

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการ  
รับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาจิตวิทยา  
คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYER BRANDING AND PERFORMANCE OF EMPLOYEES  
WITH DISABILITIES: THE MEDIATING ROLE OF PERCEIVED PERSON-ENVIRONMENT FIT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Psychology  
FACULTY OF PSYCHOLOGY  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2021  
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

โดย

น.ส.ณิชชารีย์ เป็นเอกชนะศักดิ์

สาขาวิชา

จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ดร.วิทลีนี บวรอัสวกุล

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

----- คณบดีคณะจิตวิทยา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุดา เต๋อพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

----- ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิมพ์พา จรัสรัตนกุล)

----- อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ดร.วิทลีนี บวรอัสวกุล)

----- กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.มานีกา วิเศษสาร)

ณัชชาวิชัย เป็นเอกชนะศักดิ์ : ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน. ( RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYER BRANDING AND PERFORMANCE OF EMPLOYEES WITH DISABILITIES: THE MEDIATING ROLE OF PERCEIVED PERSON-ENVIRONMENT FIT) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ดร.วิทสินี บวรอัศวกุล

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงานคนพิการของบริษัท Vulcan coalition จำนวน 267 คน ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในมิติของการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการใน 2 มิติ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน และผลการปฏิบัติงานตามบริบท กล่าวคือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการในองค์กร Vulcan coalition นั้นมีอิทธิพลมาจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานคนพิการ ผ่านตัวแปรส่งผ่านการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน โดยพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ซึ่งหากมีการรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องหรือความเหมาะสมระหว่างบุคคลกับงาน จะช่วยให้ปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการที่มากขึ้น อีกนัยหนึ่งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการจะมากขึ้นเมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน องค์กรควรมีการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมากขึ้น เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีมากขึ้น อีกทั้งการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีต่อพนักงานคนพิการ

สาขาวิชา จิตวิทยา  
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6370007038 : MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORD: Employer branding, Employee performance, Persons with disabilities,  
Perceived person-environment fit

Nitcharee Peneakchanasak : RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYER BRANDING  
AND PERFORMANCE OF EMPLOYEES WITH DISABILITIES: THE MEDIATING  
ROLE OF PERCEIVED PERSON-ENVIRONMENT FIT. Advisor: WITSINEE  
BOVORNUSVAKOOL, Ph.D.

This research study aimed to explore the mediating role of perceived person-environment fit in the relationship between employer branding and the 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 influences employer branding and performance of employees' work in two dimensions: Task performance and Contextual performance. The performance of employees with disabilities in the Vulcan coalition is influenced by employer branding perceptions of them. Through the transmission variables, the perception of coherence between the person and the task. If they have employer branding, they will affect their performance if there is a perception of the consistency between the person and the job. It will help to work according to their potential and ability affecting their performance. In other words, the correlation between employer branding and the performance of employees with disabilities is more significant when they perceive the correlation between the person and the job. Organizations should promote and create a more excellent perception of coherence between the person and the task. To make the performance of employees with disabilities more efficient and effective.

Field of Study: Psychology

Student's Signature .....

Academic Year: 2021

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร.วิทสินี บวรอัสวกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำที่ดี พร้อมข้อเสนอแนะถึงจุดบกพร่อง เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ประพิมพา จรัลรัตนกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์.ดร.มานิกา วิเศษสาธิต กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่กรุณาสละเวลาให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำ พร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ได้มอบความรู้อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการต่อยอดองค์ความรู้แก่ผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้การดูแลและช่วยเหลือ ในเรื่องของการประสานงานเป็นอย่างดี จนสามารถประสบความสำเร็จในงานวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณบริษัท Vulcan coalition ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อสามารถศึกษาวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อคนพิการในการพัฒนาด้านการจ้างงานของประเทศไทย

ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมรุ่น และรุ่นพี่คณะจิตวิทยาทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กันและกันตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ณิชากรีย์ เป็นเอกชนะศักดิ์

## สารบัญ

	หน้า
.....ค	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....ค	ค
.....ง	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ง	ง
กิตติกรรมประกาศ.....จ	จ
สารบัญ.....ฉ	ฉ
สารบัญตาราง.....1	1
บทที่ 1 บทนำ.....3	3
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....3	3
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....11	11
1.การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding).....11	11
2.การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment Fit).....19	19
3. ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance).....27	27
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....33	33
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....37	37
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....40	40
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....41	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....42	42
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด.....48	48
การเก็บข้อมูลและการพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....49	49

บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นในการวิจัย .....	53
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย .....	55
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis) โดยใช้โปรแกรม SPSS Process .....	57
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	60
บทที่ 4 อภิปรายผล .....	71
สมมติฐานในการวิจัย .....	71
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	93
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	93
สมมติฐานในการวิจัย .....	93
บรรณานุกรม .....	102
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	109
ภาคผนวก ข ผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน.....	121
ประวัติผู้เขียน .....	124





## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (N=267).....	52
ตารางที่ 2 แสดงอายุและประสบการณ์การทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (N=267).....	52
ตารางที่ 3 ตารางสรุปการวิเคราะห์สถิติเบื้องต้นของตัวแปรในการวิจัย (N=267).....	55
ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย (Correlations) (N=267).....	56
ตารางที่ 5 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	58
ตารางที่ 6 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	62
ตารางที่ 7 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	66
ตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	69



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ความหลากหลายและความแตกต่างของบุคคลในที่ทำงานเป็นสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญและเห็นคุณค่ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายทางเพศ ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมไปถึงความหลากหลายทางด้านสภาพร่างกาย นั่นคือประชากรคนพิการในประเทศไทย โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ให้ความหมายของคำว่า คนพิการ หมายถึง บุคคลที่มีความบกพร่องส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเป็นผลให้บุคคลท่านนั้นไม่สามารถแสดงบทบาทหรือกระทำกิจกรรมบางประการให้สอดคล้องตามช่วงอายุ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทั่วไปได้ตามปกติอย่างบุคคลทั่วไปได้ จึงมีความจำเป็นพิเศษที่จะต้องได้รับการช่วยเหลือด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสกลุ่มหนึ่งในสังคมของประเทศไทย โดยคนพิการเป็นบุคคลที่มีข้อจำกัดในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน อันเนื่องมาจากมีความบกพร่องทางด้านสภาพร่างกาย อาทิเช่น การมองเห็น การได้ยิน เป็นต้น ด้วยอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ทำให้มีความจำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือจากบุคคลอื่น เพื่อให้สามารถปฏิบัติกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้ตามปกติ (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2546)

โดยหนึ่งในกิจกรรมด้านต่าง ๆ คือ การทำงาน ที่อยู่ในรูปแบบของการจ้างงาน การจ้างงานบุคคลที่มีความพิการ เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคนพิการ อีกทั้งยังทำให้องค์กรเติบโตมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากทัศนคติของพนักงานที่เปิดกว้างมากขึ้นและเรียนรู้ความหลากหลายในความสามารถของเพื่อนร่วมงาน รวมไปถึงผลประโยชน์ของการจ้างงานคนพิการที่ดีขึ้นจากการจ้างงานคนพิการให้เข้ามาทำงานในองค์กร ในส่วนของสถานประกอบการที่มีการจ้างงานคนพิการเข้ามาทำงาน สถานประกอบการจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต้องจ่ายให้แก่รัฐบาลและสามารถนำค่าจ้างคนพิการมาหักเป็นรายจ่ายเพิ่มได้ถึง 2 เท่าของที่จ่ายค่าจ้างคนพิการ กรณีตัวอย่าง สถานประกอบการจ่ายค่าจ้างคนพิการตามจริงคือ 120,000 บาท สามารถถือเป็นรายจ่ายได้ถึง 240,000 บาท ซึ่งเป็นประโยชน์ทางภาษีที่สถานประกอบการจะได้รับประโยชน์ เปรียบเสมือนรัฐได้ช่วยจ่ายค่าจ้างคนพิการให้กับสถานประกอบการและจากประโยชน์ของการจ้างงานคนพิการ ทำให้คนพิการเป็นกลุ่มสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งในตลาดแรงงานของประเทศไทย โดยได้มีบริษัทชั้นนำและบริษัทใหม่ ๆ ได้ให้ความสำคัญกับการจ้างงานกลุ่มคนพิการ อาทิเช่น องค์กร Vulcan coalition เป็นองค์กร เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยคนพิการ ซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งที่เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการจ้างงานคนพิการ ไม่เพียงแต่ประโยชน์ที่ทางสถานประกอบการจะได้รับ คนพิการก็จะได้รับประโยชน์ด้านโอกาสในการประกอบอาชีพ นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจุบันองค์กร Vulcan coalition ได้มีคน

