล่งทรัพยากรที่เป็นแหล่งพลังงานสำหรับบุคคล ซึ่งในการศึกษาปัจจุบันมุ่งเน้นไปยัง 2 แนวคิดหลักของทฤษฎี คือ

1. บุคคลจะลงทุนลงแรงเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จะนำมารับมือกับสิ่งที่เข้ามาคุกคาม และป้องกันตนเองจากผลลัพธ์ทางลบที่จะเกิดขึ้น
2. บุคคลไม่เพียงแต่ปกป้องทรัพยากรของตนเองเท่านั้น แต่ยังมีแสวงหาและเก็บสะสมทรัพยากรเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งการเก็บสะสมทรัพยากรไว้มากมายอาจจะให้ผลลัพธ์ในทางบวก เช่น เพิ่มความสามารถในการรับมือกับปัญหาต่างๆและการมีสุขภาวะที่ดีขึ้น เป็นต้น

Bakker และ Demerouti (2007) ได้เสนอแนวคิดโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานโดยกล่าวว่า แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานนั้นเป็นสภาพแวดล้อมในการทำงานที่องค์กรได้สนับสนุนให้แก่บุคลากรเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย ช่วยลดแรงกดดันทั้งทางร่างกายและจิตใจที่มีต่อข้อเรียกร้องในงาน รวมถึงช่วยให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ พัฒนา และก้าวหน้าในการทำงาน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ ปัจจัยภายนอก เช่น เงิน การสอนงานจากหัวหน้า การสนับสนุนทางสังคม และปัจจัยภายใน เช่น ความมีอิสระในการทำงาน การได้รับผลสะท้อนกลับในการทำงาน ซึ่งแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถช่วยสนับสนุนการทำงานของพนักงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย เพิ่มความรู้สึกผูกพันต่องาน ตลอดจนเพิ่มความรู้สึกการเป็นเจ้าขององค์กรของพนักงาน (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, et al., 2007)

อีกทั้ง Bakker และคณะ (2004) เสนอว่าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานในองค์กรที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้นั้น สามารถจำแนกแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ระดับองค์การ (Organization Level) เช่น เงินเดือน ความก้าวหน้าทางอาชีพ ความมั่นคงในงาน เป็นต้น
2. ระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Level) เช่น การรับการสนับสนุนจากหัวหน้า และเพื่อนร่วมงาน บรรยากาศในการทำงานเป็นทีม เป็นต้น
3. ระดับโครงสร้างของงาน (Organization of Work Level) เช่น ความชัดเจนในบทบาทหน้าการทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นต้น
4. ระดับตัวงาน (Task Level) เช่น ทักษะที่หลากหลายในการทำงาน เอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงาน ข้อมูลป้อนกลับในการทำงาน เป็นต้น

จากองค์ประกอบของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานเบื้องต้น ในงานวิจัยครั้งนี้ได้เลือกแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานที่จะนำมาศึกษาโดยพิจารณาเลือกนิยามที่สอดคล้องกับลักษณะองค์การที่ศึกษา และผลลัพธ์ขององค์การที่ต้องการศึกษา ในที่นี้คือ พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าและพิจารณาจากงานวิจัยที่เคยศึกษาเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานมาก่อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานตามการศึกษาของ Bakker และคณะ (2007) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานใน 4 มิติ ดังนี้

1. อิสระในการทำงาน (Autonomy) จะมีผลต่อสุขภาพและสุขภาวะของบุคคล เนื่องจากงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีอิสระในการทำงานจะช่วยให้พนักงานสามารถรับมือและเผชิญกับปัญหา รวมทั้งสถานการณ์ที่มีความเครียดได้ดีกว่า
2. การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) ถือเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญและช่วยให้บุคคลสามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การได้รับการสนับสนุนทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานยังช่วยป้องกันผลเสียต่อร่างกายและจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์ที่มีความเครียดได้ เป็นต้น
3. ข้อมูลป้อนกลับในการทำงาน (Feedback) จะช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมทั้งยังช่วยพัฒนาคุณภาพของการสื่อสารระหว่างหัวหน้าและลูกน้องให้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกัน
4. ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Relationship with Supervisor) จะช่วยให้พนักงานสามารถรับมือกับข้อเรียกร้องในงานได้ดีขึ้นและช่วยให้การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวมากขึ้น

ซึ่งการที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานใน 4 มิติ คือ อิสระในการทำงาน การสนับสนุนทางสังคม ข้อมูลป้อนกลับในการทำงาน และความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน เพราะงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ทรัพยากรส่วนบุคคล บรรยากาศในการบริการ และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าโดยอ้างอิงและประยุกต์กรอบแนวคิดมาจากโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Bakker & Demerouti, 2007, 2008)

นอกจากนี้ มิติทั้ง 4 ยังมีความสอดคล้องกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในลักษณะร้านกาแฟตามที ผู้วิจัยเลือกไว้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานในมิติเหล่านี้

### ทรัพยากรส่วนบุคคล (Personal Resources)

ผู้วิจัยได้แบ่งนิยามและขอบเขตของทรัพยากรส่วนบุคคลตามบริบทของสภาพแวดล้อม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 บริบท คือ บริบทของสภาพแวดล้อมทั่วไปและบริบทของสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีความแตกต่างกันที่บริบทของสภาพแวดล้อมทั่วไปจะพูดถึงทรัพยากรส่วนบุคคลโดยกว้างและไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปในบริบทใดบริบทหนึ่ง แต่บริบทของสภาพแวดล้อมในการทำงานนั้นจะเน้นให้ทรัพยากรส่วนบุคคลมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทรัพยากรส่วนบุคคลภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมในการทำงาน จึงเลือกอ้างอิงนิยามและขอบเขตทรัพยากรส่วนบุคคลภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมในการทำงานของ Van den Heuvel และคณะ (2010) โดยได้ให้นิยามไว้ว่า ทรัพยากรบุคคลในบริบทของการทำงานเป็นบุคลิกภาพที่พัฒนาอย่างเป็นระบบจากความเชื่อด้านบวกต่อตนเอง เช่น ความภาคภูมิใจในตนเอง การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน เป็นต้น และต่อสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การมองโลกในแง่ดี ความศรัทธา เป็นต้น ซึ่งจะเป็นตัวจูงใจและเอื้อให้บรรลุเป้าหมายในการทำงานไปได้ แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรคและความท้าทายต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยเลือกนิยามนี้เพราะมีความครอบคลุมในเนื้อหาของทรัพยากรส่วนบุคคลในบริบทการทำงาน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้นิยามความหมายอื่นสำหรับทรัพยากรส่วนบุคคลในบริบทการทำงานจาก Xanthopoulou และคณะ (2007) ซึ่งเสนอนิยามของทรัพยากรส่วนบุคคลในบริบทการทำงานไว้ว่า ทรัพยากรส่วนบุคคลเป็นลักษณะและคุณสมบัติของบุคคลในเชิงบวกที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ความสามารถในการเผชิญกับปัญหา และการรับรู้ว่าสามารถในการควบคุมสภาพแวดล้อมในการทำงานได้ ส่งผลให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ส่วนในแง่บริบทของสภาพแวดล้อมทั่วไปนั้น Hobfall และคณะ (2003) ให้นิยามว่าทรัพยากรส่วนบุคคลเป็นการประเมินตนเองในแง่บวกที่เกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่นและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมสิ่งต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลและยังส่งผลต่อสภาพแวดล้อมของบุคคล โดยสมบุรณ์ และ Jerusalem (1993) ให้นิยามว่าทรัพยากรส่วนบุคคล เป็นความเชื่อและความผูกพันส่วนบุคคลเป็นค่านิยมที่แต่ละบุคคลให้คุณค่า ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งด้านความคิดและความรู้สึก และยังให้คุณค่าในสิทธิของตนเอง เช่น การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน เป็นต้น ซึ่งจากนิยามเหล่านี้ จะสังเกตเห็นได้ถึงบริบทของทรัพยากรส่วนบุคคลในบริบททั่วไปและบริบทในการทำงานที่แตกต่างกัน โดยงานวิจัยนี้จะเน้นไปที่บริบทของการทำงานเพื่อให้ตรงกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา



## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Hobfoll (1989) ได้นำเสนอทฤษฎีการรักษาทรัพยากรที่มี (Conservation of Resources) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการที่คนเราพยายามที่จะคงไว้ รักษา และปกป้องสิ่งที่พวกเขาให้คุณค่า ซึ่งหนึ่งในนั้นคือทรัพยากรส่วนบุคคล ทั้งที่เป็นตัววัตถุ คุณลักษณะของบุคคล และสภาพการณ์ต่าง ๆ

Bakker และคณะ (2007) ได้นำเสนอแนวคิด บทบาทของทรัพยากรส่วนบุคคลในโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน โดยเป็นการทดสอบบทบาทของทรัพยากรส่วนบุคคลจาก 3 แหล่งคือ การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน และการมองโลกในแง่ดี ในโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทรัพยากรส่วนบุคคลไม่ได้เป็นตัวแปรที่หักล้างความสัมพันธ์ระหว่างข้อเรียกร้องในงานกับความเหนื่อยล้าในงาน อีกทั้งทรัพยากรส่วนบุคคลยังเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างข้อเรียกร้องในงานกับความผูกพันและความเหนื่อยล้าในงาน และยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาทรัพยากรส่วนบุคคลตามแนวคิดบทบาทของทรัพยากรส่วนบุคคลในโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ซึ่งได้เลือก 3 แหล่งทรัพยากรส่วนบุคคล ประกอบด้วย

### 1. การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน (Self-Efficacy)

การรับรู้สมรรถภาพแห่งตนที่นิยมศึกษากันในปัจจุบันมักกล่าวถึงการรับรู้ความสามารถระดับปัจเจกบุคคลในการจัดการกับข้อเรียกร้องต่างๆ ในบริบททั่วไป (Chen, Gully, & Eden, 2001) โดยพัฒนาแนวคิดมาจาก Social Learning Theory ของ Bandura ซึ่งให้ความสนใจเกี่ยวกับการรับรู้ต่างๆ ว่ามีอิทธิพลต่อการกระทำได้อย่างไร ซึ่งการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับทักษะ ความรู้ ความสามารถของตนในการรับมือกับปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพว่ามีมากน้อยเพียงใด (Bandura, 1989, 1997) หรือเป็นความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้ตรงตามข้อเรียกร้องของสภาพการณ์นั้น ๆ (Gist & Mitchell, 1992) อีกทั้งการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนยังสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อในแง่ดีในการมองตนเอง ซึ่งเป็นความเชื่อที่ว่า ตนเองสามารถทำงานที่ยากหรือรับมือและฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ โดยการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนเป็นส่วนที่เอื้อให้เกิดการตั้งเป้าหมาย การลงทุนลงแรงในงาน และยังเป็นตัวป้องกันความล้มเหลวในงาน (Jerusalem, Schwarzer, & Schwarzer, 1992)

## 2. ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน (Organization-Based Self-Esteem)

เป็นมิติหนึ่งของความภาคภูมิใจในตนเอง Pierce และคณะ (1989) เป็นผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน โดยให้นิยามไว้ว่าเป็นระดับของความเชื่อที่สมาชิกในองค์กรเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่า และเป็นคนสำคัญ ทั้งในบริบทของงานและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Coopersmith (1967) ที่ทำการศึกษาในมุมมองรวมของความภาคภูมิใจในตนเอง โดยความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานเป็นการอธิบายถึงความเชื่อของพนักงานว่าตนเองสามารถสนับสนุนและทำให้องค์กรเกิดประโยชน์ได้หรือไม่ เช่น บุคคลที่มีความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสูงจะรับรู้ว่าจะตนเองสามารถทำงานที่ได้มอบหมายให้สำเร็จได้ด้วยตัวเอง เป็นต้น

