

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของ
พนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ
สภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ณิชาชัย เป็นเอกชนะศักดิ์¹ และ วิทสินี บวรอัศวกุล²

^{1,2}คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีเมล ¹Missnitcharee.p@gmail.com

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 18 กรกฎาคม 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 04 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงานคนพิการของบริษัท Vulcan Coalition จำนวน 267 คน ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในมิติของการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการใน 2 มิติ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานและผลการปฏิบัติงานตามบริบท กล่าวคือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการในองค์กร Vulcan Coalition นั้นมีอิทธิพลมาจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานคนพิการ ผ่านตัวแปรส่งผ่านการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน โดยพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ซึ่งหากมีการรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะช่วยให้ปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการที่มากขึ้น อีกนัยหนึ่งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการจะมากขึ้นเมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน องค์กรควรมีการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมากขึ้น เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีมากขึ้น อีกทั้งการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีต่อพนักงานคนพิการ

คำสำคัญ: การรับรู้แบรนด์นายจ้าง ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน คนพิการ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม

Relationship between Employer Branding and Performance of Employees with Disabilities: The Mediating Role of Perceived Person-Environment Fit

Nitcharee Peneakchanasak¹ and Witsinee Bovornusvakool²

^{1,2}Faculty of Psychology, Chulalongkorn University

E-mail: ¹Missnitcharee.p@gmail.com

Received: July 18,2022

Revised: September 23,2022

Accepted: October 04,2022

Abstract

The purpose of this research was to explore the mediating role of perceived person-environment fit in the relationship between employer branding and performance of employees with disabilities. Data were collected by an online survey from 267 employees with disabilities of Vulcan Coalition company, Bangkok Thailand. The results showed that the perceived person-environment fit in the dimension of perceived person-job fit has an influence on employer branding and the performance of employees work in two dimensions: Task performance and Contextual performance. The performance of employees with disabilities in the Vulcan Coalition are influenced by employer branding perceptions of people with disabilities through the transmission variables perceived between the person and the job. Employees with disabilities who have perceived of employer branding will affect their performance of them. If there are a perception of consistency between the person and the job, it will help to perform the work according to the potential and ability affecting the performance of employees with disabilities more. In other words, the correlation between employer branding and the performance of employees with disabilities are increased when they have perceived between the person and the job. Organizations should promote and create increased perception between the person and the job to make the performance of employees with disabilities more efficient and effective. In addition, to create good employer brand awareness for employees with disabilities.

Keywords: Employer Branding, Employee Performance, Persons with Disabilities, Perceived Person-Environment Fit

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ความแตกต่างของบุคคลในที่ทำงานเป็นสิ่งที่หลายองค์กรเริ่มให้ความสำคัญและเห็นคุณค่ามากขึ้น หนึ่งในนั้นเป็นประชากรคนพิการในประเทศไทย โดยคนพิการถือเป็นบุคคลที่มีข้อจำกัดในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม โดยหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญต่อคุณภาพชีวิตคนพิการ คือ ได้รับโอกาสในการถูกจ้างงาน ซึ่งได้มีองค์กร Vulcan Coalition ที่ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการจ้างงานคนพิการ ได้จ้างงานคนพิการทำงานในตำแหน่ง AI Trainer สร้างฐานข้อมูลจำนวนมากเพื่อการสร้างเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยคนพิการได้ใช้ทักษะและความสามารถที่มีในการทำงานได้เต็มที่ เนื่องจากทางองค์กร Vulcan Coalition ได้มีเครื่องมือหรือวิธีการในการทำงานที่ช่วยเหลือด้านการงานให้กับคนพิการตรงตามสภาพความพิการของบุคคลคนนั้น ซึ่งการจ้างงานขององค์กร Vulcan Coalition สามารถตอบสนองตรงตามนโยบายของทางภาครัฐที่ได้มีการสนับสนุนให้องค์กรต่าง ๆ มีการเปิดตำแหน่งรองรับกลุ่มแรงงานคนพิการ