พิการเข้าทำงานในองค์กรมากกว่า 500 คน จากพนักงานทั้งหมดขององค์กรในปัจจุบันที่มีจำนวน 600 คน ซึ่งตัวอย่างงานที่ทางองค์กร Vulcan coalition ได้ทำ เช่น แอปพลิเคชันบ้านรู้ใจของ SC Asset ที่ให้ทางองค์กร Vulcan coalition เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของแอปพลิเคชันนี้ นั่นคือ ระบบส่งการบ้านด้วยเสียง หากเข้าไปในโครงการบ้านจัดสรรจะสามารถปิดและเปิดแอร์ ไฟหรือผ้ามา น ได้ผ่านระบบ AI โดยใช้ศักยภาพคนพิการในการทำข้อมูลเป็น AI model ไปให้กับบริษัท SC Asset จึงได้ระบบส่งการด้วยเสียงที่มีศักยภาพ ประกอบไปด้วยฐานข้อมูลที่เกิดจากการทำงานของคนพิการในองค์กร Vulcan coalition จำนวนมาก ส่งผลให้ระบบ AI ไม่ค่อยเกิดความผิดพลาด เมื่อถูกสั่งการด้วยเสียงจากผู้ใช้งานที่แตกต่างกัน ปัจจุบันจึงมีองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการสร้างเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้ร่วมงานกับทางองค์กร Vulcan coalition จำนวนมาก โดยทางองค์กร Vulcan coalition ได้รับสมัครคนพิการทุกประเภทที่มีบัตรประจำตัวประชาชนคนพิการและมีความสามารถในการทำงานได้ตามที่องค์กรคาดหวังไว้ ในตำแหน่ง AI trainer ซึ่งแต่ละประเภทความพิการสามารถใช้วิธีการในการทำงานที่แตกต่างกัน แต่สามารถทำงานออกมาได้ตามที่องค์กรคาดหวังไว้ เช่น คนพิการทางด้านสายตามิทักษะการฟังที่ดีสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานสร้างฐานข้อมูลจำนวนมาก ผ่านการฟังและพิมพ์ข้อมูลตามคำบอก คนพิการทางการเคลื่อนไหวมีทักษะสายตาและการวิเคราะห์ที่ดีสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการจับคู่รูปภาพ เพื่อสร้างฐานข้อมูลให้ AI คนพิการทางการได้ยิน สามารถมองเห็นในระยะกว้าง และมองรายละเอียดได้ดีกว่าคนทั่วไป จึงสามารถจับคำกับประโยคแล้วรวบรวมเป็นข้อมูลให้ AI ได้ นอกจากนี้คนพิการทางด้านออดิโอสติก มีสามารถจับแพตเทิร์นได้ดี มีสมาธิจดจ่อกับสิ่งที่สนใจ จึงสามารถใช้ทักษะพิเศษเหล่านั้นในการทำงานส่วนนี้ได้เช่นกัน

ดังนั้น คนพิการทุกประเภทสามารถใช้ทักษะและความสามารถที่ตนเองสามารถทำได้ ทำงานในตำแหน่ง AI trainer เนื่องจากทางองค์กร Vulcan coalition ได้มีเครื่องมือหรือวิธีการในการทำงานที่ช่วยเหลือด้านการงานให้กับคนพิการตรงตามสภาพความพิการของบุคคลคนนั้น โดยทางองค์กรได้มีการทดสอบทักษะและฝึกอบรมเพิ่มเติมก่อนเข้าทำงานจริง อีกทั้งผู้สมัครที่ไม่ผ่านการคัดเลือก ทางองค์กรได้ให้คำแนะนำและพัฒนาทักษะเพิ่มเติม เพื่อโอกาสในการได้รับการตอบรับการจ้างงานในอนาคต อัตราการตัดสินใจลาออกของพนักงานที่ในองค์กรจึงค่อนข้างต่ำและมีเปอร์เซ็นต์ต่ออัตราการจ้างงานเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เป็นหนึ่งในหลายองค์กรของประเทศไทยที่ได้มีการรองรับกลุ่มแรงงานคนพิการซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ

เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันการทำงานของคนพิการในประเทศไทย พบว่า คนพิการส่วนใหญ่ได้มีการประกอบอาชีพในตำแหน่งด้านธุรการ จัดทำข้อมูล เรียบเรียงเอกสาร พนักงานทำความสะอาด ส่งผลให้ตำแหน่งงานค่อนข้างมีความจำกัด เมื่อคนพิการที่มีความพิการบางประเภท ส่งผลให้ไม่สามารถทำงานดังกล่าวได้ จึงเป็นการขาดโอกาสในการได้รับการจ้างงาน นอกจากนี้คนพิการที่มีความพิการที่ยังสามารถทำงานดังกล่าว ก็เป็นการทำงานที่ไม่ตรงกับความสามารถหรือการศึกษาตามวุฒิที่มี คนพิการในประเทศไทยมักจะถูกจ้างงานที่มีค่าจ้างตามค่าแรงขั้นต่ำ เป็นรายวันหรือรายสัปดาห์

โดยส่วนใหญ่เรื่องการจ้างงานคนพิการ นายจ้างมักจะพิจารณาเพียงลักษณะงานที่เหมาะสมกับลักษณะความพิการเป็นหลัก ทำให้เป็นข้อจำกัดในเรื่องการจ้างงานและการสนับสนุนจากทางภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมคุณภาพชีวิตพิการ (ปิยะรัตน์ เทียงปา, 2562)

โดยจากข้อมูลคนพิการวัยแรงงานในประเทศไทย (อายุ 15-60 ปี) มีจำนวน 819,550 คน ประกอบด้วย คนพิการในวัยทำงานที่สามารถประกอบอาชีพได้ แต่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ 40.31% หรือ 330,339 คน คนพิการในวัยทำงานที่ประกอบอาชีพและได้ประกอบอาชีพ 33.18% หรือ 271,916 คน (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2564) จากการศึกษาข้อมูลด้านจำนวนประชากรคนพิการในประเทศไทยทุกประเภทที่ได้ขึ้นทะเบียนตามระบบ จำนวนมากกว่า 2 ล้านคน และมีจำนวนเพิ่มขึ้นปีละ 1.3 แสนคน (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2564) ด้วยจำนวนคนพิการที่มีจำนวนมากในปัจจุบัน รวมไปถึงคนพิการที่จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นในอนาคต จากสาเหตุของโรคทางพันธุกรรมหรืออุบัติเหตุ เป็นต้น ภาครัฐจึงได้ออกกฎหมายผลักดันในส่วนนี้ ซึ่งตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (2550) เป็นกฎหมายที่มีการบัญญัติถึงสิทธิต่าง ๆ ของคนพิการ เพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการมีงานทำของคนพิการ (สำนักงานส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนพิการเพื่อส่งเสริม, 2552) และจากกฎกระทรวง เรื่องการจ้างงานคนพิการ พ.ศ.2537 กฎหมายมาตรา 33 เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการ และหน่วยงานของรัฐรับคนพิการเข้าทำงานตามลักษณะของงานในอัตราส่วนที่เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการหรือหน่วยงานของรัฐ โดยได้ให้สิทธิประโยชน์สำหรับสถานประกอบการที่มีการจ้างงานคนพิการในรูปแบบประโยชน์ทางภาษี ทำให้จำนวนคนพิการที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานในองค์กรของประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นตามนโยบายของทางภาครัฐ ที่ได้ส่งเสริมเรื่องการจ้างงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการในประเทศไทย

ด้วยการจ้างงานที่ทางภาครัฐได้ผลักดัน ทำให้มีจำนวนคนพิการจำนวนไม่น้อยที่ได้เข้าทำงานกับหลายองค์กร แต่ได้ตัดสินใจลาออกหรือโดนเลิกจ้างงานและกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานในภายหลังด้วยสาเหตุหลายปัจจัย หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การขาดความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ของนายจ้าง ทำให้พนักงานไม่เห็นคุณค่าการเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กร ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่ขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ของงานที่ไม่ประสบความสำเร็จ พนักงานไม่มีความพึงพอใจในการทำงานและองค์กร อีกทั้งประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานไม่เป็นไปตามที่องค์กรคาดหวัง (Roongremsuke, 2010) จึงนำมาสู่การตัดสินใจลาออกจากงานหรือการโดนปฏิเสธการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ยกตัวอย่าง ด้วยลักษณะของคนพิการมีความหลากหลาย คนพิการบางคนยังมีโรคประจำตัวหรือปัญหาทางสุขภาพจากความพิการที่เกิดขึ้น ทำให้คนพิการอาจจะต้องมีลาไปพบแพทย์กระทันหันหรือมีความจำเป็นในการหยุดงานชั่วคราว เพื่อรักษาตัว ซึ่งอาจจะกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน แต่หากองค์กรที่ให้ความสำคัญ ทำให้คนพิการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่เห็นคุณค่าและเข้าใจคนพิการอย่างแท้จริง มีรูปแบบหรือลักษณะขององค์กรที่ให้ความยืดหยุ่นในการทำงาน อาจจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของคนพิการ ทำให้คนพิการมีความพึงพอใจ