## 3. การมองโลกในแง่ดี (Optimism)

การมองโลกในแง่ดีนั้นมีนักวิจัยได้เสนอมุมมองและแนวคิดไว้อย่างหลากหลายซึ่งอธิบายได้ดังนี้ Seligman (1991) ให้นิยามไว้ว่า การมองโลกในแง่ดีนั้นเป็นรูปแบบที่บุคคลอธิบายและให้เหตุผลกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง กล่าวคือ หากบุคคลที่มองโลกในแง่ดีต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่ดีบุคคลนั้นจะให้เหตุผลกับสถานการณ์นั้นว่าเป็นเพียงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราว และเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมหรือบุคคลอื่น แต่หากพบกับสถานการณ์ที่ดี บุคคลนั้นจะให้เหตุผลกับสถานการณ์นั้นว่าเป็นสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอีกเรื่อย ๆ และระบุสาเหตุของการเกิดมายังปัจจัยภายใน เช่น การกระทำของตนเอง เป็นต้น ในทางกลับกันนั้น บุคคลที่มองโลกในแง่ร้าย หากต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่ดี บุคคลนั้นจะให้เหตุผลกับสถานการณ์นั้นว่าเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างถาวรและจะเกิดขึ้นกับสถานการณ์อื่น ๆ ด้วย อีกทั้งมีการระบุสาเหตุของสถานการณ์ที่ไม่ดีว่าเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การกระทำของตนเอง แต่หากบุคคลนั้นพบกับสถานการณ์ที่ดี จะให้เหตุผลกับสถานการณ์นั้นว่าเป็นเพียงสถานการณ์ที่เกิดเพียงชั่วคราวและเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก

Scheier และ Carver (1985) ให้นิยามไว้ว่าการมองโลกในแง่ดีนั้นเป็นการคาดหวังถึงผลลัพธ์เชิงบวกในชีวิตที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและเสนอแนวคิดที่อธิบายว่า บุคคลที่มองโลกในแง่ดีนั้นจะเชื่อว่าตนเองสามารถตั้งเป้าหมายและสามารถควบคุมตนเองให้เกิดผลลัพธ์ทางบวกในอนาคตได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ที่มองโลกในแง่ร้าย โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้นิยามของ Scheier และ Carver (1985) สำหรับการวิจัยครั้งนี้

## บรรยากาศในการบริการ (Service Climate)

การรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นการประยุกต์จากตัวแปรบรรยากาศในองค์กร (Organizational Climate) ซึ่งหมายถึง การที่คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมในการทำงานเดียวกันสามารถ

เชื่อมโยงไปสู่ตัวชี้แนะที่พวกเขารับรู้เกี่ยวกับความต้องการขององค์กรว่าเขาตั้งใจใช้พลังงานและความสามารถไปในเรื่องใด หรือความรู้สึกอย่างคร่าว ๆ ของพนักงานว่าเมื่ออยู่ที่นี้เราต้องทำงานอย่างไร และที่นี่เราให้ความสำคัญกับอะไร (Barbera, 2014) ซึ่ง Schneider และ Bowen (1993) ได้ให้ความหมายของบรรยากาศในการบริการว่า เป็นการรับรู้ของลูกค้าถึงแนวทางและวิธีการภายในองค์กรที่ยอมรับว่าเป็นการทำให้เกิดการบริการที่ยอดเยี่ยมและการกระทำเช่นนั้นจะได้รับรางวัลและการสนับสนุน ทั้งยังมีความคาดหวังจากองค์กรถึงการปฏิบัติงานให้ยอดเยี่ยมในเรื่องการบริการ โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้นิยามนี้ นอกจากนี้ยังมีนิยามของ Schneider, White และ Paul (1998) ที่ได้ให้นิยามของบรรยากาศในการบริการไว้ว่าเป็นการรับรู้ของพนักงานในเรื่องการทำงาน ขั้นตอนวิธีการทำงาน พฤติกรรมที่ใช้ดูแลลูกค้า และระดับที่องค์กรคาดหวังให้พนักงานดูแลลูกค้า ซึ่งถ้าหากพนักงานปฏิบัติตามที่องค์กรคาดหวังแล้ว พนักงานจะได้รับรางวัลและการสนับสนุนจากองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่ายิ่งหัวหน้างานให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้ามากย่อมทำให้ระดับบรรยากาศในการบริการสูงขึ้นตามมาด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Bowen และ Schneider (2013) ได้กล่าวไว้ใน A Service Climate Synthesis and Future Research Agenda ว่า มโนทัศน์ของบรรยากาศ (Climate) เริ่มต้นจากศาสตร์จิตวิทยาของ Gestalt Psychology ของ Lewin (1936) ซึ่งอธิบายบรรยากาศไว้ว่าเป็นการรับรู้ของเราถึงสิ่งต่างๆ ที่ถูกอิทธิพลโดยสภาพแวดล้อมที่เรารับรู้

Schneider และ Snyder (1975) อ้างถึงการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องบรรยากาศว่าควรให้ความสำคัญไปกับผลลัพธ์ที่เกิดจากบรรยากาศนั้น ๆ จึงเสนอให้มี “คำเฉพาะเจาะจงของบรรยากาศ” (Climate for Something) เพื่อที่จะได้มุ่งสู่การประเมินแ่งและมีติของบรรยากาศที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่เรากำลังศึกษา ตัวอย่างเช่น บรรยากาศแห่งการลาออกจากงาน (Climate for Turnover) บรรยากาศแห่งการผลิตผลงาน (Climate for Productivity) เป็นต้น (Ashkanasy, Wilderom, & Peterson, 2000) ซึ่งการประยุกต์ใช้ใน ช่วงแรก ๆ นั้นทำให้เกิดความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าเปรียบเทียบกับบรรยากาศสำหรับการบริการ (Climate for Service) (Schneider, Parkington, & Buxton, 1980) และการให้คะแนนพฤติกรรมความปลอดภัยของโรงงานผ่านบรรยากาศแห่งความปลอดภัย (Climate for Safety) (Zohar, 1980) และถ้าให้เห็นความแตกต่างของบรรยากาศในความกว้างกับบรรยากาศที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นสามารถยกตัวอย่างได้ เช่น จากตัวอย่างคำถามว่า “คุณจะให้คะแนนความสามารถทางปัญญาและให้รางวัลพนักงานที่นี้อย่างไร” กับ “คุณจะให้คะแนนความสามารถทางปัญญาและให้รางวัลพนักงานสำหรับการส่งมอบการทำงานและการบริการที่เหนือกว่าได้อย่างไร” เป็นต้น (Schneider, White, & Paul, 1998) ยิ่งไปกว่านั้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเฉพาะเจาะจงของบรรยากาศและผลลัพธ์อื่น ๆ ยังคงปรากฏขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพของความเฉพาะเจาะจงของบรรยากาศที่จะมีผลต่อผลลัพธ์ของกระบวนการขององค์กรต่อไป

จากการวิจัยของ Matsuo (2015) ได้ทดสอบหาผลของบรรยากาศในการบริการและบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการมุ่งทำเพื่อลูกค้าเป็นหลักในอาชีพนักขายทัวร์ท่องเที่ยว พบว่าทั้งบุคลิกภาพแบบมีสติรับรู้และเห็นด้วยคล้อยตาม (Consciousness & Agreeableness) และบรรยากาศแห่งการบริการนั้นมีสหสัมพันธ์ทางบวกต่อการมุ่งปฏิบัติเพื่อลูกค้าเป็นหลัก

นอกจากนี้จากการวิจัยของ Sharif, Yaqub และ Baig (2015) พบว่าการสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support) และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Altruism) เป็นตัวแปรหลักในการเพิ่มพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในธุรกิจบริการโดยมีบรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรกำกับ

### **พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า (Customer-Oriented Organizational Citizenship Behaviors)**

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริการ (CO-OCBs) เป็นมิติที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior – OCBs) ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจากพนักงานเองที่สนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร ซึ่งพฤติกรรมเหล่านั้นไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของรายละเอียดในใบพรรณานาหน้าทำงาน (Job Description) และไม่ได้รับรางวัลตอบแทน (Organ, 1988) โดย P.M. Podsakoff และ MacKenzie (1995) ได้พิจารณาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า (CO-OCBs) ว่าเป็นพฤติกรรมการทำงานซึ่งนอกเหนือจากที่องค์กรกำหนดไว้ให้ปฏิบัติ (Employee Extra-Role Behaviors) เช่น การทำหน้าที่ที่ไม่ได้อยู่ในใบพรรณานาหน้าทำงาน (Job Description) ในแง่ของการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความสนใจของลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้นิยามตามแบบของ P.M. Podsakoff และ MacKenzie (1995)

#### **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behaviors: OCBs) ถูกบุกเบิกโดย Organ (1988, 1997) และถูกให้ความหมายว่า เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่องค์กรไม่ได้ขอให้ทำและไม่ได้ให้รางวัลตอบแทน (Organ, 1988) ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเกี่ยวกับการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานมือใหม่ในการทำงานและการทำงานเป็นทีม โดยพบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของพนักงานและการรับรู้คุณภาพของการบริการ (Dimitriades, 2007) นอกจากนี้ นักวิชาการการบริหารและองค์กรได้ศึกษา พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเข้มข้นขึ้นไปอีกโดยการนำพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรไปหาความเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรช่วยเพิ่มศักยภาพขององค์กรและประสิทธิภาพของกลุ่มเมื่อพนักงานรู้สึกผูกพันในการทำ พฤติกรรมการทำงานนอกเหนือที่บริษัทมอบหมาย (Extra-Role) และเมื่อพนักงานใหม่ได้รับการช่วยเหลือ

เหล่านั้นก็พบแนวโน้มว่าทำให้ผลผลิตจากงานดีขึ้นเช่นกัน (Nielsen, Hrivnak, & Shaw, 2009; P. M. Podsakoff & MacKenzie, 1997)

Deng และ Wang (2014) ได้ศึกษาผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้าในผู้เชี่ยวชาญระบบสารสนเทศ โดยกำหนดให้พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ พฤติกรรมการช่วยเหลือผู้อื่น (Helping Behavior) และความคิดริเริ่มในบุคคล (Individual Initiative) ซึ่งทั้งสององค์ประกอบนี้มุ่งเน้นไปที่หน้าที่ในงานหรือปัญหาจากงาน ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เพิ่มความรู้ทางพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในแง่การให้ความสำคัญกับลูกค้า (CO-OCBs)

อีกทั้งนักวิจัยบางกลุ่มยังมีความเห็นว่าการที่เราจะศึกษาผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรนั้นเป็นการศึกษาที่กว้างจนเกินไป เพราะพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรซึ่งกล่าวโดยกว้าง ๆ นั้นส่งผลต่อประเภทขององค์กรและประเภทตำแหน่งแตกต่างกันไป ดังนั้นเราควรศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่เจาะจงกว่านั้นเพื่อความเหมาะสมในการศึกษาในองค์กรที่สนใจ (Borman & Motowidlo, 1993)

### ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

#### แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและบรรยากาศในการบริการ

การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับบรรยากาศในการบริการส่วนใหญ่ตัวทำนายนั้นอยู่ในบริบทแง่มุมขององค์กร เช่น การจัดการฝึกอบรม นโยบายของฝ่ายทรัพยากรบุคคล เป็นต้น (Schneider et al., 1998) ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวทำนายนบรรยากาศในการบริการนั้น ในการศึกษาที่ผ่านมามักใช้แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานมาศึกษา จากงานวิจัยของ Salanova, Agut และ Peiró (2005) พบว่าการฝึกอบรม อีสาระในการทำงาน และเทคโนโลยีสามารถทำนายนบรรยากาศในการบริการได้ กล่าวคือ เมื่อพนักงานในองค์กรรับรู้ว่าจะองค์กรมีแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสำหรับรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นในงาน จะทำให้นบรรยากาศในการบริการในองค์กรดีขึ้น นอกจากนี้พบว่า การได้รับการสนับสนุนทางสังคมมีส่วนช่วยให้เกิดบรรยากาศในการบริการมากขึ้น โดยจากการศึกษาของ Schneider และคณะ (1998) ที่ทำการศึกษานักงานธนาคารที่ได้รับสภาพการณ์ที่เอื้อต่อการทำงานและการรับมือกับปัญหา อีกทั้งมีการส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานระหว่างแผนก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าพนักงานมีการรายงานบรรยากาศในการบริการในทางบวก เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้าและการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ซึ่งพบว่าพนักงานที่ได้รับการสอนงานจากหัวหน้าและการได้รับการฝึกอบรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับบรรยากาศในการบริการ (Ellinger, Musgrove, & Ellinger, 2012) อีกทั้งรูปแบบของผู้นำหรือหัวหน้าในองค์กรก็มีความสัมพันธ์โดยตรงกับบรรยากาศในการบริการ เพราะผู้นำหรือหัวหน้าเปรียบได้กับคนที่คอย

กำกับและสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติหน้าตามบทบาทที่องค์กรวางไว้ (Naumann & Bennett, 2000) โดยจากงานวิจัยพบว่ารูปแบบผู้นำแบบผู้รับใช้ (Servant Leadership) มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในการบริการอีกด้วย (Walumbwa, Hartnell, & Oke, 2010)

### **แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า**

จากแนวคิดโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานเป็นสภาพการณ์ทั้งในแง่ทางกายภาพ สังคม และองค์กรของงาน ๆ นั้นที่เอื้อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ลดข้อเรียกร้องในงานทั้งทางร่างกายและจิตใจ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการพัฒนาและออกงามส่วนบุคคล (Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Schaufeli, 2001) โดยจากระบวนการวิจัยในโมเดลแสดงให้เห็นว่า แหล่งทรัพยากรในงานทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายนอกโดยที่สิ่งแวดล้อมในการทำงานทำให้พนักงานอุทิศตนและลงทุนลงแรงในการทำงานเพื่อที่จะลดข้อเรียกร้องในงานและบรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ และไม่เพียงแต่แหล่งทรัพยากรในงานจะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายนอกแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายในอีกด้วย กล่าวคือ แหล่งทรัพยากรในงานตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในการมีอิสระ ความสัมพันธ์ และความสามารถในงาน (Ryan & Deci, 2000; Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte, & Lens, 2008) เช่น การได้รับข้อมูลป้อนกลับในการทำงานอาจช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มความสามารถในงานด้วย ในขณะที่อำนาจการตัดสินใจในงานและการสนับสนุนทางสังคมเป็นตัวตอบสนองความต้องการด้านการมีอิสระและความสัมพันธ์ในงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าแหล่งทรัพยากรในงานเป็นตัวที่ทำให้เกิดความสำเร็จในงานและก่อให้เกิดผลลัพธ์ขององค์กร (Organizational Outcomes) ในทางบวก เช่น ความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น โดยที่ผลลัพธ์ขององค์กรที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า ซึ่งเป็นตัวแปรที่ยังไม่มีการศึกษามากนักในปัจจุบัน โดยจากงานวิจัยพบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) และพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยมีอิสระในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับในพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง (Bell & Menguc, 2002) การที่พนักงานรับรู้ว่าการให้อำนาจกับตนเองอย่างไรนั้นอาจเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงออกซึ่งเจตคติและพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร (Eisenberger, 1986) อีกทั้งยังพบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอีกด้วย (Wayne, Shore, & Liden, 1997) โดยจะเห็นได้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่ในปัจจุบันทำการศึกษาในภาพกว้างของพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาในบริบทงานบริการ ซึ่งผลลัพธ์ขององค์กรในงานประเภทนี้ย่อมเป็นพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้านั่นเอง

### ทรัพยากรส่วนบุคคลและบรรยากาศในการบริการ

ในแง่ของทรัพยากรส่วนบุคคล องค์การต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับทรัพยากรส่วนบุคคลในแง่ของผลลัพธ์ที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์การ จากการศึกษาของผู้วิจัยที่ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ในบริบทต่าง ๆ ของทรัพยากรส่วนบุคคล ผู้วิจัยพบว่าทรัพยากรส่วนบุคคลก็เป็นตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยทรัพยากรบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในงาน (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, & Schaufeli, 2009) ซึ่งความผูกพันในงานนั้นมีความสัมพันธ์และสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ และการรับรู้บรรยากาศในการบริการยังสามารถทำนายความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานและความภักดีของลูกค้าได้อีกด้วย (Salanova et al., 2005) ซึ่งเมื่อลูกค้ามีความภักดีต่อองค์การ ก็จะมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะย้อนกลับมาสนับสนุนองค์การต่อไป (Oliver & Swan, 1989) Schneider, Macey, Lee และ Young (2009) ยังให้คำแนะนำว่า การรับรู้บรรยากาศในการบริการในทางบวกจะเกิดขึ้นได้เมื่อมาจากประสบการณ์ที่พนักงานเกิดความผูกพันในงาน พนักงานที่มีความผูกพันในงานจะมีความปรารถนาที่จะทำในสิ่งที่บรรยากาศในการบริการเอื้อให้พวกเขาทำ และการรับรู้บรรยากาศในการบริการก็สามารถสร้างได้ง่ายขึ้นจากพื้นฐานของพนักงานที่มีความผูกพันในงานเช่นกัน ซึ่งการที่จะทำให้พนักงานเกิดความผูกพันในงานได้นั้นจะต้องเกิดจากการให้ทรัพยากรในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงาน of พนักงาน (Schaufeli & Bakker, 2004) พนักงานต้องรู้สึกท้าทายและมีส่วนร่วมกับงาน (Coelho & Augusto, 2010) และมีการรับรู้ถึงความยุติธรรมและรู้สึกถึงความไว้วางใจ (Li & Cropanzano, 2009) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดการณ์ว่าทรัพยากรส่วนบุคคลจะมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการรับรู้บรรยากาศในการบริการ

### ทรัพยากรส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า

การศึกษาในปัจจุบันเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า นั้น ตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้ายังไม่ได้มีการศึกษามากนัก ซึ่งมีเพียงการศึกษาในภาพกว้างของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การกับทรัพยากรส่วนบุคคล ได้แก่ ความภาคภูมิใจในตนเอง โดยพบว่าพนักงานที่มีระดับความภาคภูมิใจในตนเองและความผูกมัดต่อองค์การ (Organizational Commitment) สูงมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานและตอบสนองในทางบวกต่อความท้าทายในที่ทำงาน (Workplace Challenges) รวมถึงมีโอกาสสูงที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในการพัฒนาตนเองที่เกี่ยวข้องกับงาน ในส่วนของการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน พบว่าการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนและการมอบอำนาจในงานเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Brutus, Ruderman, Ohlott, & McCauley, 2000; Ghosh, Reio, & Haynes, 2012) จากงานวิจัยของ Niranjana

และ Pattanayak (2005) พบว่าการมองโลกในแง่ดีที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Optimism) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

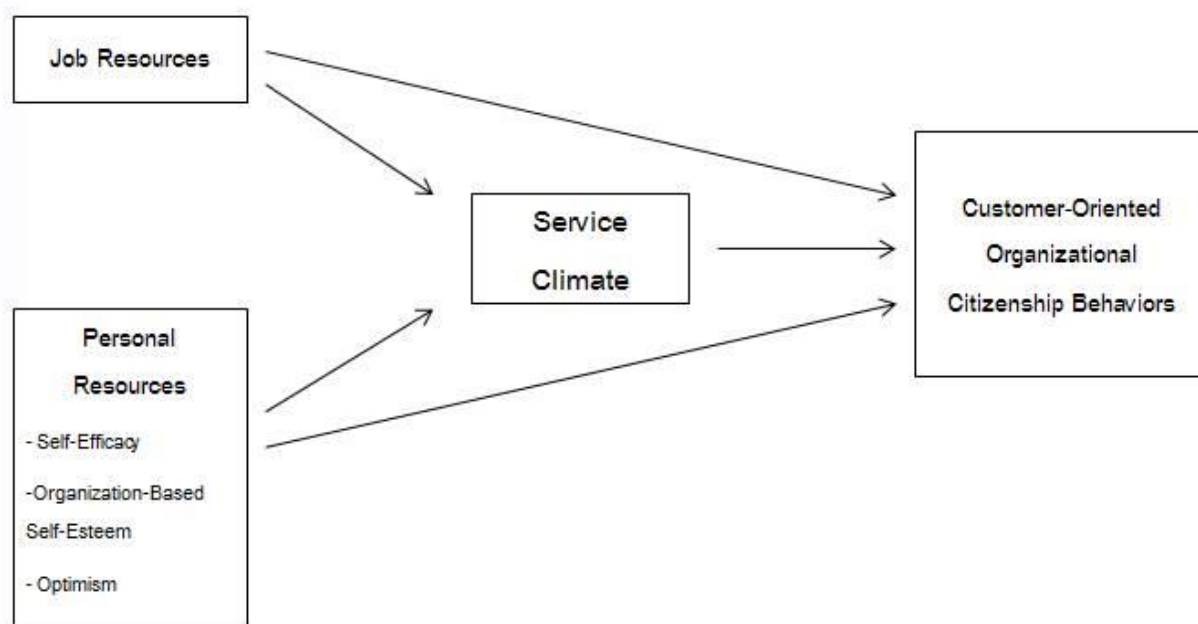
จะเห็นได้ว่าการศึกษาที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาทรัพยากรส่วนบุคคลในบริบทงานบริการต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจง แต่จากงานวิจัยที่ศึกษาทรัพยากรส่วนบุคคลในหลายตัวแปรพบว่าสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ดังนั้นทรัพยากรส่วนบุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าในบริบทงานบริการเช่นกัน

### **บรรยากาศในการบริการและพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า**

Schneider และคณะ (2009) ได้ให้คำแนะนำว่าองค์การบริการจะต้องสร้างบรรยากาศสำหรับการบริการเพื่อสนับสนุนคุณภาพการให้บริการในแง่ของความสำคัญในการรักษาลูกค้าเอาไว้ ซึ่งบรรยากาศภายในองค์การสำหรับการให้บริการนั้นถูกให้คำนิยามว่าเป็นเสมือนกลุ่มคุณลักษณะที่ใช้บรรยายถึงการให้ความสนใจต่อการจัดส่งการบริการและคุณภาพในการบริการที่มีความแตกต่างขององค์การนั้น ๆ จากองค์การอื่นและส่งผลต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของพนักงานแต่ละคนภายในองค์การ (Kelley, 1992) ซึ่งพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การก็มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์การโดยรวม (Walz & Niehoff, 1996) และยังช่วยลดความเครียดของหัวหน้างานและการใช้ภาวะผู้นำเพื่อประโยชน์ของตัวเองอีกด้วย (Decoster, Stouten, Camps, & Tripp, 2014) ซึ่งก็มีข้อค้นพบว่าบรรยากาศในการบริการของร้านค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับบทบาทการปฏิบัติงานบริการของพนักงาน เช่น การที่พนักงานทราบดีถึงความต้องการของลูกค้า เป็นต้น (Liao & Chuang, 2004) นอกจากนี้บรรยากาศในการบริการยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติงานบริการที่ให้ความสนใจต่อลูกค้า (Borucki & Burke, 1999) ซึ่งสนับสนุนงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การที่มุ่งความสนใจไปที่ลูกค้าของ Bettencourt และ Brown (1997) ดังนั้น จะสังเกตว่าบรรยากาศในการบริการนั้นเป็นผลให้เกิดพฤติกรรมที่ดีของพนักงานในรูปของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ได้สนับสนุนถึงความสัมพันธ์ของบรรยากาศในการบริการกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่าบรรยากาศในการบริการกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าน่าจะมีความสัมพันธ์กันเช่นเดียวกัน



## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

1. แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า โดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน
2. ทรัพยากรส่วนบุคคลสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า โดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาว่าการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นผู้ที่ทำงานร้านอาหารคาเฟ่ โดยมีพนักงานที่ได้พบปะหรือบริการลูกค้าโดยตรง มีอายุระหว่าง 18 - 45 ปี ( $M = 26.58$ ,  $SD = 6.01$ ) จำนวน 187 คน แบ่งเป็นเพศชาย 58 คน (31%) เพศหญิง 129 คน (69%) จากจำนวนทั้งหมด จัดเป็นพนักงานชั่วคราว (Part-Time) จำนวน 34 คน (18.2%) และพนักงานประจำ (Full-Time) จำนวน 153 คน (81.8%)