แต่อย่างไรก็ตามเรื่องการจ้างงานและการสนับสนุนจากทางภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมคุณภาพชีวิตพิการยังมีข้อจำกัด เนื่องจากหลายองค์กรที่ได้เปิดตำแหน่งรองรับกลุ่มแรงงานคนพิการ มีลักษณะการทำงานที่ไม่สอดคล้องกับคนพิการ ทำให้คนพิการจำนวนมากขาดโอกาสในการได้รับการจ้างงาน หรือได้รับการจ้างงานก็ไม่สามารถทำงานนั้นได้นาน เนื่องจากมีความไม่สอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานหรือองค์กรกับบุคคล เป็นต้น ทำให้มีจำนวนคนพิการไม่น้อยที่ได้เข้าทำงานกับหลายองค์กร แต่ได้ตัดสินใจลาออกหรือโดนเลิกจ้างงานและกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานในภายหลัง ด้วยสาเหตุหลายปัจจัย หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การขาดความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์นายจ้าง ทำให้พนักงานไม่เห็นคุณค่าการเป็นสมาชิกคนหนึ่งองค์กร ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่ขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Roongremsuke, 2010) จึงทำให้หลายองค์กรยังไม่มีคนพิการเข้าทำงาน และก็ยังมีคนพิการจำนวนมากที่ยังว่างงานและรอโอกาสในการเข้ารับการถูกจ้างงานที่สอดคล้องกับตนเอง

ดังนั้น งานวิจัยนี้มีความต้องการที่จะศึกษาการรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานคนพิการ รวมไปถึงการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ในกลุ่มพนักงานคนพิการในองค์กร Vulcan Coalition ที่ได้เน้นเรื่องความหลากหลายและเปิดรับคนพิการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งหากองค์กรอื่น ๆ เข้าใจในความสัมพันธ์นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, ระหว่างบุคคลกับองค์กร, ระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และ ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เป็นตัวแปรส่งผ่านในกลุ่มพนักงานคนพิการของบริษัท Vulcan Coalition โดยสมมติฐานของงานวิจัยนี้ คือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ทั้ง 3 มิติ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทั้ง 4 มิติเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งศึกษาในกลุ่มพนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan Coalition ประกอบไปด้วย 7 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ทางการเห็น, ประเภทที่ 2 ทางการได้ยินและสื่อความหมาย, ประเภทที่ 3 ทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย, ประเภทที่ 4 ทางจิตใจหรือพฤติกรรม, ประเภทที่ 5 ทางสติปัญญา, ประเภทที่ 6 ทางการเรียนรู้และประเภทที่ 7 ทางอหิสติก ซึ่งได้ปฏิบัติงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป

นิยามคำศัพท์

1. การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer Branding: EB) หมายถึง เป็นการรับรู้รูปแบบลักษณะและคุณภาพในการจ้างงานในองค์กร ที่ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานและอยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไปนาน ๆ

2. การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived Person Environment Fit) หมายถึง การรับรู้ความพอดีหรือเหมาะสมของแต่ละบุคคลกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจับคู่ระหว่างมิติของบุคคลและสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกัน ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived Person-Job Fit : PJfit) หมายถึง คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานตามที่บุคคลต้องการ โดยรับรู้ว่างานมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ศักยภาพตามที่ตนเองคาดหวังไว้, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived Person-Organization Fit : POfit) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับองค์กร ทั้งในด้านบุคลิกลักษณะ ค่านิยม วัฒนธรรม และเป้าหมายขององค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived Person-Group Fit : PGfit) หมายถึง การที่บุคคลนั้นสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงพฤติกรรมกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานได้อย่างเหมาะสม มุ่งเน้นเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ของบุคคลกับกลุ่มที่ได้ร่วมงานด้วย โดยเป็นความสอดคล้องเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับกลุ่มคนที่ทำงานและการรับรู้ระหว่าง

บุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived Person-Supervisor Fit : PSfit) หมายถึง การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา โดยศึกษาในด้านความสอดคล้องหรือคล้ายคลึงของค่านิยมระหว่างผู้นำและผู้ตาม

3. ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee Performance) หมายถึง การที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ได้ตามที่ตนเองและองค์กรคาดหวังไว้ภายใต้ข้อจำกัดที่ทางองค์กรมี อาทิ เวลา ทรัพยากรอื่น ๆ รวมไปถึงข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย เป็นต้น อีกทั้งไม่มีพฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า ซึ่งการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานจะมีรูปแบบตามเป้าหมายหรือมาตรฐานตามที่องค์กรนั้น ๆ ตั้งไว้ใน การประเมินผลงานของบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task Performance : TP) หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานในองค์กร ตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีพฤติกรรมตามลักษณะงานที่ต้องทำ โดยพฤติกรรมที่แสดงออกจะมีผลลัพธ์ที่มากหรือน้อยจะถูกเชื่อมโยงกับสิ่งที่องค์กรมอบให้, ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual Performance : CP) หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่ได้มาจากงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง แต่เป็นพฤติกรรมตามบริบท สภาพแวดล้อม โดยจะมีพฤติกรรมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานตระหนัก รับรู้ และแสดงออกพฤติกรรม การกระทำตามความรู้สึก นึกคิด และพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive Work Behavior: CWB) หมายถึง พฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า เป็นพฤติกรรมที่ปฏิบัติโดยบุคลากร โดยมีเจตนาทำความเสียหายและเป็นภัยต่อองค์กรหรือสมาชิกในองค์กร

4. พนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan Coalition หมายถึง บุคคลที่มีความพิการและปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท Vulcan Coalition ที่มีประสบการณ์ทำงาน อย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรต้น คือ การรับรู้แบรนด์นายจ้าง และตัวแปรตาม คือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยได้มีการแบ่งวิเคราะห์ตัวแปรตามตามลักษณะผลการปฏิบัติงานออกเป็น 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ผลการปฏิบัติงานตามบริบท และพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน โดยผ่านความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมด้วยการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation Analysis) แยกออกเป็น 4 ตัวแปร ลักษณะการรับรู้ความสอดคล้องนี้ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และการรับรู้สอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan Coalition จำนวนทั้งสิ้น 267 คน โดยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 157 คน (ร้อยละ 58.80) รองลงมา เป็นเพศหญิง 107 คน (ร้อยละ 40.10) และเพศอื่น ๆ 3 คน (ร้อยละ 1.10) กลุ่มตัวอย่างมีประเภทความพิการประเภทที่ 1 ทางการเห็นมากที่สุด มากถึง 131 คน (ร้อยละ 49.10) รองลงมาเป็นประเภทที่ 3 ทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย จำนวน 127 คน (ร้อยละ 47.60) และประเภทอื่น ๆ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 3.20) นอกจากนี้สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับอายุและประสบการณ์การทำงานของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 35.12 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.80 ซึ่งอยู่ระหว่างอายุ 19 ปี ถึง 69 ปี ส่วนประสบการณ์การทำงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ยเท่ากับ 1.26 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .65 โดยมีระยะเวลามากที่สุดเท่ากับ 6 ปี และน้อยที่สุด เท่ากับ 1 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ เกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ประเภทความพิการ เป็นต้น

2. มาตรการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง ของ Tanwar and Prasad (2017) ที่ได้พัฒนาแบบวัดการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง จำนวน 23 ข้อ ($\alpha=.90$) โดยเป็นมาตรประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4 หมายถึง เห็นด้วย; 3 หมายถึง ปานกลาง; 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. มาตรวัด The Perceived Person-Environment Fit Scale (PPEFS) ของ Chuang et al. (2016) ซึ่งประกอบไปด้วย 26 ข้อคำถาม สามารถวัดแยกได้ 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จำนวน 4 ข้อ ($\alpha=.88$), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร จำนวน 7 ข้อ ($\alpha=.90$), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม จำนวน 10 ข้อ ($\alpha=.93$), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา จำนวน 5 ข้อ ($\alpha=.93$) โดยเป็นมาตรประมาณค่าแบบ Likert Scale 7 ระดับ ได้แก่ 7 หมายถึง รู้สึกเช่นนี้ทุกวัน; 6 หมายถึง รู้สึกบ่อยมาก; 5 หมายถึง รู้สึกบ่อย; 4 หมายถึง รู้สึกค่อนข้างบ่อย; 3 หมายถึง รู้สึกแต่ไม่บ่อย; 2 หมายถึง รู้สึกบ้างนาน ๆ ครั้ง และ 1 หมายถึง ไม่เคยรู้สึกเช่นนี้เลย

4. มาตรวัด The Individual Work Performance Questionnaire (IWQP) ของ Koopmans et al. (2011) โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น 3 ด้าน โดยมีข้อคำถามทั้งหมดรวม 18 ข้อ จากผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน จำนวน 5 ข้อ ($\alpha=.84$) กับ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท จำนวน 8 ข้อ ($\alpha=.80$) และพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน จำนวน 5 ข้อ ($\alpha=.66$) โดยเป็นมาตรประมาณค่าแบบ

Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ 4 หมายถึง เสมอ; 3 หมายถึง บ่อยครั้ง; 2 หมายถึง บางครั้ง; 1 หมายถึง นาน ๆ ครั้ง และ 0 หมายถึง ไม่เคยเลย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ ในช่วงเดือนมิถุนายน 2565 และได้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสอบถามก่อนนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1.สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
- 2.สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.การวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Process เลือกรูปแบบความสัมพันธ์ที่ 4 (Model 4)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นในการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางสรุปการวิเคราะห์สถิติเบื้องต้นของตัวแปรในการวิจัย (N=267)

Variable	M	SD	MIN	MAX	SK	SU
1.EB	3.78	.49	2.35	5	-.16	-.20
2.PJfit	4.63	1.49	1	7	-.37	-.63
3.POfit	4.79	1.37	1	7	-.57	-.34
4.PGfit	4.06	1.50	1	7	.05	-.87
5.PSfit	4.06	1.80	1	7	.00	-1.11
6.TP	3.47	.60	1	4	-1.38	1.85
7.CP	3.07	.64	.38	4	-.85	.89
8.CWB	.59	.53	.00	2.40	1.17	1.03

หมายเหตุ: EB คือ การรับรู้แบรนด์นายจ้าง; PJfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน; POfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร; PGfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม; PSfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา; TP คือ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน; CP คือ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท; CWB คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน; Skewness (SK) คือ ค่าความเบ้; Kurtosis (SU) คือ ค่าความโด่ง

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย (N=267)

Variable	EB	PJfit	POfit	PGfit	PSfit	TP	CP	CWB
EB	-							
PJfit	.51**	-						
POfit	.58**	.75**	-					
PGfit	.42**	.56**	.74**	-				
PSfit	.43**	.54**	.70**	.74**	-			
TP	.38**	.40**	.40**	.36**	.34**	-		
CP	.37**	.43**	.46**	.39**	.38**	.64**	-	
CWB	-.18**	-.09	-.11	-.02	-.20	-.28**	-.19**	-