และมีความสุขในการทำงานมากขึ้น อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับข้อมูลของ Andrew Chamberlain (2020) ที่ได้อธิบายในบทความ Glassdoor's Job & Hiring Trends for 2020 ของ Economic research กล่าวว่า 84% ของพนักงานจะลาออกจากตำแหน่งปัจจุบัน เมื่อได้รับคัดเลือกให้เข้าไปทำงานกับบริษัทที่มีแบรนด์นายจ้างที่ให้คุณค่าและเข้าใจในลักษณะของบุคคลคนนั้นมากกว่า และอีก 69% จะปฏิเสธงานที่มีการบริหารจัดการแบรนด์นายจ้างได้ไม่ดี แม้ว่าจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ในปัจจุบันแบรนด์นายจ้างที่ดีเริ่มมีบทบาทความสำคัญมากยิ่งขึ้น ในหลากหลายองค์กรเริ่มตระหนักในส่วนนี้ด้วยอัตราการลาออกของพนักงานคนพิการสูงกว่าอัตราการลาออกของบุคคลทั่วไป และการสรรหาบุคลากรคนพิการที่มีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับตำแหน่งมีความยากกว่าการสรรหาบุคคลทั่วไปเข้ามาทำงาน กลยุทธ์การรับรู้เรื่องแบรนด์ของนายจ้าง จึงเป็นกลยุทธ์หลักส่วนหนึ่งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (CIPD, 2007) เนื่องจากการสรรหาบุคลากรใหม่ ๆ เข้ามาทำงานในองค์กรประกอบด้วยไปหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นความเหมาะสม ความรู้ ความสามารถที่สอดคล้องกับตำแหน่งงาน และด้วยคนพิการที่มีความรู้ความสามารถที่ตรงกับตำแหน่งงานที่เปิดตรงในขณะนั้นก็ยังมีไม่มาก อีกทั้งลักษณะหรือรูปแบบในการทำงาน อาทิเช่น ความยืดหยุ่นในการทำงาน เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเข้ามาสมัครในองค์กรสำหรับคนพิการ รวมไปถึงคนพิการที่จะถูกคัดเลือกเข้ามาทำงานในองค์กรด้วย (Bakhaus & Tikoo, 2004) แบรนด์นายจ้างจึงเป็นดั่งตัวที่ช่วยคัดสรรคนพิการที่รับรู้แบรนด์นายจ้าง ว่าตนมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่เปิดรับ และยังสามารถที่คาดว่าจะปฏิบัติงานได้หรือสร้างผลการปฏิบัติงานได้ตามที่ตนเองและองค์กรคาดหวัง แม้จะมีข้อจำกัดด้านความพิการ โดยแบรนด์นายจ้างที่มีการสร้างแบรนด์ที่มีสภาพแวดล้อมองค์กรที่ทำให้คนพิการสามารถเข้าถึงสภาพแวดล้อมในที่ทำงานได้อย่างดีและมีความสุข อาทิเช่น อุปกรณ์ในการทำงานที่เอื้อต่อสภาพความพิการ อาคารสถานที่ที่รองรับคนพิการ ห้องน้ำสำหรับคนพิการ รวมไปถึงสภาพแวดล้อมในองค์กรด้านอื่น ๆ ที่มียืดหยุ่นต่อการปฏิบัติงานต่อคนพิการ อาทิเช่น รูปแบบการทำงานที่เอื้อต่อคนพิการ เป็นต้น จะทำให้คนพิการรับรู้แบรนด์นายจ้างและดึงดูดคนพิการให้ทำงานในองค์กรนั้น ๆ ได้ เนื่องจากการทำงานของคนพิการ สภาพแวดล้อมหรือรูปแบบการทำงานในสถานที่ทำงานถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่คนพิการได้ให้ความสำคัญ (Slelton & Moore, 1999) เนื่องจากคนพิการสามารถประเมินได้ว่าตนเองจะสามารถทำงานและสร้างผลการปฏิบัติงานได้ตามที่องค์กรคาดหวังหรือไม่ ดังนั้นแบรนด์นายจ้างจึงเป็นตัวช่วยในการคัดสรรและสรรหาคนพิการเข้ามาสมัครได้ตรงกับที่องค์กรต้องการมากที่สุด และองค์กรได้คนพิการที่มีศักยภาพเข้ามาทำงานซึ่งสามารถทำงานได้ตามปกติไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานที่มีผลมาจากความพิการ ทำให้คนพิการสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงกับที่ตนเองต้องการและทางองค์กรคาดหวังไว้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปมาก อาทิเช่น ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านทัศนคติในการทำงาน ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงาน ทำให้เกิดการแข่งขันด้านตลาดแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน หลายองค์กรจึงได้หันมาสร้างแบรนด์ของตนให้ดีและเป็นที่ยอมรับ ทำให้คนอยากเข้ามาทำงานและอยากคงอยู่ในองค์กรนั้นต่อไป (Figurska

& Matuska, 2013) และในปัจจุบันแบรนด์นายจ้างของหลากหลายองค์กร ไม่เพียงแต่ดึงดูดบุคคลภายนอกให้เข้ามาร่วมงานกับองค์กรหรือการรักษาบุคลากรในองค์กรที่เป็นบุคคลทั่วไปเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงบุคลากรคนพิการในองค์กรอีกด้วย

เมื่อการนำเสนอแบรนด์นายจ้างสอดคล้องกับการรับรู้ของคนพิการ จะสัมพันธ์กับอัตราการลาออกลดน้อยลง (Halbesleben & Wheeler, 2008) เนื่องจากบุคลากรรับรู้ในคุณค่าของแบรนด์นายจ้างอย่างแท้จริง รวมไปถึงรับรู้ได้ว่าแบรนด์นายจ้างมีความตรงกับความต้องการของตนมากกว่าองค์กรอื่น ๆ เช่น คนพิการต้องการองค์กรที่มองว่าคนพิการมีความสามารถ ศักยภาพเหมือนบุคคลทั่วไป โดยทัศนคติและแรงจูงใจของคนพิการ นายจ้างและแบรนด์นายจ้าง เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการมีงานทำหรือการตัดสินใจทำงานของคนพิการ เนื่องจากปัจจุบันแบรนด์นายจ้างบางแห่งยังไม่เห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์นายจ้างที่รองรับหรือสร้างการรับรู้ที่ดีให้กับคนพิการ ยังมีรูปแบบเดิม ๆ รวมไปถึงทัศนคติในเชิงลบกับคนพิการ ทำให้ปิดกั้นโอกาสที่จะได้เห็นศักยภาพของคนพิการ และโอกาสในการจ้างงานคนพิการตามกฎหมาย (มูลนิธิพระมหาไถ่เพื่อการพัฒนาคนพิการ, 2552) มีนักวิจัยได้อธิบายว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้าง มีส่วนทำให้พนักงานคนพิการในองค์กรยังคงตัดสินใจคงอยู่ในองค์กร ไม่ได้ตัดสินใจมาสมัครงานแล้วทำงานในระยะสั้น แต่มีความรู้สึกผูกพัน และเห็นคุณค่าที่แบรนด์นายจ้างได้ถูกสร้างมาเพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความพึงพอใจ และมีความสุขในการทำงานอยู่ในองค์กร (Davies et al., 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์พร เก่งทอง (2557) ได้กล่าวว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลกระทบต่อพนักงานคนพิการ ไม่ว่าจะเป็นด้านความพึงพอใจในงาน ซึ่งหากพนักงานมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สูง ส่งผลต่อความพึงพอใจที่เพิ่มสูงขึ้น และทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจในงาน ส่งผลให้อัตราการหมุนเวียนภายในองค์กรลดน้อยลง ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างกับพนักงานในองค์กร เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีความสุขและเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การคงอยู่ในองค์กรต่อไป