เหตุที่ใช้กลุ่มตัวอย่างนี้ เพราะผู้วิจัยสนใจการรับรู้ถึงบรรยากาศในการบริการ (Service Climate) ของพนักงานในสายงานร้านอาหารคาเฟ่ และเชื่อว่าการทำงานในร้านอาหารคาเฟ่มีลักษณะการทำงานเป็นทีม ผู้วิจัยจึงคาดว่าพนักงานร้านอาหารคาเฟ่จะมีการรับรู้ถึงบรรยากาศในการบริการที่ชัดเจน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและหนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และลักษณะการจ้างงาน โดยมีรูปแบบการตอบเป็นตัวเลือกและเขียนตอบ

2) หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย มีเนื้อหาประกอบไปด้วยหัวข้องานวิจัย คำขอบคุณผู้เข้าร่วมการวิจัย วัตถุประสงค์ กระบวนการวิจัย ผลประโยชน์ของงานวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

#### 2. มาตรวัดระดับทรัพยากรส่วนบุคคล (Personal Resources Scales)

เนื่องจากตัวแปรทรัพยากรส่วนบุคคลสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบย่อย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้มาตรแต่ละมิติ ดังนี้

##### 2.1 มาตรวัดการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน (General Self-Efficacy Scale)

มาตรวัดมีพื้นฐานมาจากมาตรวัดการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน (New General Self-Efficacy Scale) ของ Chen, Gully และ Eden (2001) มีข้อกระทงทั้งหมด 8 ข้อ ซึ่งพัฒนาจากมาตรวัดการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน (General Self-Efficacy Scale) ของ Sherer et al. (1982) ซึ่งเดิมมีข้อกระทง 17 ข้อ โดยได้พัฒนาให้มีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความตรงเชิงทำนาย (Predictive Validity) สูงขึ้นเมื่อเทียบกับมาตรเดิม

ผู้วิจัยได้แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมถึงแม้จะมีการเปลี่ยนภาษา หลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไปจึงให้พนักงานร้านอาหารคาเฟ่จำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนของผู้ตอบมาตรวัด มาตร

วัดนี้ ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อคำถามแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วยข้อกระทงซึ่งเป็นข้อกระทงทางบวกทั้ง 8 ข้อ โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 5 คะแนน ตั้งแต่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 8 ข้อ ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กรอกมาตรวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองครบถ้วนทั้ง 8 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .911 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทุกข้อกระทงมีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ดี (อ้างถึงในตารางที่ 1 ภาคผนวก ก.)

## 2.2 มาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน (Organizational-Based Self-Esteem)

มาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน (Organizational-Based Self-Esteem) มีพื้นฐานมาจากมาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน ของ Pierce, Gardner, Cummings, and Dunham (1989) มีข้อกระทง 10 ข้อ นอกจากนี้มาตรวัด OBSE ได้ทำการวัดความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) แล้วพบว่าโครงสร้างของโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Kark, Shamir, & Chen, 2003)

ผู้วิจัยได้แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมถึงแม้จะมีการเปลี่ยนภาษา หลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไปจึงให้พนักงานร้านกาแฟจำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานของผู้ตอบมาตรวัด มาตรวัดนี้ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อคำถามแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วย 10 ข้อกระทง เป็นข้อกระทงทางบวกทั้ง 10 ข้อ โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 5 คะแนน ตั้งแต่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 10 ข้อ ทดสอบโดยใช้ การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability Analysis) จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้กรอกมาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในการทำงานในองค์กรครบถ้วนทั้ง 10 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .931 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทุกข้อกระทงมีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ดี (อ้างถึงในตารางที่ 2 ภาคผนวก ก.)

### 2.3 มาตรการวัดการมองโลกในแง่ดี (Optimism)

มาตรการวัดมีพื้นฐานมาจากแบบวัดเป้าหมายชีวิต (Life Orientation Test) ของ (Scheier & Carver, 1985) ที่ได้รับการแก้ไขโดย Scheier, Carver, and Bridges (1994) เริ่มต้นมีข้อกระทง 10 ข้อ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เพียงข้อกระทงทางบวก 3 ข้อเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อลดความเหนื่อยล้าในการทำมาตรวัดแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัย นอกจากนี้มาตรการวัดการมองโลกในแง่ดี (Optimism) ได้ทำการวัดความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) แล้วพบว่าโครงสร้างของโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Scheier et al., 1994)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมถึงแม้จะมีการเปลี่ยนภาษาหลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไปจึงให้พนักงานร้านกาแฟจำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับการมองโลกในแง่ดีของผู้ตอบมาตรวัด มาตรวัดนี้ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อคำถามแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วย 3 ข้อกระทง โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 5 คะแนน ตั้งแต่ 0 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรการวัดการมองโลกในแง่ดีฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 3 ข้อ ทดสอบโดยใช้ การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability Analysis) จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้กรอกมาตรวัดการมองโลกในแง่ดีครบถ้วนทั้ง 3 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .630 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทุกข้อกระทงมีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ดี (อ้างอิงในตารางที่ 3 ภาคผนวก ก.)

### 3. มาตรการวัดแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Resources Scale)

มาตรการวัดแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานมีพื้นฐานมาจากมาตรวัดประสบการณ์และการประเมินงาน (Questionnaire on The Experience and Evaluation of Work: QEEW) ของ Veldhoven, Jonge, Broersen, Kompier, and Meijman (2002) โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น 4 มิติ ได้แก่ 1. อิศระในการทำงาน 2. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 3. ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน 4. ข้อมูลป้อนกลับในการทำงาน แรกเริ่มมาตรวัดนี้มีข้อกระทง 36 ข้อ นอกจากนี้มาตรวัดแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Resources Scale) ได้ทำการวัดความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) แล้วพบว่าโครงสร้างของโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ผดาร์ตน์ สีดา, อรัญญา ตัญญา และ เรวดี วัฒนทกโกศล, 2556)

ผู้วิจัยได้นำมาตรแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน (Job Resources Scale) ให้ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าควรเพิ่มจำนวนข้อกระทงอีก 3 ข้อ ได้แก่ เพิ่ม 1 ข้อกระทงในมิติอิสระ

ในการทำงาน “ฉันสามารถเลือกช่วงเวลา (กะ) ในการทำงานได้ เพราะสอดคล้องกับบริบทของงาน (ร้านกาแฟ) สำหรับมิติความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานเพิ่ม 1 ข้อ “ฉันและเพื่อนร่วมงานเข้าใจกันเป็นอย่างดี” และเพิ่ม 1 ข้อในมิติความสัมพันธ์กับหัวหน้า “ฉันและหัวหน้าเข้าใจกันเป็นอย่างดี” ซึ่ง 2 ข้อกระทงข้างต้น ถูกเพิ่มในมาตรวัดเพื่อให้มาตรสามารถวัดผลในมิตินั้น ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น และได้แปลมาตรวัดจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไปจึงให้พนักงานร้านกาแฟจำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานของผู้ตอบมาตรวัด มาตรวัดนี้ ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อคำถามแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วย 39 ข้อกระทง เป็นข้อกระทงทางบวก 35 ข้อ ทางลบ 4 ข้อ โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 5 คะแนน ตั้งแต่ 0 คือ ไม่เคยเลย จนถึง 3 คือ เป็นประจำ

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 39 ข้อ ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กรอกมาตรวัดวัดทรัพยากรในงานครบถ้วนทั้ง 39 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .906 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แต่มีข้อกระทงข้อที่ 5, 16, 18, 28 และ 31 มีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ต่ำ (.174, .089, .168, .149 และ .160 ตามลำดับ) แต่ผู้วิจัยไม่ตัดข้อกระทงข้างต้นออกเพื่อรักษาความครอบคลุมและความตรงเชิงเนื้อหาของมาตรวัด (อ้างถึงในตารางที่ 4 ภาคผนวก ก.)

#### 4. มาตรวัดบรรยากาศในการบริการ (Service Climate Scale)

มาตรวัดบรรยากาศในการบริการมีพื้นฐานมาจากมาตรวัดบรรยากาศในการบริการของ Schneider et al. (1998) ซึ่งมี 4 มิติ ได้แก่ 1. บรรยากาศในการบริการทั่วไป (Global Service Climate) 2. การมุ่งเน้นที่ผู้บริโภค (Customer Orientation) 3. แนวทางในการปฏิบัติเชิงการจัดการ (Managerial Practice) และ 4. ข้อมูลป้อนกลับจากผู้บริโภค (Customer Feedback) โดยผู้วิจัยเลือกใช้เพียงมิติบรรยากาศในการบริการทั่วไป (Global Service Climate) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อกระทง 7 ข้อ นอกจากนี้มาตรวัดบรรยากาศในการบริการทั่วไปได้ทำการวัดความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) แล้วพบว่าโครงสร้างของโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Carrasco, Martínez-Tur, Peiró, & Moliner, 2012) ผู้วิจัยได้แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่ง

ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมถึงแม้จะมีการเปลี่ยนภาษา หลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไปจึงให้พนักงานร้านกาแฟจำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับบรรยากาศในการบริการของผู้ตอบมาตรวัด มาตรวัดนี้ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อความแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วย 8 ข้อกระทง เป็นข้อกระทงทางบวกทั้ง 8 ข้อ โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 7 คะแนน ตั้งแต่ 1 คือ ควรปรับปรุงอย่างยิ่ง จนถึง 7 คือ ยอดเยี่ยม

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดบรรยากาศในการบริการฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 8 ข้อ ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability Analysis) จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้กรอกมาตรวัดการรับรู้บรรยากาศในการบริการครบถ้วนทั้ง 8 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .942 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทุกข้อกระทงมีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ดี(อ้างถึงในตารางที่ 5 ภาคผนวก ก.)

#### 5. มาตรวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า (Customer-Oriented Organizational Citizenship Behaviors Scale)

มาตรวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้ามีพื้นฐานมาจากมาตรวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าของ (Morrison (1996)) มีข้อกระทง 7 ข้อ มาตรวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า เมื่อได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงการจำแนก (Discriminant Validity) แล้วพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การในการบริการลูกค้าและบรรยากาศในการบริการมีความสัมพันธ์ต่ำซึ่งเป็นการยืนยันความตรงเชิงการจำแนก (Discriminant Validity) ที่ดี (Scheier & Carver, 1985)

ผู้วิจัยได้แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หลังจากนั้นเพื่อให้ใช้ได้กับคนทั่วไป ผู้วิจัยจึงให้พนักงานร้านกาแฟจำนวนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบความเข้าใจด้านภาษา

มาตรวัดนี้เป็นมาตรวัดที่นำมาใช้เพื่อวัดระดับพฤติกรรมการเป็นพนักงานในองค์การที่ดีของผู้ตอบมาตรวัด มาตรวัดนี้ผู้ตอบมาตรวัดจะต้องประเมินว่าในช่วงนี้ข้อความแต่ละข้อตรงประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของท่านมากน้อยเพียงใด มาตรวัดนี้ประกอบไปด้วย 7 ข้อกระทง เป็นข้อกระทงทางบวกทั้ง 7 ข้อ โดยมาตรวัดนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดลิเคิร์ตในระดับ 5 คะแนน ตั้งแต่ 0 คือ ไม่เคย จนถึง 4 คือ บ่อยมาก

ในการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าฉบับภาษาไทย ซึ่งมีข้อกระทงทั้งหมด 7 ข้อ ทดสอบโดยใช้ การวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability

Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กรอกมาตรวจวัดพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า ครบถ้วนทั้ง 7 ข้อ จำนวน 187 คน ได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ .838 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทุกข้อกระทงมีค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นในระดับที่ดี(อ้างถึงในตารางที่ 6 ภาคผนวก ก.)

### ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยส่งจดหมายขออนุญาตเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เมื่อได้รับจดหมายอนุญาตตอบกลับโดยมีเนื้อความว่าให้เก็บกลุ่มตัวอย่างจากบริษัทได้เป็นจำนวน 50 คน ผู้วิจัยจึงเดินทางไปยังบริษัทเพื่อแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนี้ ผู้วิจัยเดินทางขอความช่วยเหลือจากบริษัทห้างร้านหลายแห่งบริเวณภายในและบริเวณใกล้เคียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่ม โดยมีขั้นตอนดังนี้ ผู้วิจัยจะขออนุญาตกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลโดยชี้แจงให้ทราบถึงที่มาและความสำคัญของการทำวิจัย หากกลุ่มตัวอย่างอนุญาตจึงจะแจกแบบสอบถามไว้ให้ทำโดยยื่นถึงข้อควรปฏิบัติและนัดแนะวันที่ผู้วิจัยจะมาเก็บแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างถามข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำแบบสอบถามและจะเดินทางไปรับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างในวันที่ได้ตกลงกันได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์สหสัมพันธ์ตัวแปร (Correlation Analysis) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ในตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อกัน โดยมีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .29 ถึง .82 ( $p < .001$ )

ตารางที่ 1 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปร	<i>r</i>					
	1	2	3	4	5	6
1.แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน	-					
2.ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน	.58*	-				
3.การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน	.57*	.82*	-			
4.การมองโลกในแง่ดี	.39*	.56*	.58*	-		
5.พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรใน การบริการลูกค้า	.42*	.51*	.49*	.29*	-	
6.บรรยากาศในการบริการ	.57*	.51*	.47*	.42*	.29*	-
<i>M</i>	2.15	3.85	3.85	2.92	2.90	5.22
<i>SD</i>	.38	.66	.60	.61	.61	1.13
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ )	.91	.93	.91	.63	.84	.94

*N* = 187, \**p* < .001

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA – Multiple Regression Analysis) จากตารางที่ 2 พบว่าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน และการมองโลกในแง่ดีสามารถร่วมกันทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ ได้ร้อยละ 39.1 ( $R^2 = .391$ ,  $p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .40$ ,  $p < .05$ ) และการมองโลกในแง่ดีสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .17$ ,  $p < .05$ ) ในขณะที่ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานและการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้

ข้อสังเกตจากตารางที่ 2 พบว่าความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้นั้น มีค่า  $\beta = .20$  ซึ่งสูงกว่าการมองโลกในแง่ดีที่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้ เมื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จากตารางที่ 1 พบว่าความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานและการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อกันสูงถึง .82 ( $p < .001$ ) แต่อย่างไรก็ตาม การทดสอบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไปหรือไม่ (Multicollinearity) นั้นไม่พบปัญหาแต่อย่างใด (ค่า Tolerance ของทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า .01)



ผู้วิจัยแยกการวิเคราะห์ โดยเมื่อนำตัวแปรการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน ออกจากชุดตัวแปรทำนาย พบว่า ตัวแปรต้นทั้งสามตัวสามารถร่วมกันทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ ได้ร้อยละ 39.1 ( $R^2 = .391, p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .40, p < .05$ ) การมองโลกในแง่ดีสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .18, p < .05$ ) และความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .17, p < .05$ ) จากนั้นทำการทดสอบเช่นเดียวกัน แต่เปลี่ยนจากตัวแปรการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน เป็นตัวแปรความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน ออกจากชุดตัวแปรทำนาย ซึ่งพบว่าตัวแปรต้นทั้งสามตัวสามารถร่วมกันทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ ได้ร้อยละ 38 ( $R^2 = .38, p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .43, p < .05$ ) และการมองโลกในแง่ดีสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .19, p < .05$ ) โดยการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้ ดังนั้นความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานอาจเป็นตัวแปรสำคัญในการทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ

**ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (MRA – Multiple Regression Analysis) ในการทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการด้วยวิธีใส่ตัวแปรอิสระเข้าสมการทุกตัวพร้อมกัน (Enter)**

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	$\beta$
แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน	1.21	.22	.40*
ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน	.34	.18	.20
การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน	-.05	.20	-.03
การมองโลกในแง่ดี	.32	.13	.17*

$N = 187, R = .626, R^2 = .391, *p < .05, S_{est} = .892, F = 29.253$

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA – Multiple Regression Analysis) จากตารางที่ 3 พบว่าการรับรู้บรรยากาศในการบริการ ทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน และการมองโลกในแง่ดีสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้าได้ร้อยละ 29.5 ( $R^2 = .295, p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถ

ทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .17, p < .05$ ) และความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .30, p < .05$ ) ในขณะที่การรับรู้บรรยากาศในการบริการ การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน และการมองโลกในแง่ดีไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้

ข้อสังเกตพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานและการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อกันสูงถึง .82 แต่อย่างไรก็ตาม การทดสอบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงเกินไปหรือไม่ (Multicollinearity) นั้นไม่พบปัญหาแต่อย่างใด (ค่า Tolerance ของทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า .01) และได้มีการทดสอบโดยการ นำตัวแปรการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน ออกจากชุดตัวแปรทำนาย พบว่า ตัวแปรต้นทั้งสี่ตัวสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้ ร้อยละ 28.6 ( $R^2 = .286, p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เชื่อมต่อทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .20, p < .05$ ) และความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .42, p < .05$ ) ในขณะที่การรับรู้บรรยากาศในการบริการ และการมองโลกในแง่ดีไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้ และได้ทำการทดสอบเช่นเดิม แต่เปลี่ยนจากตัวแปรการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน เป็นตัวแปรความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน ออกจากชุดตัวแปรทำนาย ซึ่งพบว่า ตัวแปรต้นทั้งสี่ตัวสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้ ร้อยละ 26.8 ( $R^2 = .268, p < .05$ ) โดยแหล่งทรัพยากรที่เชื่อมต่อทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .21, p < .05$ ) และการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนในที่ทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าไปในทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ( $\beta = .37, p < .05$ ) ในขณะที่การรับรู้บรรยากาศในการบริการ และการมองโลกในแง่ดีไม่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้ ดังนั้นการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน อาจเป็นตัวแปรสำคัญในการทำนายพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอย (MRA – Multiple Regression Analysis) ในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าด้วยวิธีใส่ตัวแปรอิสระเข้าสมการทุกตัวพร้อมกัน (Enter)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	$\beta$
การรับรู้บรรยากาศในการบริการ	-.02	.04	-.03
ทรัพยากรที่เอื้อต่องาน	.28	.14	.17*
ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน	.28	.11	.30*
การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน	.18	.12	.17
การมองโลกในแง่ดี	-.03	.08	-.03

$N = 187, R = .543, R^2 = .295, *p < .05, S_{est} = .516, F = 15.147$

### อภิปรายผลการวิจัย

จุดประสงค์ของการวิจัยคือเพื่อศึกษาว่าการรับรู้บรรยากาศในการให้บริการเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า

โดยสมมติฐานของงานวิจัยประกอบด้วย 2 สมมติฐานด้วยกัน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าโดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่านและสมมติฐานที่ 2 ทรัพยากรส่วนบุคคลสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าโดยมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ซึ่งจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าการรับรู้บรรยากาศในการบริการไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้ ทำให้ไม่สามารถเป็นตัวแปรส่งผ่านในการเชื่อมโยงแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานและทรัพยากรส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้ ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนทั้งสมมติฐานที่ 1 และ 2

ถึงกระนั้น ผลการวิจัยพบว่าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายได้ทั้งบรรยากาศในการบริการและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าโดยมีหลักฐานสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานกับบรรยากาศในการบริการจากงานวิจัยของ Salanova

และคณะ (2005) ที่พบว่า แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ได้แก่ การจัดฝึกอบรม อีสระในการทำงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่องค์การมอบให้แก่พนักงานสามารถสามารถทำนายบรรยากาศในการบริการได้ โดยเมื่อพนักงานรับรู้ว่ามีแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานเพียงพอ จึงทำให้พนักงานมีแหล่งทรัพยากรที่จะสามารถรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการทำงานได้ จึงทำให้บรรยากาศในการบริการขององค์กรดีขึ้น และงานวิจัยของ Schneider และคณะ (1998) ที่พบว่า การสนับสนุนทางสังคมจากที่ทำงานยังช่วยให้เกิดบรรยากาศในการบริการมากขึ้น โดยพนักงานที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากที่ทำงานจะทำให้พนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานมากขึ้น ซึ่งพนักงานมีการรายงานการรับรู้บรรยากาศในการบริการที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานที่ได้รับการสอนงานจากหัวหน้าและได้รับการฝึกอบรมจากองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในการบริการอย่างมีนัยสำคัญ (Ellinger et al., 2012) และรูปแบบของผู้นำยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับบรรยากาศในการบริการ เพราะผู้มาเป็นเสมือนผู้คอยกำกับและสนับสนุนพนักงานให้ทำตามหน้าที่ตามบทบาทที่องค์การวางไว้ (Naumann & Bennett, 2000) และสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า แม้ว่างานวิจัยที่สนับสนุนแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรบริการลูกค้าจะไม่มีหลักฐานการวิจัยโดยตรงในปัจจุบันเพราะตัวแปรพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้าเป็นตัวแปรที่มีความเฉพาะเจาะจง ซึ่งเจาะลึกความเฉพาะของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมากขึ้นไปอีก แต่ก็มีงานวิจัยที่อธิบายถึงความเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรที่เอื้อต่องานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเอาไว้ ซึ่งจากงานวิจัยแนวคิดโมเดลข้อเรียกร้องในงานและแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานแสดงให้เห็นว่า ทรัพยากรที่เอื้อต่องานทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจทั้งภายนอกและภายใน โดยภายนอกคือสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานอุทิศตนและลงทุนลงแรงในการทำงานเพื่อที่จะลดข้อเรียกร้องในงานและเพื่อบรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ และแรงจูงใจภายใน เช่น การได้รับข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในงานของพนักงาน หรือการที่พนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจในงานและมีการสนับสนุนทางสังคมจะทำให้พนักงานได้รับการตอบสนองทางด้านอารมณ์และความสัมพันธ์อันดีในที่ทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการเอื้อให้เกิดความสำเร็จในงานและก่อให้เกิดผลลัพธ์ขององค์กรในทางบวกอีกด้วย (Ryan & Deci, 2000; Van den Broeck et al., 2008) และยังพบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ซึ่งเป็นมิติย่อยของแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยมีอีสระในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับในพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง (Bell & Menguc, 2002) นอกจากนี้การสนับสนุนทางสังคมยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Wayne et al., 1997) ซึ่งผลการวิจัยนี้ช่วยสนับสนุนงานวิจัยที่ผ่านมาว่า แหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายบรรยากาศในการบริการและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ

องค์การได้ โดยงานวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นว่าแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องานสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในบริบทที่เฉพาะเจาะจงไปในงานบริการ ซึ่งยังไม่มีการศึกษาในระดับนี้มาก่อน