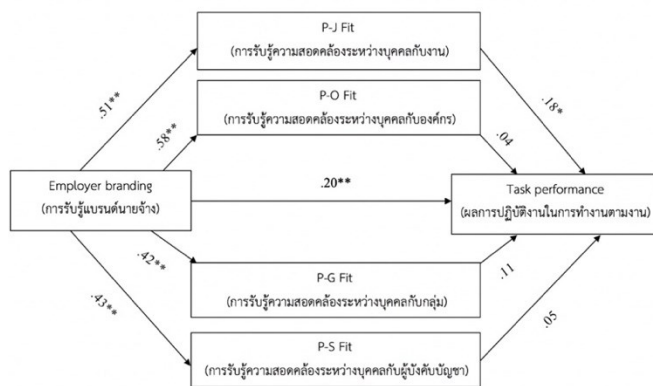
หมายเหตุ: EB คือ การรับรู้แบรนด์นายจ้าง; PJfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน; POfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร; PGfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม; PSfit คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา; TP คือ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน; CP คือ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท; CWB คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

* $p < .05$, ** $p < 0.1$, สองหาง

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัยนี้มีค่าเท่ากับ -.28 ถึง .75 ซึ่งไม่มีตัวแปรคู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์มากกว่า .80 จึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis) โดยใช้โปรแกรม SPSS Process ตามแนวคิดของ Hayes (2013)

ผลการทดสอบสมมติฐาน



ภาพที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานกรอบแนวคิดการวิจัยที่ 1

ตารางที่ 3 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างต่อ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

Dependent variable									
Independent variable		PJfit		TP		PGfit		TP	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	<i>b</i>	.51**	.20**	.09*	.38**	.42**	.20**	.05	.38**
EB	<i>se</i>	(.16)	(.08)	(.04)	(.07)	(.17)	(.08)	(.04)	(.07)
EB	<i>R</i> ²	.26		.22		.17		.22	
Independent variable		POfit		TP		PSfit		TP	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	<i>b</i>	.58**	.20**	.02	.38**	.43**	.20**	.20	.38**
EB	<i>se</i>	(.14)	(.08)	(.07)	(.07)	(.20)	(.08)	(.03)	(.07)
EB	<i>R</i> ²	.33		.22		.19		.22	

**p* < .05, ** *p* < 0.1, สองทาง

สมมติฐานในการวิจัย 1

สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคล

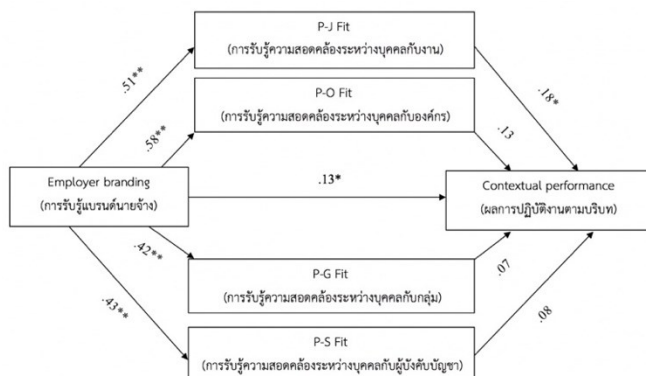
กับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ .05 และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .007 กับ .138 โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ ($b = .09, p < .05$) กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานจะมากขึ้น ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.1

สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .02, p = .71$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1.2

สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .05, p = .24$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1.3

สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .20, p = .59$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1.4

สมมติฐานที่ 1.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ค่าอิทธิพลทางตรง พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($b = .20, p < 0.1$) และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .075 กับ .399 กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานมากขึ้น ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.5



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานกรอบแนวคิดการวิจัยที่ 2

ตารางที่ 4 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างต่อ ผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ ผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

Dependent variable									
Independent variable		PJfit		CP		PGfit		CP	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	b	.51**	.13*	.09*	.37**	.42**	.13*	.03	.37**
EB	se	(.16)	(.09)	(.05)	(.08)	(.17)	(.09)	(.03)	(.08)
EB	R ²	.26		.25		.17		.25	
Independent variable		POfit		CP		PSfit		CP	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	b	.58**	.13*	.08	.37**	.43**	.13*	.04	.37**
EB	se	(.14)	(.09)	(.07)	(.08)	(.20)	(.09)	(.04)	(.08)
EB	R ²	.33		.25		.19		.25	