## CHULALONGKORN UNIVERSITY

นอกจากนี้ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน พนักงานที่รับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี จะอยากรักษา เก็บคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากองค์กร ผ่านรูปแบบการแสดงผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานออกมาในเชิงบวก ซึ่งผลการปฏิบัติงานเป็นผลลัพธ์ของการทำงานที่ทางองค์กรใช้ในการประเมินว่าบุคคลคนนั้นสามารถปฏิบัติงานได้ เหมาะสมกับลักษณะขององค์กร (ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rucci et al. (1997) ที่ได้อธิบายถึงการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง ช่วยพัฒนาทัศนคติในการทำงานของพนักงาน หากมีการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง สามารถทำนายผลลัพธ์ในการทำงานของพนักงานได้ องค์กรจึงได้หันมาให้ความสำคัญกับแบรนด์นายจ้างมากขึ้น ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานนี้ จะสัมพันธ์กับปัจจัยอื่น ๆ ในการดำรงชีวิตของคนพิการ อาทิเช่น การปรับเงินเดือนตามประสิทธิภาพการทำงาน การได้รับการพิจารณาเพิ่มหรือลดตำแหน่ง การคงอยู่หรือการออกจากงาน เป็นต้น โดยงานวิจัยของ Jasper and Waldhart (2012) ที่ได้ศึกษาในความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรนี้ ได้

อธิบายเกี่ยวกับนายจ้างที่จ้างงานคนพิการ จากการศึกษาพบว่าแบรนด์นายจ้างที่เปิดกว้างให้คนพิการทำงาน สามารถสร้างการเติบโตทางธุรกิจจากองค์กรขนาดเล็กเป็นองค์กรขนาดใหญ่ขึ้น นายจ้างที่มีทัศนคติและสร้างการรับรู้ ยอมรับและเข้าใจในการจ้างงานคนพิการ จะส่งผลให้เกิดบรรยากาศภายในองค์กรที่ดีสอดคล้องกับนายจ้าง และจากการศึกษาพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์การทำงานของพนักงานตามบรรยากาศภายในองค์กร ทั้งนี้การประยุกต์ใช้เรื่องแบรนด์นายจ้าง รวมถึงการสื่อสารด้านแบรนด์นายจ้างที่ดี ส่งผลให้พนักงานปัจจุบันมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นเพื่ออยากคงอยู่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพราะผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่สูง โดยทั่วไปจะนำไปสู่การบรรลุผลลัพธ์ขององค์กรที่ต้องการ เช่น ผลผลิตที่สูงขึ้น (Salanova et al., 2005) ดังนั้นองค์กรจึงพยายามทำความเข้าใจและหันมาให้ความสำคัญกับการรับรู้แบรนด์นายจ้าง เพื่อสร้างการเติบโตให้องค์กร (Biswas & Suar, 2016; Tumasjan et al., 2020)

นอกจากความสอดคล้องระหว่างคนพิการกับแบรนด์ที่สำคัญแล้ว ความสอดคล้องระหว่างคนพิการกับสภาพแวดล้อมก็มีนักวิจัยกล่าวถึงว่ามีความสำคัญเช่นเดียวกัน จากการศึกษาได้พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน นั่นคือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม โดยได้มีงานวิจัย พบว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมสามารถถูกศึกษาเป็นตัวแปรส่งผ่านและมีความสัมพันธ์กับตัวลักษณะขององค์กรและผลลัพธ์ในการทำงานของพนักงาน (Kamarul Zaman Ahmad, 2012) งานวิจัยทั่วไปได้ศึกษา การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา โดยจะมีงานวิจัยเลือกศึกษาบางมิติแตกต่างตามกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งแต่ละมิติพบความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน หลักการพื้นฐานของความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมของ (Oh et al., 2014; Milliman et al., 2017) ได้ระบุไว้ว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสิ่งแวดล้อม โดยความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมเป็นโครงสร้างที่มีหลายมิติซึ่ง หมายถึง ระดับของความเข้ากันได้หรือการจับคู่ระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงานบางส่วน (Oh et al., 2014, p. 100; Kristof-Brown et al., 2005; Milliman et al., 2017) ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อม เป็นอีกหนึ่งหัวข้อที่นักวิจัยพัฒนากรอบและแนวความคิดต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น คำนียามโดยทั่วไปนั้นเกี่ยวข้องกับ การที่บุคคลสามารถเอาชนะอุปสรรคด้านสิ่งแวดล้อมได้โดยที่บุคคลนั้นเห็นว่ามีเหมาะสมตั้งแต่แรก (Binning, LeBreton, & Adorno, 2006) โดยทั่วไป ผลการวิจัยรายงานว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงบวกสำหรับพนักงานตลอดจนสำหรับองค์กรในด้านต่าง ๆ (Oh et al., 2014) ทำให้เพิ่มผลผลิตของงาน ผลการปฏิบัติงาน มีความพึงพอใจ ความมุ่งมั่นต่อองค์กร (Milliman et al., 2017) ทัศนคติในการทำงานเชิงบวก และความตั้งใจที่จะอยู่ของพนักงานที่มากขึ้น (Oh et al., 2014) ที่สำคัญที่สุดสำหรับการศึกษาใน



ปัจจุบันคือการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมเป็นตัวทำนายผลการปฏิบัติงาน (Gregory, Albritton, & Osmonbekov, 2010) อีกทั้งในงานวิจัยของ Muchinsky and Monahan (1987) ได้กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานการทำงานของพนักงานในองค์กร ที่มีความเฉพาะในแต่ละมิติ ซึ่งระดับความสัมพันธ์ของแต่ละมิติจะมีไม่เท่ากัน รวมไปถึงการรับรู้ของพนักงานในแต่ละมิติกับแต่ละองค์การก็ย่อมมีความแตกต่างกัน ในอดีตมีสามมิติที่ได้รับความสนใจอย่างมากในการทบทวนวรรณกรรม ได้แก่ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและกับงาน ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและองค์กร และ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและผู้บังคับบัญชา จากงานวิจัยที่ผ่านมา ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานและผลผลิตของพนักงานมากกว่ามิติอื่น ๆ (ประสิทธิ์พร เก่งทอง, 2557) ในด้านความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานได้มีงานวิจัยกล่าวเพิ่มเติมว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและกับงานของพนักงานในองค์กรจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของงาน อีกทั้งงานวิจัยในปัจจุบันยังแนะนำว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลและองค์กรกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่แข็งแกร่งที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน (Zulfiqar Ali Rajper et al., 2020) นอกจากนี้ Daniel (2011) ได้กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา นั่นคือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา โดยพบว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานและผลการปฏิบัติงานการทำงานของพนักงาน เนื่องจากมีการทำงานร่วมกันและสื่อสารกันอยู่ใกล้ชิด ทั้งนี้พบว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาที่ดี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานในทางที่ดี แต่ยังมีมิติอื่น ๆ นั่นคือ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและกลุ่ม (Lauver & Kristof-Brown, 2001; Cable & DeRue, 2002; Hinkle & Choi, 2009) ที่ยังมีการศึกษาไม่มากนักแต่ยังพบงานวิจัยบางส่วนที่ได้นำความสอดคล้องระหว่างบุคคลและกลุ่มมาศึกษาเพิ่มเติมอีกมิติ เช่น งานวิจัยของ Jr, D. C. M. (2002) ได้กล่าวถึงความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (P-G Fit), ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (P-J Fit) และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (P-O Fit) ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานในการทำงาน ซึ่งแต่ละมิติได้มีระดับความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นอีกหนึ่งที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมและมีความสำคัญ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะใช้กรอบความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมและผลการปฏิบัติงานที่มีนักวิจัยได้กล่าวถึงความสัมพันธ์นี้ เช่น งานวิจัยของ Katharina Vogelsang (2018) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมและผลการปฏิบัติงาน พบว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจในงาน ผลงาน และผลลัพธ์ของการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ถึงความเหมาะสมที่สูงขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพของพนักงานสูงขึ้น (Kulik, Oldham, & Hackman, 1987; Milliman et al., 2017) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทั้ง 2 ตัวแปรนี้ จะมีความสัมพันธ์กัน นักวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ

สภาพแวดล้อมและผลการปฏิบัติงาน ได้กล่าวถึงความสำคัญของ ลักษณะของตัวองค์กร การออกแบบและสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ และการรับรู้ของบุคคลต่อลักษณะองค์กรนั้น ๆ ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมและผลการปฏิบัติงาน (Kristof- Brown et al., 2005)