ผลจากการวิจัยพบว่าการมองโลกในแง่ดีสามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจากงานวิจัยของ Schneider, Macey, Lee, และ Young (2009) ที่แนะนำไว้ว่าการรับรู้บรรยากาศในการบริการนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากตัวของพนักงานเองที่มีความผูกพันในงาน ซึ่งทรัพยากรส่วนบุคคลที่ประกอบด้วยความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน การรับรู้สมรรถภาพแห่งตน และการมองโลกในแง่ดี สามารถร่วมกันทำนายความผูกพันในงานได้ (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti, et al., 2007) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบทรัพยากรส่วนบุคคลข้างต้นในการทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการ ซึ่งผลการวิจัยพบว่ามีเพียงการมองโลกในแง่ดีจากทรัพยากรส่วนบุคคลเพียงตัวเดียวเท่านั้นที่สามารถทำนายการรับรู้บรรยากาศในการบริการได้ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าคนที่มองโลกในแง่ดีมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่าปกติแล้วพวกเขาจะได้พบกับประสบการณ์ที่ดีในชีวิต (Scheier, Carver, & Bridges, 2001) ดังนั้นจึงอาจส่งผลต่อการรับรู้บรรยากาศในการบริการที่เขาจะรับรู้ถึงบรรยากาศในการบริการในทางบวก นอกจากนี้ การมองโลกในแง่ดียังเป็นตัวบ่งชี้ถึงสภาวะทางจิตที่ดี หนทางในการคิด (Way of thinking) และวิถีการดำเนินชีวิต (Seligman, 2002) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้บรรยากาศในการบริการที่ดีของพนักงานได้ อีกทั้งการมองโลกในแง่ดียังเพิ่มระดับของความชื่นชอบในงานและสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกมากขึ้น เช่น ความรู้สึกทำทนายในงาน เป็นต้น จึงทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกทางบวกต่องานและสภาพแวดล้อมในงานมากขึ้น ซึ่งในบริบทของการบริการแล้ว อาจทำให้พนักงานมีการรับรู้บรรยากาศในการบริการที่มากขึ้นเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้พบว่า ความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า (CO-OCBs) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้ที่มีความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานที่มากนั้นจะเกิดการรับรู้ถึงความเป็นสมาชิกคนหนึ่งขององค์การและการรับรู้ถึงการได้รับการตอบสนองของความต้องการในบทบาทหน้าที่ขององค์การในอดีต ดังนั้น จึงทำให้เกิดการรับรู้ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งขององค์การที่ปฏิบัติหน้าที่ในบริบทขององค์การ (Pierce et al., 1989) จึงอาจทำให้พนักงานอยากที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้ดีที่สุดจึงแสดงพฤติกรรมเพิ่มเติมเป็นพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า นอกจากนี้ความภาคภูมิใจในตนเองยังทำให้มีความมั่นใจที่จะช่วยเพื่อนร่วมงานในการทำงานและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Brutus et al., 2000; Ghosh et al., 2012) อีกทั้งผู้ที่มีระดับของความภาคภูมิใจในตนเองที่สูงยังสามารถพัฒนาและคงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีในการทำงานได้ เช่น ความพึงพอใจในงาน เป็นต้น และยังแสดงพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน เพราะพฤติกรรมและทัศนคติที่มีความคงเส้นคงวากจากทัศนคติที่เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Pierce et al., 1989) ทั้งนี้ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าโดยตรง แต่จากข้อมูลอ้างอิงถึงผล

ของความภาคภูมิใจในตนเองทั้งในบริบททั่วไปและบริบทที่ทำงานที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความมั่นใจ และการรับรู้คุณค่าในตนเองในฐานะที่เป็นสมาชิกคนหนึ่งขององค์การน่าจะเป็นเหตุผลที่สามารถนำมาอธิบายความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้าได้เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยกลับพบว่าบรรยากาศในการบริการไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการได้ ซึ่งสาเหตุที่แน่นอนนั้นยังไม่แน่ชัดเพราะความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองยังไม่มีการศึกษาวิจัยโดยตรง แต่ผู้วิจัยคาดว่าเพราะพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการเป็นพฤติกรรมที่อยู่นอกเหนือจากที่องค์กรกำหนดไว้ (P. M. Podsakoff & MacKenzie, 1997) ซึ่งบรรยากาศในการบริการจะเอื้อให้พนักงานเกิดการบริการตามที่องค์กรคาดหวังให้ปฏิบัติ (Schneider & Bowen, 1993) จึงทำให้ไม่สามารถทำนายได้ นอกจากนี้บรรยากาศในการบริการยังเป็นการรับรู้ของพนักงานถึงการบริการที่ดีว่าถ้าปฏิบัติตามที่องค์กรคาดหวังแล้วจะได้รับรางวัลและการสนับสนุนตามมา (Bowen & Schneider, 2013) ซึ่งไม่มีสิ่งยืนยันว่าการแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการจะได้รับรางวัลหรือการสนับสนุนกลับมาสู่พนักงาน บรรยากาศในการบริการจึงไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการได้นั่นเอง

### สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลที่ได้เก็บเป็นข้อมูลที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างอาจตอบตามความคาดหวังของสังคมได้ แม้ผู้วิจัยจะมีการแจ้งถึงการรักษาความลับแล้วก็ตาม นอกจากนี้การวัดทรัพยากรที่เอื้อต่องาน ผู้วิจัยได้พัฒนามาตรมาจาก The Questionnaire of the Experience and Evaluation of Work (QEEW) ของ Veldhoven และคณะ (2002) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกด้านย่อยมาเพียง 4 ด้าน ที่เหมาะสมกับบริบทของงาน ดังนั้นในการศึกษาต่อไปอาจทำการศึกษาในด้านย่อยที่นอกเหนือจากนี้ เช่น ด้านโอกาสในการเรียนรู้ ด้านความก้าวหน้าของงาน เป็นต้น และสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคตนั้น ควรนำตัวแปรความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงานและการรับรู้สมรรถภาพแห่งตนมาวิเคราะห์เป็นตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทรัพยากรส่วนบุคคลต่อไป

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

ผดาร์ช สีดา, อรัญญา ตู๋ยคำภีร์, และ เววดี วัฒนทกโกศล (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทรัพยากรที่  
 เชื้อต่องาน ข้อเรียกร้องในงาน กับความผูกใจมั่นในงานในพนักงาน. *วารสารสมาคมส่งเสริมการวิจัย*,  
 4(2), ไม่ระบุหน้า

### ภาษาอังกฤษ

- Ashkanasy, N. M., Wilderom, C. P., & Peterson, M. F. (2000). *Handbook of organizational culture and climate*: Sage.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of managerial psychology*, 22(3), 309-328.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Verbeke, W. (2004). Using the job demands-resources model to predict burnout and performance. *Human resource management*, 43(1), 83-104.
- Bandura, A. (1989). Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. *Developmental psychology*, 25(5), 729.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*: Macmillan.
- Barbera, K. M. (2014). *The Oxford Handbook of Organizational Climate and Culture*: Oxford University Press.
- Bateman, T. S., & Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of Management journal*, 26(4), 587-595.
- Bell, S. J., & Menguc, B. (2002). The employee-organization relationship, organizational citizenship behaviors, and superior service quality. *Journal of retailing*, 78(2), 131-146.
- Blau, P. M., & Scott, W. R. (1962). *Formal organizations: A comparative approach*: Stanford University Press.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance. *Personnel Selection in Organizations; San Francisco: Jossey-Bass*, 71.
- Borucki, C. C., & Burke, M. J. (1999). An examination of service-related antecedents to retail store performance. *Journal of Organizational Behavior*, 20(6), 943-962.
- Bowen, D. E., & Schneider, B. (2013). A Service Climate Synthesis and Future Research Agenda. *Journal of Service Research*, 17(1), 5-22. doi: 10.1177/1094670513491633
- Brutus, S., Ruderman, M. N., Ohlott, P. J., & McCauley, C. D. (2000). Developing from job experiences: The role of organization-based self-esteem. *Human Resource Development Quarterly*, 11(4), 367.
- Carrasco, H., Martínez-Tur, V., Peiró, J. M., & Moliner, C. (2012). Validation of a Measure of Service Climate in Organizations. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 28(2), 69.
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational research methods*, 4(1), 62-83.
- Coelho, F., & Augusto, M. (2010). Job characteristics and the creativity of frontline service employees. *Journal of Service Research*.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*: Consulting Psychologists Pr.

- Decoster, S., Stouten, J., Camps, J., & Tripp, T. M. (2014). The role of employees' OCB and leaders' hindrance stress in the emergence of self-serving leadership. *The Leadership Quarterly*, 25(4), 647-659. doi: 10.1016/j.leaqua.2014.02.005
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied psychology*, 86(3), 499.
- Deng, X. N., Wang, T., & Galliers, R. D. (2015). More than providing 'solutions': towards an understanding of customer-oriented citizenship behaviours of IS professionals. *Information Systems Journal*, 25(5), 489-530. doi: 10.1111/isj.12051
- Dimitriades, Z. S. (2007). The influence of service climate and job involvement on customer-oriented organizational citizenship behavior in Greek service organizations: a survey. *Employee Relations*, 29(5), 469-491.
- Eisenberger, R. H., Robin; Hutchison, Steven; Sowa, Debora (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied psychology*, 71(3), 500-507.
- Ellinger, A. D., Musgrove, C., & Ellinger, A. (2012). *Examining the relationship between employee development, engagement and service climate*. Paper presented at the Proceeding of the UFHRD Europe 2012 Conference.
- Ghosh, R., Reio, T. G., & Haynes, R. K. (2012). Mentoring and organizational citizenship behavior: Estimating the mediating effects of organization-based self-esteem and affective commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 23(1), 41-63.
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of management review*, 17(2), 183-211.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American psychologist*, 44(3), 513.
- Hobfoll, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of general psychology*, 6(4), 307.
- Jerusalem, M. (1993). Personal resources, environmental constraints, and adaptational processes: The predictive power of a theoretical stress model. *Personality and Individual Differences*, 14(1), 15-24. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0191-8869\(93\)90170-8](http://dx.doi.org/10.1016/0191-8869(93)90170-8)
- Jerusalem, M., Schwarzer, R., & Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy as a resource factor in stress appraisal processes. *Self-efficacy: Thought control of action*, 195-213.
- Kark, R., Shamir, B., & Chen, G. (2003). The two faces of transformational leadership: empowerment and dependency. *Journal of Applied psychology*, 88(2), 246.
- Kelley, S. W. (1992). Developing customer orientation among service employees. *Journal of the academy of Marketing Science*, 20(1), 27-36.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*: Springer publishing company.
- Lewin, K. (1936). Principles of Topological Relations. *New York & London: McGraw-Hill*. DOI, 10, 10019-10000.
- Li, A., & Cropanzano, R. (2009). Fairness at the group level: Justice climate and intraunit justice climate. *Journal of management*, 35(3), 564-599.
- 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.
- Matsuo, M. (2015). Determinants of Customer Orientation: Service Climate or Personality? In D. Sharma & S. Borna (Eds.), *Proceedings of the 2007 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 279-282): Springer International Publishing.



- Morrison, E. W. (1996). Organizational Citizenship Behavior as a Critical Link. *Human resource management*, 35(4), 493-512.
- Naumann, S. E., & Bennett, N. (2000). A case for procedural justice climate: Development and test of a multilevel model. *Academy of Management journal*, 43(5), 881-889.
- Nielsen, T. M., Hrivnak, G. A., & Shaw, M. (2009). Organizational citizenship behavior and performance: A meta-analysis of group-level research. *Small Group Research*.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach. *The Journal of Marketing*, 21-35.
- Organ, D. W. (1988). OCB: The good soldier syndrome. *Lexington, MA: Lexington Books*.
- Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: It's construct clean-up time. *Human performance*, 10(2), 85-97.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management journal*, 32(3), 622-648.
- Podsakoff, N. P., Whiting, S. W., Podsakoff, P. M., & Blume, B. D. (2009). Individual-and organizational-level consequences of organizational citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied psychology*, 94(1), 122.
- Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (1997). Impact of organizational citizenship behavior on organizational performance: A review and suggestion for future research. *Human performance*, 10(2), 133-151.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26(3), 513-563.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67.
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of Applied psychology*, 90(6), 1217.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, 4(3), 219.
- Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): a reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of personality and social psychology*, 67(6), 1063.
- Schneider, B., Parkington, J. J., & Buxton, V. M. (1980). Employee and customer perceptions of service in banks. *Administrative Science Quarterly*, 252-267.
- Schneider, B., & Snyder, R. A. (1975). Some relationships between job satisfaction and organization climate. *Journal of Applied psychology*, 60(3), 318.
- Schneider, B., White, S. S., & Paul, M. C. (1998). Linking service climate and customer perceptions of service quality: Tests of a causal model. *Journal of Applied psychology*, 83(2), 150.
- Schwarzer, R. (1994). Optimism, vulnerability, and self-beliefs as health-related cognitions: A systematic overview. *Psychology and health*, 9(3), 161-180.
- Seligman, M. (1991). P (1991). Learned optimism. *New York: AA Knopf*.