- * $p < .05$, ** $p < 0.1$, สองหาง

สมมติฐานในการวิจัย 2

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปร

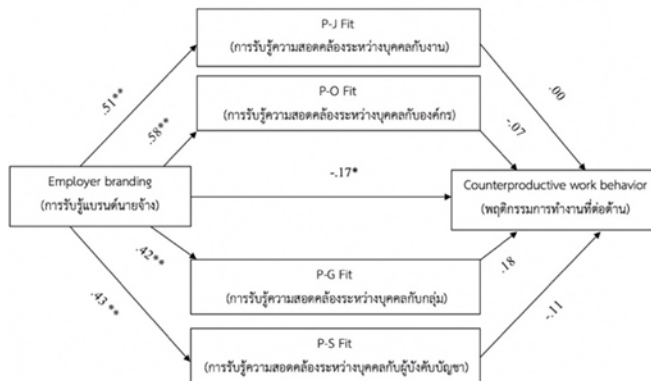
ส่งผ่าน โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ .05 และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .003 กับ .189 โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ ($b = .09, p < .05$) กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบทจะมากขึ้น ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.1

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .08, p = .22$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2.2

สมมติฐานที่ 2.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .03, p = .48$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2.3

สมมติฐานที่ 2.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .04, p = .33$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2.4

สมมติฐานที่ 2.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท ค่าอิทธิพลทางตรง พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($b = .13, p < .05$) และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .005 กับ .348 กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทมากขึ้น ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.5



ภาพที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานกรอบแนวคิดการวิจัยที่ 3

ตารางที่ 5 ค่าสถิติวิเคราะห์หือทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

		Dependent variable							
Independent variable		PJfit		CWB		PGfit		CWB	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	b	.51**	-.17*	.00	-.18	.42**	-.17*	.08	-.18
EB	se	(.16)	(.08)	(.04)	(.07)	(.17)	(.08)	(.05)	(.07)
EB	R ²	.26		.04		.17		.04	
Independent variable		POfit		CWB		PSfit		CWB	
		DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE
EB	b	.58**	-.17*	-.04	-.18	.43**	-.17*	-.05	-.18
EB	se	(.14)	(.08)	(-.06)	(.07)	(.20)	(.08)	(.04)	(.07)
EB	R ²	.33		.04		.19		.04	

* $p < .05$, ** $p < 0.1$, สองหาง

สมมติฐานในการวิจัย 3

สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .00$, $p = .99$) กล่าวคือ ไม่ว่า

พนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานหรือไม่ ก็ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1

สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = -.04, p = .56$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2

สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = .08, p = .07$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.3

สมมติฐานที่ 3.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($b = -.05, p = .27$) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.4

สมมติฐานที่ 3.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ค่าอิทธิพลทางตรงพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($b = -.17, p < .05$) และมีช่วงความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง $-.345$ กับ $-.023$ กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านน้อยลง ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.5

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ เพียง 2 มิติ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเฉพาะด้านของงานเป็นมิติเดียวที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน กล่าวคือ พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ในมิติของผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ซึ่งทำตามในสิ่งที่ได้รับมอบหมาย และผลการปฏิบัติงานตามบริบท ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมตามความรู้สึก นึกคิด หากพนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สูงจะส่งผลให้พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จและสามารถคิดสร้างสรรค์ผลงานอื่น ๆ ได้มากขึ้น เนื่องจากสามารถปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ (Werbel & Gilliland, 1999) ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีตามลำดับ

อีกทั้ง งานวิจัยนี้พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน, ผลการปฏิบัติงานตามบริบทและพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน โดยการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานและผลการปฏิบัติงานตามบริบท อีกทั้งการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mayer et al. (1995) ที่ได้กล่าวว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างแรงจูงใจที่ดีของพนักงานภายในองค์กร ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กรตามมา ซึ่งแรงจูงใจของพนักงานมีผลต่อความสามารถในการทำงานและความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนพิการทางการมองเห็นมากที่สุด รองลงมาเป็นคนพิการทางการเคลื่อนไหว โดยพบว่าข้อจำกัดทางด้านร่างกายของแต่ละประเภทความพิการจะมีผลต่อผลการปฏิบัติงาน จากผลการวิจัย พบว่า คนพิการทั้ง 2 ประเภทจะสามารถมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานที่ดี ในตำแหน่งงาน AI Trainer ที่มีลักษณะการทำงานคนเดียวและความยืดหยุ่นในการทำงาน

ดังนั้น จากผลการวิจัย องค์กรที่มีคนพิการทางการมองเห็นหรือทางการเคลื่อนไหว ควรมีการสนับสนุนพนักงานโดยการมุ่งเน้นงานมากกว่าคน ซึ่งมีลักษณะงานที่คนพิการทางการมองเห็นหรือทางการร่างกายสามารถทำงานได้ตรงกับศักยภาพ ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย เพื่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการที่ดีขึ้น เนื่องจากคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของคนพิการเพิ่มสูงขึ้น โดยอาจจะมีการพัฒนาด้านคนเป็นลำดับถัดไป ไม่ว่าจะเป็นการทำให้องค์กรมีลักษณะที่

คนพิการสามารถเข้าถึงได้ กลุ่มเพื่อนร่วมงานที่มีทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกับคนพิการ และผู้บังคับบัญชาที่เข้าใจคนพิการในการทำงานและสร้างผลการปฏิบัติงานตามที่องค์กรคาดหวังไว้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนพิการทางการมองเห็นและทางการเคลื่อนไหวเป็นหลัก ซึ่งตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้อาจจะเหมาะสมในการวิเคราะห์และอธิบายกับกลุ่มความพิการทั้ง 2 ประเภทนี้ แต่อาจจะไม่สามารถอธิบายในกลุ่มประเภทความพิการอื่น ๆ ที่เป็นคนกลุ่มน้อยได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาในกลุ่มประเภทความพิการอื่น ๆ เพิ่มเติม แต่กรณีองค์กรนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ อาจจะเน้นในกลุ่มคนพิการทางการมองเห็นและทางการเคลื่อนไหวเป็นหลัก

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan Coalition เท่านั้น ดังนั้นในอนาคตควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างพนักงานคนพิการในบริษัทอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายหรือแตกต่างประเภทธุรกิจ เพื่อขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างและสามารถนำไปใช้ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีองค์ประกอบของหลากหลายมิติ ซึ่งแต่ละองค์การอาจมีลักษณะแบรนด์นายจ้างในมิติที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจและลักษณะการทำงาน ดังนั้น ในการศึกษารoundต่อไปควรมีการศึกษาลักษณะแบรนด์นายจ้างแยกแต่ละมิติเชิงลึกเพิ่มเติม ที่ส่งผลกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการในมิติที่แตกต่างกัน เพื่อเห็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ว่ามีมิติใดบ้างที่เหมาะสมกับคนพิการและส่งต่อการปฏิบัติงานของคนพิการในแต่ละมิติแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- Chuang, A., Shen, C. T., & Judge, T. A. (2016). Development of a Multidimensional Instrument of Person–Environment Fit: The Perceived Person–Environment Fit Scale (PPEFS). *Applied psychology*, 65(1), 66-98.
- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Schaufeli, W. B., de Vet, H. C., & van der Beek, A. J. (2011). Conceptual frameworks of individual work performance: A systematic review. *Journal of occupational and environmental medicine*, 856-866.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.

- Roongrernsuke, S. (2010). Best HR practices in Thailand. Bangkok: Nation New Network.
- Tanwar, K., & Prasad, A. (2017). Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach. *Personnel Review*.
- Werbel, J. D., & Gilliland, S. W. (1999). Person–environment fit in the selection process. In G. R. Ferris (Ed.), *Research in human resources management*, 17, 209–243.