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของคนพิการในองค์กร พบว่าตัวแปรการรับรู้แบรนด์นายจ้างก็เป็นตัวแปรที่ใช้ศึกษาการรับรู้ของบุคคลต่อลักษณะองค์กรนั้น ๆ ซึ่งจะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมและผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากทบทวนวรรณกรรม พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างยังต้องศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ มากขึ้น (Ta'Amnha et al., 2021b) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องกลไกที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากมีความสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นตัวแปรต้น ศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นตัวแปรตาม และการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน เนื่องจากพบความสัมพันธ์ของทั้งสามตัวแปรที่มีการศึกษาในกลุ่มพนักงานของอุตสาหกรรมต่าง ๆ แต่ยังไม่พบการเก็บกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มคนพิการที่ทำงานในองค์กร โดยผู้วิจัยจึงจะใช้กรอบแนวคิดและความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ตัวแปรนี้ในงานวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Corbière et al. (2004) ได้ศึกษาถึงอุปสรรคการจ้างงานคนพิการเข้าทำงานในองค์กร พบว่าลักษณะขององค์กรและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของคนพิการ ได้แก่ องค์กรขาดนโยบายด้านสุขภาพและความปลอดภัย ตารางการทำงานที่ไม่เหมาะสม ความเชื่อที่ผิดพลาดและการขาดความรู้ ความกลัว การปฏิบัติและนโยบายของบุคคล การทำงานเป็นทีมที่ไม่ดี วัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ครอบคลุม และขาดการสื่อสารระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ในกลุ่มพนักงานคนพิการในองค์กร ที่มีการศึกษาไม่มากนักในเรื่องความสัมพันธ์การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมครอบคลุมทั้ง 4 มิติ ในกลุ่มพนักงานคนพิการในองค์กร รวมไปถึงแบรนด์ขององค์กรในปัจจุบันที่ได้เน้นเรื่องความหลากหลายและเปิดรับคนพิการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมากขึ้น เพื่อก้าวเป็นองค์กรที่น่าสนใจในตลาดแรงงาน ซึ่งหากองค์กรเข้าใจในความสัมพันธ์นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน คนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนงานวิจัยดังกล่าว โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

### 1. การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding)

แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept) ได้เริ่มมามีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์มากขึ้นในปัจจุบัน (Human resource management) ทำให้หลากหลายองค์กรได้นำกลยุทธ์การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer brand) มาใช้เพื่อดึงดูดบุคลากรและรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพที่ทำงานอยู่ในองค์กรให้ทำงานอยู่องค์กรไปนาน (Edward, 2002) โดยแบรนด์นายจ้างได้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในสายตาและความรู้สึกของพนักงานในองค์กร ทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าองค์กรที่มีการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง สร้างคุณค่าให้พนักงาน เกิดความพึงพอใจในองค์กร อยากทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อคงอยู่ในองค์กรไปนาน ๆ มีความแตกต่างกับองค์กรที่เป็นคู่แข่งทางการตลาด (Bakhaus & Tikoo, 2004) ทำให้การรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลต่อทัศนคติของพนักงานในปัจจุบัน ในแง่ของพฤติกรรมที่ตามมา การสร้างแบรนด์จึงมีการพัฒนาและมีการนำมาใช้ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

#### 1.1 ความเป็นมาของการศึกษาการรับรู้แบรนด์นายจ้าง

แนวคิดการรับรู้แบรนด์นายจ้างได้เริ่มขึ้นมาตั้งแต่ยุค 90 โดยได้เริ่มต้นจาก Ambler and Barrow (1996) ได้กล่าวว่า แบรนด์นายจ้างประกอบไปด้วยองค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์และการใช้ประโยชน์ทางหลักจิตวิทยาเพื่อการจ้างงานมนุษย์ โดยมีการนำหลักความรู้ทางการตลาดและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์รวมกัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการจ้างงาน ทำให้พนักงานรับรู้แบรนด์ของนายจ้างตั้งแต่ก่อนเข้ามาและขณะอยู่ภายในองค์กร เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจและสร้างผลผลิตที่ดีให้กับองค์กร นำมาสู่การตัดสินใจคงอยู่ในองค์กรให้นานที่สุด (Figurska & Matuska, 2013) สอดคล้องกับ Conference Board (2001) ได้เสนอว่า แบรนด์นายจ้างนั้นจะสร้างเอกลักษณ์ของบริษัทในฐานะนายจ้าง ซึ่งได้ครอบคลุมไปถึงระบบค่านิยมของบริษัท นโยบาย วัฒนธรรมองค์กรและพฤติกรรมนำไปสู่วัตถุประสงค์ในการดึงดูด จูงใจพนักงาน และรักษาพนักงานปัจจุบันและศักยภาพของบริษัทไว้ คำจำกัดความเหล่านี้บ่งชี้ว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมุมมองที่ชัดเจนทั้งภายในและภายนอกบริษัทว่าอะไรที่ทำให้บริษัทแตกต่างและเป็นที่ต้องการในฐานะนายจ้าง

กลยุทธ์การรับรู้แบรนด์นายจ้างเริ่มเป็นที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ (Martin et al., 2006) มาจนถึงปัจจุบัน ก็พบว่าหลายประเทศได้ใช้กลยุทธ์การรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เหมือนกันนั่นคือ การดึงดูด รักษาพนักงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยแนวคิดนี้มีหลักการว่า มนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กร และส่งผลกระทบต่อองค์กร ทำให้หลากหลายองค์กรที่ต้องการบุคลากรที่มีศักยภาพและความสามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้ จึงต้องมาเน้นเรื่องการรับรู้แบรนด์นายจ้าง อีกทั้ง Martin et al. (2006) ได้กล่าวว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ช่วยลดต้นทุนการสรรหาบุคคลใหม่เข้ามาทำงาน และลดอัตราการหมุนเวียนภายในองค์กร รวมถึงการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ทำให้พนักงานภายในองค์กรรับรู้และรู้สึกพึงพอใจกับองค์กรมากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันสูง ทั้งผลประกอบการทางด้านธุรกิจ ยังคงมีในเรื่องของตลาดแรงงาน ทำให้หลายองค์กรหันมาให้ความสำคัญกับการรับรู้แบรนด์นายจ้าง โดยให้พนักงานภายในองค์กรรับรู้ได้ถึงคุณค่าที่องค์กรมอบให้ เกิดความประทับใจ อยากจะปฏิบัติงานให้ดีขึ้น เพื่อองค์กรที่เติบโตและการเป็นสมาชิกที่ดีที่คงอยู่ในองค์กรต่อไป กลายเป็นองค์กรที่อยากทำงานและอยากทำงานอยู่ในองค์กรไปนาน ๆ (Figurska & Matuska, 2013) ทำให้การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีความสำคัญและเป็นกลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

## 1.2 ความหมายของการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding)

จากงานวิจัยของ Ambler and Barrow (1996) ซึ่งได้อ้างอิงไว้ในหนังสือ The Employer Brand ได้ให้ความหมายของการรับรู้แบรนด์นายจ้างว่า เป็นกระบวนการสร้างและส่งมอบอัตลักษณ์ที่มีคุณค่า รวมถึงผลประโยชน์ที่มีค่าให้กับพนักงานปัจจุบันและพนักงานในอนาคต โดยประโยชน์ของการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นการดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ SHRM (2008) ที่ได้ให้ความหมายของการรับรู้แบรนด์นายจ้างไว้ว่า เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือพนักงานภายในองค์กร ซึ่งภาพลักษณ์นี้จะเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ขององค์กรในการดำเนินงาน เช่น เงินเดือน ค่าตอบแทน สวัสดิการต่าง ๆ รวมไปถึงผลประโยชน์ที่อาจจะจับต้องไม่ได้ อาทิ วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมองค์กร เป็นต้น

นอกจากนี้ Martin et al. (2006) ได้กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่ได้จำกัดเพียงการสื่อสารภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดคนภายในและภายนอก สรรหาพนักงาน สร้างแรงจูงใจ และรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Wyatt (2005) ที่กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างทั้งภายในและภายนอกนั้นจะสามารถสร้างความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับที่สูง และยังช่วยลดอัตราการหมุนเวียนงานได้มากถึงร้อยละ 20 อีกด้วย ประโยชน์จากการรับรู้แบรนด์นายจ้างได้สร้างความผูกพัน ยิ่งเมื่อองค์กรมีการสร้าง

สภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับบุคคลในการทำงาน จะส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้สึกท้าทายและทำให้รับรู้คุณค่าในองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความพยายามและผูกพันกับการทำงานมากขึ้น รู้สึกพึงพอใจในการทำงาน หรือส่งผลต่อเนื่องไปสู่การให้บริการหรือสร้างผลผลิตที่ดีมีคุณภาพ เนื่องจากแบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างการรับรู้และสร้างคุณค่าให้กับพนักงาน โดยพนักงานแต่ละคนจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งถึงแม้จะรับรู้ต่างกัน หากองค์กรมีแบรนด์ที่สร้างคุณค่าให้กับพนักงานและพนักงานรับรู้ได้ มีความพึงพอใจ แนวโน้มของการรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานต่อองค์กรก็อาจมีแนวโน้มไปในเชิงบวกหรือบอกต่อบุคคลภายนอกในเชิงบวก ทำให้พนักงานแต่ละคนมีผลปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ลดอัตราการขาดงาน และทำให้องค์กรได้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานได้ กลายเป็นองค์กรที่น่าทำงานที่พึงปรารถนา พนักงานรู้สึกภูมิใจต่อองค์กร มีความพึงพอใจและเกิดความผูกพันในองค์กร อยากร่วมงานให้ดีเพื่อจะคงอยู่กับองค์กรไปได้นาน ๆ ในฐานะสมาชิกที่ดีคนหนึ่งขององค์กร ยังมีแนวโน้มพูดถึงองค์กรในเชิงบวก และนำพาวงศ์บรรลู่ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งยังสามารถสร้างชื่อเสียงขององค์กรไปยังบุคคลภายนอกที่อยู่ในตลาดแรงงานและกำลังมองหาองค์กรในการตัดสินใจเข้าทำงานได้อีกด้วย (Edward, 2010)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ได้ว่า เป็นการรับรู้รูปแบบลักษณะและคุณภาพในการจ้างงาน ที่ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน พนักงานมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน เกิดความพึงพอใจในองค์กรและอยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไปนาน ๆ

### 1.3 องค์ประกอบของการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding)

Barrow and Mosley (2005) ได้เสนอปัจจัยเรื่องแบรนด์นายจ้าง ที่สร้างการรับรู้ให้กับบุคลากรในองค์กรและภายนอกประกอบไปด้วย 12 มิติ ซึ่งจะเน้นเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร ได้แก่

1. ด้านชื่อเสียงภายนอกขององค์กร (Reputation management) บุคคลภายนอกรับรู้ว่าแบรนด์นายจ้าง มีชื่อเสียงด้านสินค้าหรือบริการในทางที่ดี ทำให้คิดว่ามีแนวโน้มของการเป็นนายจ้างที่ดีเช่นกัน ซึ่งในด้านนี้สามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานภายในอีกด้วย เนื่องจากบุคคลภายนอกมององค์กรในแง่ที่ดี

2. ด้านการสื่อสารภายในองค์กร (Internal communication) การที่องค์กรได้มีการกล่าวนโยบาย วิสัยทัศน์และความต้องการที่ชัดเจนขององค์กร ให้พนักงานรับรู้และเข้าใจร่วมกันภายในอย่างใกล้ชิด ทำให้มีอิทธิพลต่อความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมภายในองค์กรร่วมกัน การสื่อสารภายในทำให้พนักงานรู้สึกเชื่อถือในแบรนด์ เห็นความตั้งใจขององค์กร และเกิดความไว้วางใจในองค์กร นำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

3.บทบาทผู้นำระดับสูง (Senior leadership) ผู้นำสามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในแบรนด์ ภาพลักษณ์ของผู้นำที่ดีจะทำให้พนักงานรับรู้และนำไปเป็นต้นแบบ บทบาทของผู้บริหารนายจ้าง ไม่ว่าจะเป็นด้านคำพูด วิสัยทัศน์ หรือการกระทำ สามารถส่งผลต่อการสร้าง การรับรู้ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานได้ รวมถึงภาวะผู้นำของบทบาทผู้นำระดับสูงสามารถสร้างความผูกพันของพนักงานภายในองค์กรได้

4.ด้านคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อสังคม (Value and Corporate Social Responsibility) องค์กรที่ให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม รวมไปถึงบทบาทการเป็นนายจ้างหรือองค์กรที่ดี อาทิ การสร้างความเท่าเทียม การสร้างโอกาสให้กับพนักงานอย่างเท่าเทียม การสร้างความหลากหลายภายในองค์กรอย่างสร้างสรรค์ รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับการทำงานของพนักงาน สามารถรักษาพนักงานภายในองค์กรและยังดึงดูดบุคคลภายนอกให้มาสนใจในองค์กร

5.ด้านการวัดผลการปฏิบัติงานภายในองค์กร (Internal measurement system) มีการกำกับดูแลการวัดผลการปฏิบัติงานที่ดี ได้มาตรฐาน ทำให้พนักงานรับรู้ได้ถึงความยุติธรรมและความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจภายในองค์กร โดยผลลัพธ์ของการวัดผลที่มีความโปร่งใสและเป็นการวัดที่ได้มาตรฐานจะทำให้พนักงานเชื่อมั่นในการทำงานว่าส่งผลต่อการวัดผลอย่างแท้จริง และกระตุ้นให้พนักงานอยากพัฒนาตนเอง เพื่อสามารถวัดผลและมองเห็นพัฒนาการของตนเองเกี่ยวกับการทำงาน

6.ด้านการสนับสนุนการปฏิบัติงาน (Service support) พนักงานได้รับการดูแลและสนับสนุนเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น รู้สึกปลอดภัย พึงพอใจในการทำงาน และทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง

7.ด้านการสรรหาและการเข้าสู่ตำแหน่ง (Recruitment and Induction) เป็นการเพิ่มความน่าสนใจขององค์กร ดึงดูดบุคคลภายนอกเข้ามาทำงาน และมีการเน้นการเข้าสู่ตำแหน่งที่เหมาะสม เนื่องจากโอกาสในการพัฒนาอาชีพเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนคาดหวังไว้

8.ด้านการบริหารจัดการทีมงาน (Team management) เป็นการบริหารทีมงานให้ทำงานและมีประสบการณ์ที่ดีกับองค์กร รวมไปถึงการทำให้บุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในทีมได้อย่างดีที่สุด เป็นที่ยอมรับทั้งคนในทีมและองค์กร

9.ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance appraisal) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากการประเมินผลเป็นการสร้างการรับรู้คุณค่าของพนักงาน เพราะการประเมินผลทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าตนเองสามารถทำงานได้ตามความคาดหวังขององค์กรหรือไม่ เป็นการแสดงให้เห็นถึงการทำงานของพนักงาน โดยหากการประเมินผลที่ดี มีความสอดคล้องกับการทำงานของพนักงาน

อย่างตรงไปตรงมา ไม่ว่าจะผลจะเป็นอย่างไรพนักงานก็จะรู้สึกภาคภูมิใจเนื่องจากได้ทำเต็มที่แล้ว และนำผลไปพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในลำดับต่อไปได้

10.ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาพนักงาน (Learning and Development) การที่องค์กรได้เพิ่มพูนองค์ความรู้ และพัฒนาทักษะความสามารถของพนักงาน จะช่วยดึงดูดพนักงาน และรักษาพนักงานไว้ในองค์กรได้ อีกทั้งยังสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร

11.ด้านการให้รางวัลและการยอมรับ (Reward and Recognition) ทางองค์กรมีการให้รางวัล ค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผลและเหมาะสมกับพนักงาน รวมไปถึงการให้รางวัลหรือการยอมรับเมื่อพนักงานสามารถทำงานได้ตามหรือเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงบวกให้กับพนักงาน ลดอัตราการหมุนเวียนภายในองค์กร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

12.ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working environment) องค์กรมีการเตรียมและสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เอื้อประโยชน์ต่อพนักงาน ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า การใส่ใจพนักงานอีกด้วย

จาก 12 มิติ ที่ได้กล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่พนักงานสามารถรับรู้แบรนด์นายจ้างได้ ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดที่ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละองค์กร ความแตกต่างของแบรนด์นายจ้าง จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจหรือพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นสมาชิกและกำลังตัดสินใจเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรนั้น ๆ ผ่านการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ซึ่งปัจจัยเกี่ยวกับแบรนด์นายจ้างไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยที่ถูกสร้างขึ้นมา เพื่อให้องค์กรดูดีหรือถูกพูดถึงในทางที่ดีจากบุคคลภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ส่งผลกระทบต่ออย่างมากกับบุคลากรในองค์กร รูปแบบ ลักษณะการจ้างงานจากการสร้างแบรนด์นายจ้างที่มอบให้กับพนักงานในองค์กร มีความเฉพาะเจาะจงตามความเหมาะสมกับสมาชิกขององค์กร ไม่ใช่เป็นเรื่องของผลตอบแทนเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงผลประโยชน์ สิทธิพิเศษอื่น ๆ ที่ทางองค์กรมอบให้กับพนักงานในองค์กรได้อย่างเหมาะสม (Barrow & Mosley, 2005)