- Sharif, M. T., Yaqub, R. M. S., & Baig, F. J. Does Organizational Support Enhance the Organizational Citizenship Behavior in Service Industry with Moderating Role of Service Climate?
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological reports*, 51(2), 663-671.
- Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., De Witte, H., & Lens, W. (2008). Explaining the relationships between job characteristics, burnout, and engagement: The role of basic psychological need satisfaction. *Work & Stress*, 22(3), 277-294.
- Van den Heuvel, M., Demerouti, E., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2010). Personal resources and work engagement in the face of change. *Contemporary occupational health psychology: Global perspectives on research and practice*, 1, 124-150.
- Veldhoven, M. v., Jonge, J. d., Broersen, S., Kompier, M., & Meijman, T. (2002). Specific relationships between psychosocial job conditions and job-related stress: A three-level analytic approach. *Work & Stress*, 16(3), 207-228.
- Walumbwa, F. O., Hartnell, C. A., & Oke, A. (2010). Servant leadership, procedural justice climate, service climate, employee attitudes, and organizational citizenship behavior: a cross-level investigation. *Journal of Applied psychology*, 95(3), 517.
- Walz, S. M., & Niehoff, B. P. (1996). *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS AND THEIR EFFECT ON ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS IN LIMITED-MENU RESTAURANTS*. Paper presented at the Academy of Management Proceedings.
- Wayne, S. J., Shore, L. M., & Liden, R. C. (1997). Perceived organizational support and leader-member exchange: A social exchange perspective. *Academy of Management journal*, 40(1), 82-111.
- Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2007). The role of personal resources in the job demands-resources model. *International journal of stress management*, 14(2), 121.
- Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources, and work engagement. *Journal of Vocational Behavior*, 74(3), 235-244.
- Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Dollard, M. F., Demerouti, E., Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Schreurs, P. J. (2007). When do job demands particularly predict burnout? The moderating role of job resources. *Journal of managerial psychology*, 22(8), 766-786.
- Zohar, D. (1980). Safety climate in industrial organizations: theoretical and applied implications. *Journal of Applied psychology*, 65(1), 96.

## ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

## ตารางการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆ

## ตารางที่ 1 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดแหล่งทรัพยากรที่เอื้อต่องาน

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	ฉันมีอิสระในการทำงาน	.439
2	ฉันมีส่วนร่วมในการวางแผนการทำงาน(เช่น ตกลงกับเพื่อนร่วมงานว่าใครจะทำหน้าที่ใดในร้าน) ต่าง ๆ ของตัวเอง	.356
3	ฉันสามารถกำหนดความเร็ว(เช่น ความเร็วที่ใช้ในการเสิร์ฟหนึ่งครั้ง)ในการทำงานของตัวเองได้	.402
4	ฉันสามารถออกแบบกระบวนการทำงานของตัวเองได้	.306
5	ถ้าจำเป็น ฉันสามารถหยุดทำงานประมาณ 15 - 20 นาที โดยไม่ต้องขออนุญาตใคร	.174
6	ฉันสามารถจัดลำดับก่อน - หลังของงานได้ด้วยตัวเอง	.496
7	ฉันมีส่วนร่วมในการกำหนดวันและเวลาที่จะต้องทำงานให้เสร็จ	.451
8	ฉันสามารถกำหนดได้ด้วยตัวเองว่า ฉันจะใช้เวลาทำงานแต่ละชิ้นมากน้อยเพียงใด	.427
9	ฉันสามารถลงมือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้เลย โดยไม่ต้องขออนุมัติจากใคร	.367
10	ฉันได้รับอิสระที่จะจัดระบบต่าง ๆ ในการทำงานของตัวเอง	.451
11	ฉันสามารถกำหนดเนื้องานที่ต้องการจะทำ หรือสิ่งที่รับผิดชอบ ได้ด้วยตนเอง	.534
12	ฉันสามารถเลือกช่วงเวลา(กะ)ในการทำงานได้	.320
13	เมื่อฉันเผชิญอุปสรรคในการทำงาน ฉันสามารถพึ่งพาเพื่อนร่วมงานของฉันได้	.436
14	ฉันสามารถขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานได้ ถ้าจำเป็น	.502

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
15	ฉันเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี	.512
16	ฉันมีปัญหาขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน	.089
17	เพื่อนร่วมงานทำสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าต่อฉัน	.536
18	เพื่อนร่วมงานแสดงความก้าวร้าว ไม่สุภาพกับฉัน	.168
19	เพื่อนร่วมงานเป็นมิตรกับฉัน	.486
20	บรรยากาศของการทำงานระหว่างฉันกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปด้วยดี	.504
21	มีเหตุการณ์ที่ทำให้ฉันไม่พึงพอใจเพื่อนร่วมงาน	.222
22	ฉันและเพื่อนร่วมงานเข้าใจกันเป็นอย่างดี	.462
23	เมื่อฉันเผชิญอุปสรรคในการทำงาน ฉันสามารถพึ่งพาหัวหน้าของฉันได้	.550
24	ฉันสามารถขอความช่วยเหลือจากหัวหน้าได้ ถ้าจำเป็น	.493
25	ฉันเข้ากับหัวหน้าได้ดี	.638
26	ฉันมีปัญหาขัดแย้งกับหัวหน้า	.253
27	หัวหน้าทำสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าต่อฉัน	.574
28	หัวหน้าแสดงความก้าวร้าว ไม่สุภาพกับฉัน	.149
29	หัวหน้าเป็นมิตรกับฉัน	.588
30	บรรยากาศของการทำงานระหว่างฉันกับหัวหน้าเป็นไปด้วยดี	.549
31	มีเหตุการณ์ที่ทำให้ฉันไม่พึงพอใจหัวหน้า	.160
32	ฉันและหัวหน้าเข้าใจกันเป็นอย่างดี	.643

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
33	ฉันได้รับข้อมูลมากเพียงพอเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของงานที่ต้องทำ	.631
34	ฉันได้รับข้อมูลมากเพียงพอเกี่ยวกับผลลัพธ์/ผลกระทบของงานที่ฉันทำที่มีต่อบุคคลอื่น/สิ่งแวดล้อม (เช่น รสชาติเครื่องดื่ม/ความสะอาดของร้าน/ทรัพยากรที่ถูกใช้ไป/กำไรของร้าน ฯลฯ)	.605
35	ฉันได้รับโอกาสที่จะประเมินตัวเองว่า ฉันทำงานได้ดี	.577
36	ฉันได้รับข้อมูลป้อนกลับ (feedback) ว่าตนเองทำงานได้ดี(เช่น ลูกค้าพึงพอใจในการบริการหรือร้านมีความสะอาด)	.473
37	หัวหน้าแจ้งให้ฉันทราบว่า ฉันทำงานได้ดี	.520
38	เพื่อนร่วมงานแจ้งให้ฉันทราบว่า ฉันทำงานได้ดี	.511
39	ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นในการทำงาน	.640
	จำนวนข้อกระทง	39
	Cronbach's alpha	.906

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

## ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดการรับรู้สมรรถภาพแห่งตน

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	ฉันสามารถบรรลุเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ฉันตั้งให้ตัวเองได้	.657
2	เมื่อเผชิญกับงานที่ยากลำบาก ฉันมั่นใจว่า ฉันสามารถทำงานเหล่านั้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้	.746
3	โดยทั่วไปแล้ว ฉันคิดว่า ฉันสามารถบรรลุผลลัพธ์ในการทำงานที่สำคัญต่อฉัน	.742
4	ฉันเชื่อว่า ฉันสามารถประสบความสำเร็จในทุก ๆ ความพยายามที่ฉันตั้งใจไว้	.725

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
5	ฉันสามารถจัดการเรื่องท้าทายต่าง ๆ ได้อย่างประสบความสำเร็จ	.767
6	ฉันมั่นใจว่า ฉันสามารถทำงานหลาย ๆ งานที่แตกต่างกันได้โดยมีประสิทธิภาพ	.772
7	เมื่อเทียบกับคนอื่นแล้ว ฉันสามารถทำงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	.600
8	ถึงแม้ว่าสิ่งต่าง ๆ จะไม่ราบรื่นและเต็มไปด้วยอุปสรรค ฉันยังสามารถทำงานออกมาได้ดี	.679
	จำนวนข้อกระทง	8
	Cronbach's alpha	.911

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

**ตารางที่ 3 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดความภาคภูมิใจในตนเองในที่ทำงาน**

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	ฉันเป็นคนทำงานจริงจัง	.681
2	ฉันเป็นคนไว้ใจได้ในการทำงาน	.728
3	ฉันเป็นคนสำคัญขององค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	.729
4	ฉันสามารถสร้างความแตกต่างในการทำงานได้	.667
5	ฉันมีคุณค่าในองค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	.721
6	ฉันมีประโยชน์ในองค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	.751
7	ฉันเป็นคนพึ่งพาได้ในการทำงาน	.796
8	ฉันเป็นคนให้ความร่วมมือในการทำงาน	.706
9	คนที่ทำงานศรัทธาในตัวฉัน	.732

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
10	ฉันทำงานมีประสิทธิภาพ	.785
	จำนวนข้อกระทง	10
	Cronbach's alpha	.931

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

#### ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดการมองโลกในแง่ดี

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	เวลาที่ฉันไม่แน่ใจว่าสิ่งต่าง ๆ จะเป็นอย่างไร ฉันมักคาดหวังในผลลัพธ์ที่ดีที่สุด	.345
2	ฉันนึกถึงอนาคตของตัวเองในแง่บวกเสมอ	.489
3	โดยรวมแล้ว ฉันคาดหวังว่า จะมีสิ่งดี ๆ เกิดขึ้นกับฉันมากกว่าสิ่งที่ไม่ดี	.496
	จำนวนข้อกระทง	3
	Cronbach's alpha	.630

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

#### ตารางที่ 5 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดบรรยากาศในการบริการ

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	พนักงานในสาขา/ร้านของคุณมีความรู้และทักษะในการให้บริการมากน้อยเพียงใด	.781
2	สาขา/ร้านของคุณมีความพยายามที่จะประเมินและติดตามคุณภาพของการให้บริการมากน้อยเพียงใด	.776
3	พนักงานในสาขา/ร้านของคุณได้รับการยอมรับ รางวัล และผลตอบแทนจากการให้บริการ	.756

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
	ที่ดีมากน้อยเพียงใด	
4	ภาพรวมของการให้บริการของสาขา/ร้านของคุณมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด	.811
5	ผู้บริหารและ / หรือหัวหน้าของคุณสนับสนุนการเพิ่มคุณภาพของการให้บริการมากน้อยเพียงใด	.736
6	การสื่อสารจากสาขา/ร้านไปสู่พนักงานมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด	.830
7	การสื่อสารจากสาขา/ร้านไปสู่กลุ่มลูกค้ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด	.855
8	สาขา/ร้านของคุณจัดเตรียมอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้พนักงานมากน้อยเพียงใดเพื่อทำให้การให้บริการมีประสิทธิภาพ	.816
	จำนวนข้อกระทง	8
	Cronbach's alpha	.942

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

**ตารางที่ 6 ตารางการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวมของมาตรวัดพฤติกรรมกา  
เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า**

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
1	ฉันช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า	.481
2	ฉันเต็มใจทำสิ่งทีนอกเหนือหน้าที่เพื่อให้บริการลูกค้า	.542
3	ฉันเสนอแนะแนวทางใหม่ ๆ ที่จะช่วยให้สาขา/ร้านมีบริการที่ดีขึ้น	.577
4	ฉันทำงานอย่างหนัก ในการคิดหาทางออกใหม่ ๆ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	.666
5	ฉันทำงานใด ๆ ก็ตามที่นอกเหนือจากงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บริการลูกค้า	.659
6	ฉันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงานเพื่อหาทางพัฒนาการให้บริการลูกค้า	.602



ข้อที่	ข้อกระทง	CITC
7	ฉันจะทำงานอย่างไม่หยุดพักจนกว่าปัญหาของลูกค้าจะได้รับการแก้ไข	.621
	จำนวนข้อกระทง	7
	Cronbach's alpha	.838

หมายเหตุ CITC คือการวิเคราะห์ความเที่ยงด้วยค่าสหสัมพันธ์กับข้อกระทงอื่นโดยรวม

## ภาคผนวก ข.

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามชุดนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปเปิดเผยเพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้น โดยไม่ระบุถึงตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทั้ง 2 ส่วน อันประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2: มาตรฐาน 6 ฉบับ

1. มาตรฐานพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การในการบริการลูกค้า
2. มาตรฐานทรัพยากรในการทำงาน
3. มาตรฐานความภาคภูมิใจในตัวเองในการทำงานในองค์การ
4. มาตรฐานความเชื่อในความสามารถของตนทั่วไป
5. มาตรฐานการมองโลกในแง่ดี
6. มาตรฐานบรรยากาศขององค์การแบบการให้บริการ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไป