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของ Menor (2010) ได้กล่าวถึงลักษณะแบรนด์นายจ้างที่ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย 10 มิติ ดังนี้

1.ด้านความสมดุลของงานและชีวิต (Balance work and personal life) เป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร พนักงานรับรู้ได้ถึงคุณค่าที่องค์กรมอบให้ ซึ่งเป็นวิธีการรักษาพนักงานไว้ในองค์กรได้เป็นอย่างดี

2.ด้านค่าตอบแทนที่สามารถแข่งขันได้ (Competitive compensation package) พนักงานรับรู้ได้ว่าค่าตอบแทนที่ความเหมาะสม และยุติธรรมกับงานที่หรือบทบาทที่พนักงานทำงานอยู่ และไม่ได้รู้สึกแตกต่างกับองค์กรอื่น ๆ มากนัก เมื่อมีส่วนประกอบประโยชน์อื่น ๆ ที่องค์กรมอบให้ ทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจและรู้สึกดีกับองค์กร

3.ด้านการให้ความเคารพและดูแลบุคลากรทุกคนเป็นอย่างดี (Treat each employee with respect and as an individual) พนักงานรับรู้ได้ถึงการยอมรับและได้รับการดูแล เมื่อพวกเขาต้องการความช่วยเหลือ รู้สึกปลอดภัยและพึงพอใจ มีความสุขในองค์กร

4.สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี (Positive work environment) มีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เอื้อต่อการทำงานที่ง่ายและได้รับความสะดวกและยืดหยุ่นต่อการปฏิบัติงาน

5.ด้านขจัดความลำเอียง (Eradicate favoritism) การดูแลพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน สร้างความยุติธรรมและการดูแลที่ผลผลิตของงานอย่างตรงไปตรงมา เพื่อเป็นการรักษาบุคลากรที่ดี เก่ง มีความสามารถให้คงอยู่ในองค์กร

6.ด้านความพร้อมในการสื่อสาร (Communication and availability) การที่ผู้บริหาร หัวหน้างานหรือพนักงานในองค์กร สื่อสารระหว่างกัน รับฟังซึ่งกันและกัน รับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ร่วมกัน และให้ความสำคัญกับการให้การช่วยเหลือปัญหานั้นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

7.ด้านการให้อำนาจและการการตัดสินใจ (Employee empowerment) พนักงานได้มีโอกาสรับผิดชอบและมีโอกาสตัดสินใจ รับรู้ได้ถึงความเป็นเจ้าของสถานประกอบการ มอบอำนาจ และความรับผิดชอบตามความเหมาะสม เพื่อให้พนักงานรับรู้และเกิดความรู้สึกว่าการทำงานของเขา ส่งผลต่อความสำเร็จของเขาเช่นกัน

8.ด้านการวางบุคคลที่มีศักยภาพให้เหมาะสมกับงาน (Place the right talent for the right job) พนักงานที่มีความสามารถ ทำให้สามารถทำงานหรือสร้างผลผลิตได้ตรงกับศักยภาพ และเป็นไปตามความคาดหวังของเขา ทำให้เขาได้พบความท้าทาย โอกาสในการก้าวหน้าด้านการทำงาน ซึ่งสร้างความรู้สึที่ดีของพนักงานกับองค์กร

9.ด้านการกล่าวชื่นชมหรือสร้างสถานที่ทำงานให้มีความสุข (Celebrate successes and make the workplace fun) เมื่อองค์กรประสบความสำเร็จ ควรมีการสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร มีการเฉลิมฉลองร่วมกัน นอกจากนี้หากพนักงานสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร การชื่นชมและสนับสนุนถือเป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานเช่นเดียวกัน

10.ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน (Workplace flexibility) องค์กรสามารถสร้างนโยบาย ให้ความยืดหยุ่นในการทำงาน พนักงานสามารถมีสิทธิ์เลือกหรือตัดสินใจในการทำงาน เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน เช่น การกำหนดเวลาในการทำงาน การเลือกวันหยุด เป็นต้น

ปัจจัยทั้ง 10 มิติ เป็นปัจจัยที่จะทำให้แบรนด์นายจ้างประสบความสำเร็จ ซึ่งองค์กรจะต้องมีความชัดเจนและสัมผัสได้อย่างแท้จริง โดยงานวิจัยของ Menor (2010) ได้กล่าวถึงปัจจัยการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สร้างการรับรู้ของบุคลากรต่อองค์กรได้อย่างปัจเจกบุคคล ซึ่งไม่ได้มุ่งไปที่นโยบายหรือโครงสร้างขององค์กรเป็นอันดับแรก แต่ได้เน้นปัจจัยในการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง



เพื่อสร้างการรับรู้องค์กรในเชิงบวกให้กับพนักงานก่อน เพราะเชื่อว่าหากบุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจ รับรู้คุณค่าของแบรนด์นายจ้าง จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีตามมา อาทิเช่น ประสิทธิภาพในการทำงาน ผลการปฏิบัติงานที่ดี การคงอยู่ในองค์กร การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยลักษณะของการสร้างแบรนด์ในแต่ละด้านจะต้องสอดคล้องกับสิ่งที่พนักงานต้องการหรือคาดหวังไว้ ซึ่งได้อธิบายถึงการให้ความสำคัญด้านสมดุลระหว่างงานกับการใช้ชีวิต ซึ่งพนักงานสามารถมีความสุขกับการทำงานมากขึ้น ซึ่งการทำงานมีค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ไม่ได้แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ในตำแหน่งแบบเดียวกัน เพื่อนร่วมงานหรือสภาพแวดล้อมในองค์กรทำให้พนักงานสบายใจ สามารถสื่อสารพูดคุยกันได้ มีการผลัดเปลี่ยนการเป็นผู้นำผู้ตาม ตามความสามารถ และสร้างรอยยิ้ม ความรู้สึกที่ดี ๆ ในองค์กร มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน เคารพในความหลากหลาย ไม่ว่าจะ เป็น ความคิด มุมมอง ค่านิยม หรือความแตกต่างอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ งานวิจัยของ Karnica Tanwar Asha Prasad (2017) จากบทความ “Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach” ได้นิยามการรับรู้แบรนด์นายจ้างไว้ว่า เป็นการรับรู้ของพนักงานในองค์กรที่มีต่อนายจ้างซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่ตามมาของพนักงานภายในองค์กร ซึ่งมีมิติของแบรนด์นายจ้างสามารถช่วยดึงผลลัพธ์เชิงบวกของพนักงานและองค์กร เช่น ความพึงพอใจ ผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น ทำให้แบรนด์นายจ้างเป็นเครื่องมือที่สามารถวัดการรับรู้ของพนักงานและทำนายผลลัพธ์ได้ งานวิจัยของ Karnica Tanwar Asha Prasad (2017) จึงได้สร้างแบบวัดการรับรู้แบรนด์นายจ้างโดยการพัฒนาเครื่องมือวัดแบรนด์นายจ้างจากมุมมองของพนักงานที่มีอยู่ในองค์กรที่มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มพนักงานบริษัทไอที โดยวัดการรับรู้แบรนด์นายจ้างผ่านองค์ประกอบแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1.ด้านบรรยากาศในการทำงาน (Healthy work atmosphere) ซึ่งมีข้อความเกี่ยวกับการรับรู้สภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ในการทำงานหรือการขจัดความลำเอียงในที่ทำงาน เป็นต้น

2.ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา (Training and Development) ซึ่งมีข้อความเกี่ยวกับการรับรู้การเตรียมความพร้อมในองค์กร ให้การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับงาน การเปิดโอกาสและสร้างความก้าวหน้าให้กับพนักงาน

3.ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-life balance) มีข้อความเกี่ยวกับความยืดหยุ่นในการทำงาน การสร้างสมดุลในการทำงานกับชีวิต รูปแบบการทำงาน

4.ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบ (Ethics and Corporate social responsibility) มีข้อความเกี่ยวกับความยุติธรรมในองค์กร การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

5.ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (Compensation and Benefit) มีข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ด้านค่าตอบแทนมีความเหมาะสมหรือไม่ และผลประโยชน์ที่ได้รับตรงกับความต้องการของพนักงานหรือไม่อย่างไร