เพศ  ชาย  หญิง      อายุ \_\_\_\_\_ ปี

ตำแหน่ง \_\_\_\_\_

อายุการทำงาน \_\_\_\_\_ ปี \_\_\_\_\_ เดือน

ประเภทการทำงาน  Part-time  Full-time

ระดับการศึกษา  มัธยมศึกษาปีที่ 3  ปวช.  ปวส.  อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

สถานภาพสมรส  โสด  สมรส  อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 2: มาตรฐาน 6 ฉบับ

## มาตรฐานพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในการบริการลูกค้า

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น						
		ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย และไม่ เห็นด้วย พอ ๆ กัน	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานในการ ให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า	1	2	3	4	5	6	7
2	ฉันเต็มใจทำสิ่งที่นอกเหนือหน้าที่เพื่อให้ บริการลูกค้า	1	2	3	4	5	6	7
3	ฉันเสนอแนะแนวทางใหม่ ๆ ที่จะช่วยให้ สาขา/ร้านมีบริการที่ดีขึ้น	1	2	3	4	5	6	7
4	ฉันทำงานอย่างหนัก ในการคิดหาทาง ออกใหม่ ๆ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาลูก ค้า	1	2	3	4	5	6	7
5	ฉันทำงานใด ๆ ก็ตามที่นอกเหนือจาก งานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บริการ ลูกค้า	1	2	3	4	5	6	7
6	ฉันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน ร่วมงานเพื่อหาทางพัฒนา การให้บริการลูกค้า	1	2	3	4	5	6	7
7	ฉันจะทำงานอย่างไม่หยุดพักจนกว่า ปัญหาของลูกค้าจะได้รับการแก้ไข	1	2	3	4	5	6	7

มาตรวัดทรัพยากรในการทำงาน

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
		ไม่เคย เลย	นาน ๆ ครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็น ประจำ
1	ฉันมีอิสระในการทำงาน	0	1	2	3
2	ฉันมีส่วนร่วมในการวางแผนการทำงาน(เช่น ตกลงกับเพื่อนร่วมงานว่าใครจะทำหน้าที่ใดในร้าน)ต่าง ๆ ของตัวเอง	0	1	2	3
3	ฉันสามารถกำหนดความเร็ว(เช่น ความเร็วที่ใช้ในการเสิร์ฟหนึ่งครั้ง)ในการทำงานของตัวเองได้	0	1	2	3
4	ฉันสามารถออกแบบกระบวนการทำงานของตัวเองได้	0	1	2	3
5	ถ้าจำเป็น ฉันสามารถหยุดทำงานประมาณ 15 - 20 นาที โดยไม่ต้องขออนุญาตใคร	0	1	2	3
6	ฉันสามารถจัดลำดับก่อน - หลังของงานได้ด้วยตัวเอง	0	1	2	3
7	ฉันมีส่วนร่วมในการกำหนดวันและเวลาที่จะต้องทำงานให้เสร็จ	0	1	2	3
8	ฉันสามารถกำหนดได้ด้วยตัวเองว่า ฉันจะใช้เวลาทำงานแต่ละชิ้นมากน้อยเพียงใด	0	1	2	3
9	ฉันสามารถลงมือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้เลย โดยไม่ต้องขออนุมัติจากใคร	0	1	2	3
10	ฉันได้รับอิสระที่จะจัดระบบต่าง ๆ ในการทำงานของตัวเอง	0	1	2	3

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
		ไม่เคย เลย	นาน ๆ ครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็น ประจำ
11	ฉันสามารถกำหนดเนื้องานที่ต้องการจะทำ หรือสิ่งที่จะรับผิดชอบ ได้ ด้วยตนเอง	0	1	2	3
12	ฉันสามารถเลือกช่วงเวลา(กะ)ในการทำงานได้	0	1	2	3
13	เมื่อฉันเผชิญอุปสรรคในการทำงาน ฉันสามารถพึ่งพาเพื่อนร่วมงาน ของฉันได้	0	1	2	3
14	ฉันสามารถขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานได้ ถ้าจำเป็น	0	1	2	3
15	ฉันเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี	0	1	2	3
16	ฉันมีปัญหาขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน	0	1	2	3
17	เพื่อนร่วมงานทำสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าต่อฉัน	0	1	2	3
18	เพื่อนร่วมงานแสดงความก้าวร้าว ไม่สุภาพกับฉัน	0	1	2	3
19	เพื่อนร่วมงานเป็นมิตรกับฉัน	0	1	2	3
20	บรรยากาศของการทำงานระหว่างฉันกับเพื่อนร่วมงานเป็นไปด้วยดี	0	1	2	3
21	มีเหตุการณ์ที่ทำให้ฉันไม่พึงพอใจเพื่อนร่วมงาน	0	1	2	3
22	ฉันและเพื่อนร่วมงานเข้าใจกันเป็นอย่างดี	0	1	2	3

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
		ไม่เคย เลย	นาน ๆ ครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็น ประจำ
23	เมื่อฉันเผชิญอุปสรรคในการทำงาน ฉันสามารถพึ่งพาหัวหน้าของฉัน ได้	0	1	2	3
24	ฉันสามารถขอความช่วยเหลือจากหัวหน้าได้ ถ้าจำเป็น	0	1	2	3
25	ฉันเข้ากับหัวหน้าได้ดี	0	1	2	3
26	ฉันมีปัญหาขัดแย้งกับหัวหน้า	0	1	2	3
27	หัวหน้าทำสิ่งต่าง ๆ ที่มีคุณค่าต่อฉัน	0	1	2	3
28	หัวหน้าแสดงความก้าวร้าว ไม่สุภาพกับฉัน	0	1	2	3
29	หัวหน้าเป็นมิตรกับฉัน	0	1	2	3
30	บรรยากาศของการทำงานระหว่างฉันกับหัวหน้าเป็นไปด้วยดี	0	1	2	3
31	มีเหตุการณ์ที่ทำให้ฉันไม่พึงพอใจหัวหน้า	0	1	2	3
32	ฉันและหัวหน้าเข้าใจกันเป็นอย่างดี	0	1	2	3
33	ฉันได้รับข้อมูลมากเพียงพอเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของงานที่ต้องทำ	0	1	2	3
34	ฉันได้รับข้อมูลมากเพียงพอเกี่ยวกับผลลัพธ์/ผลกระทบของงานที่ฉัน ทำที่มีต่อบุคคลอื่น/สิ่งแวดล้อม	0	1	2	3

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
		ไม่เคย เลย	นาน ๆ ครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็น ประจำ
	(เช่น รสชาติเครื่องดื่ม/ความสะดวกของร้าน/ทรัพยากรที่ถูกใช้ไป/กำไร ของร้าน ฯลฯ)				
35	ฉันได้รับโอกาสที่จะประเมินตัวเองว่า ฉันทำงานได้ดี	0	1	2	3
36	ฉันได้รับข้อมูลป้อนกลับ (feedback) ว่าตนเองทำงานได้ดี(เช่น ลูกค้า พึงพอใจในการบริการหรือร้านมีความสะดวก)	0	1	2	3
37	หัวหน้าแจ้งให้ฉันทราบว่า ฉันทำงานได้ดี	0	1	2	3
38	เพื่อนร่วมงานแจ้งให้ฉันทราบว่า ฉันทำงานได้ดี	0	1	2	3
39	ฉันสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นในการทำงาน	0	1	2	3

มาตรวัดความภาคภูมิใจในตัวเองในการทำงานในองค์กร

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็น พอกๆกัน	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันเป็นคนทำงานจริงจัง	1	2	3	4	5
2	ฉันเป็นคนไว้ใจได้ในการทำงาน	1	2	3	4	5
3	ฉันเป็นคนสำคัญขององค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	1	2	3	4	5
4	ฉันสามารถสร้างความแตกต่างในการ ทำงานได้	1	2	3	4	5

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็น พอกๆกัน	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5	ฉันมีคุณค่าในองค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	1	2	3	4	5
6	ฉันมีประโยชน์ในองค์กร / หน่วยงาน / ร้าน	1	2	3	4	5
7	ฉันเป็นคนพึงพาได้ในการทำงาน	1	2	3	4	5
8	ฉันเป็นคนให้ความร่วมมือในการทำงาน	1	2	3	4	5
9	คนที่ทำงานศรัทธาในตัวฉัน	1	2	3	4	5
10	ฉันทำงานมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5

#### มาตรวัดความเชื่อในความสามารถของตนทั่วไป

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วยและไม่ เห็นพอกๆกัน	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันสามารถบรรลุเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ฉันตั้งให้ ตัวเองได้	1	2	3	4	5
2	เมื่อเผชิญกับงานที่ยากลำบาก ฉันมั่นใจว่า ฉัน สามารถทำงานเหล่านั้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้	1	2	3	4	5
3	โดยทั่วไปแล้ว ฉันคิดว่า ฉันสามารถบรรลุผลลัพธ์ ในการทำงานที่สำคัญต่อฉัน	1	2	3	4	5
4	ฉันเชื่อว่า ฉันสามารถประสบความสำเร็จในทุก ๆ ความพยายามที่ฉันตั้งใจไว้	1	2	3	4	5
5	ฉันสามารถจัดการเรื่องท้าทายต่าง ๆ ได้อย่าง ประสบความสำเร็จ	1	2	3	4	5



ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วยและไม่ เห็นพอกๆกัน	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6	ฉันมั่นใจว่า ฉันสามารถทำงานหลาย ๆ งานที่ แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5
7	เมื่อเทียบกับคนอื่นแล้ว ฉันสามารถทำงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
8	ถึงแม้ว่าสิ่งต่าง ๆ จะไม่ราบรื่นและเต็มไปด้วย อุปสรรค ฉันยังสามารถทำงานออกมาได้ดี	1	2	3	4	5

#### มาตรวัดการมองโลกในแง่ดี

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วยและไม่ เห็นพอกๆกัน	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	เวลาที่ฉันไม่แน่ใจว่าสิ่งต่าง ๆ จะเป็นอย่างไร ฉันมักคาดหวังในผลลัพธ์ที่ดีที่สุด	0	1	2	3	4
2	ฉันนึกถึงอนาคตของตัวเองในแง่บวกเสมอ	0	1	2	3	4
3	โดยรวมแล้ว ฉันคาดหวังว่า จะมีสิ่งดี ๆ เกิด ขึ้นกับฉันมากกว่าสิ่งที่ไม่ดี	0	1	2	3	4

#### มาตรวัดบรรยากาศขององค์การแบบการให้บริการ

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น						
		ควร ปรับปรุง อย่างยิ่ง	ควรปรับ ปรุง	ค่อนข้าง ควร ปรับปรุง	ปาน กลาง	ดี	ดี มาก	ยอด เยี่ยม
1	พนักงานในสาขา/ร้านของคุณมีความรู้ และทักษะในการให้บริการมากนัก เพียงใด	1	2	3	4	5	6	7

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น						
		ควร ปรับปรุง อย่างยิ่ง	ควรปรับ ปรุง	ค่อนข้าง ควร ปรับปรุง	ปาน กลาง	ดี	ดี มาก	ยอด เยี่ยม
2	สาขา/ร้านของคุณมีความพยายามที่จะ ประเมินและติดตามคุณภาพของการ ให้บริการอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
3	พนักงานในสาขา/ร้านของคุณได้รับการ ยอมรับ รางวัล และผลตอบแทนจากการ ให้บริการที่ดีอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
4	ภาพรวมของการให้บริการของสาขา/ร้าน ของคุณมีคุณภาพอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
5	ผู้บริหารและ / หรือหัวหน้าของคุณ สนับสนุนการเพิ่มคุณภาพของการ ให้บริการอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
6	การสื่อสารจากสาขา/ร้านไปสู่พนักงานมี ประสิทธิภาพอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
7	การสื่อสารจากสาขา/ร้านไปสู่กลุ่มลูกค้ามี ประสิทธิภาพอย่างน้อยเพียงใด	1	2	3	4	5	6	7
8	สาขา/ร้านของคุณจัดเตรียมอุปกรณ์และ เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้พนักงานอย่างน้อย เพียงใด เพื่อให้การให้บริการมี ประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	6	7