ซึ่งทั้ง 5 องค์ประกอบได้มีข้อคำถามที่ครอบคลุมในแต่ละองค์ประกอบสอดคล้องตามปัจจัยในการสร้างแบรนด์นายจ้างของ Barrow and Mosley (2005) ทั้ง 12 มิติ และ Menor (2010) ทั้ง 10 มิติ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบวัดของ Karnica Tanwar Asha Prasad (2017) จากบทความ “Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach” ได้อธิบายเรื่องการรับรู้แบรนด์นายจ้างผ่านองค์ประกอบซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ โดยมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 23 ข้อ เพราะข้อคำถามมีลักษณะของแต่ละองค์ประกอบในการวัดการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่เข้าใจง่าย ทำให้เข้าใจในเรื่องของการรับรู้แบรนด์นายจ้างได้มากกว่าและได้มีส่วนผสมของแนวคิดของ Barrow and Mosley (2005) ทั้ง 12 มิติ และ Menor (2010) ทั้ง 10 มิติแล้ว

#### 1.4 งานวิจัยเกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่ผ่านมา พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงาน อาทิ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ทักษะและพฤติกรรมของพนักงานที่มีผลต่อการทำงาน โดยจากงานวิจัยของ Mayer et al. (1995) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสร้างแบรนด์นายจ้างได้ส่งผลต่อการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงาน ซึ่งพบว่า แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานภายในองค์กร ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กรตามมา โดยงานวิจัยนี้ได้อธิบายว่าทัศนคติของพนักงานมีผลต่อความสามารถในการทำงาน (Performance) และความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Gapp and Merrilees (2006) ที่พบว่าการสร้างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างให้เกิดขึ้นกับพนักงานมีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมของพนักงานในการแสดงออกทางด้านผลงานและการแนะนำให้บุคคลภายนอกมาเป็นส่วนหนึ่งในองค์กร

Sharma and Kamalanabhan (2012) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้แบรนด์ภายในองค์กรกับพนักงานของบริษัทปิโตรเลียมที่ดำเนินงานโดยภาครัฐของประเทศอินเดีย พบว่าการรับรู้แบรนด์ภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงกับความพึงพอใจต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พนักงานอยากจะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในฐานะสมาชิกที่ดีและคงอยู่กับองค์กรได้นาน ๆ

นอกจากนี้ Terglav Ruzzier and Kase (2016) ที่ศึกษากับพนักงานโรงแรมในเครือยุโรปทั้งแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ตำแหน่งพนักงานดูแลทำความสะอาด พนักงานต้อนรับ ซ่อมบำรุง และ

พนักงานสำนักงาน จำนวน 227 คน ผลการวิจัยพบว่า การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำของหัวหน้าแผนกและผู้บริหารองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อแบรนด์ของพนักงาน (Employee brand knowledge) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความผูกพันมุ่งมั่นทุ่มเทที่มีต่อแบรนด์ผ่านความรู้ที่มีต่อแบรนด์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีความสำคัญกับพนักงานในองค์กร ซึ่งสัมพันธ์กับการทำงานของพนักงาน ทำให้เกิดผลลัพธ์ต่อการทำงานที่มีผลมาจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงาน ส่งผลออกมาทางการกระทำ พฤติกรรม ทักษะคติของพนักงานต่อองค์กรและการทำงานอย่างเห็นได้ชัด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาตัวแปรการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ส่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ

## 2.การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment Fit)

สภาพแวดล้อมในการทำงานถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการทำงานของบุคลากร โดยสภาพแวดล้อม หมายถึง สถานที่ในการทำงาน ลักษณะงาน เพื่อนร่วมงาน รูปแบบการทำงาน ค่านิยมขององค์กร เป็นต้น ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าว ส่งผลให้พนักงานเกิดการตัดสินใจ และแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกของพนักงานจะขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคลตามการรับรู้ของตนเองกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ (Kristof-Brown & Guay, 2011) ซึ่งได้พัฒนาและอธิบายผ่านทฤษฎีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมได้แบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) ซึ่งมีความหมายและรายละเอียดดังนี้

### 2.1 ความเป็นมาและคำนิยามของการศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit)

ในช่วงทศวรรษ 1980 ได้มีการศึกษาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม (Perceived person-environment fit) หลายงานวิจัยได้ศึกษา เพื่อใช้ในการรับสมัครบุคคลภายนอกเข้ามาทำงานในองค์กรหรือใช้สรรหาบุคคลที่เหมาะสมกับองค์กรเข้ามาทำงาน แต่ในช่วงหลังที่ผ่านมาได้มีนักวิจัยได้ศึกษาในกลุ่มพนักงานที่ทำงานในองค์กร โดยมีการศึกษาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของพนักงานภายในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน จนในปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ที่

ส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรและมีความพึงพอใจในงานที่ทำเพิ่มมากขึ้น (Chatman, 1991)

ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมจะทำให้เกิดความพึงพอใจของบุคคล เมื่อสภาพแวดล้อมสอดคล้องและตรงกับความต้องการของพนักงาน (Dawis & Lofquist, 1984) พนักงานรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องของตนเองกับสภาพแวดล้อม ได้แก่ ลักษณะงาน รูปแบบขององค์กร การทำงานกับทีมหรือหัวหน้างาน ทำให้บรรยากาศในการทำงานดี พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ทำให้เกิดความสุขในการทำงาน ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานให้มากขึ้น (Warr, 2007) และยังสามารถผลิตผลจากการทำงานได้เพิ่มมากกว่า 1.5 เท่า (Pryce Jones, 2010)

Muchinsky and Monohan (1987) ได้นิยามความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมว่าเป็นระดับความลงตัว หรือลงรอยระหว่างบุคคลกับตัวแปรต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการที่ทำงานในที่ ๆ เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ (Kristof-Brown et al., 2005) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม เป็นการเข้ากันได้ มีความพอดีและเหมาะสมกัน โดยความพอดีและความสอดคล้องของบุคคลกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลลัพธ์ของบุคคลกับองค์กร (Oh et al., 2014)

ในเวลาต่อมา Kristof (1996) ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานการวิจัยหลากหลายชิ้นที่ได้เริ่มต้นในยุคแรก แล้วได้นำมาแบ่งแยกความสอดคล้องหรือความเหมาะสม ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Person-job fit), ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-organization fit), ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Person-group fit), ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Person-supervisor fit) โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตได้พบว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-organization fit) จะส่งเสริมให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน ส่งผลต่อด้านผลการปฏิบัติงาน ความผูกพันในงาน และลดการหมุนเวียนภายในองค์กรมากกว่าความสอดคล้องประเภทอื่น ๆ (Verquer et al., 2003) นอกจากนี้ Harrison (1978) ได้ขยายความทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับตนเองกับสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น ลักษณะงาน รูปแบบองค์กร เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน เป็นต้น ซึ่งเป็นการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่รับรู้เข้าใจตนเอง ประมวลผลได้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับองค์กร

โดยสรุป การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม (Perceived person-environment fit) เป็นการรับรู้ความพอดีหรือเหมาะสมของแต่ละบุคคลกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ เป็นความสามารถเข้าใจได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจงซึ่งเกี่ยวข้องกับการจับคู่ระหว่างมิติของบุคคลและสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกัน ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ดังนี้ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (perceived person-job fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่าง

บุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit)

## 2.2 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit)

ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Person-job fit) ได้มีแนวคิดที่เริ่มต้นจากการคัดสรรคนเข้ามาทำงานให้คัดเลือกบุคคลที่มีทักษะและความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่องค์กรกำหนดไว้ เพื่อให้บุคคลรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องหรือความเหมาะสม และสามารถปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ (Werbel & Gilliland, 1999) โดยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน เป็นความต้องการปฏิบัติงานของบุคคล ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกเชิงบวกต่อสภาวะแวดล้อมในการทำงาน ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ระดับการศึกษา ศักยภาพในการทำงาน รวมถึงคุณลักษณะของงานตามตำแหน่งนั้น ๆ (Ballout et al., 2007) ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับนิยามของ Sekiguchi T. (2007) ที่ได้กล่าวว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน เป็นแนวทางที่ใช้ในการคัดเลือกบุคคลที่เข้ามาทำงาน โดยการคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานดูจากทักษะ ความรู้ ความสามารถ ที่มีความจำเป็นต้องใช้ในตำแหน่งงานนั้น ๆ

ซึ่งความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Person-job fit) เป็นความเหมาะสมระหว่างบุคคลในด้าน องค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ศักยภาพ ที่มีความจำเป็นต่องานนั้น ๆ ซึ่งต่อยอดได้ว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) จะเน้นในด้านการรับรู้คุณลักษณะของงานกับความคาดหวังของพนักงานที่มีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน โดยงานวิจัยนี้จะมีการนำตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) มาศึกษาถึงการรับรู้ของบุคคลต่องานที่ปฏิบัติงานอยู่ว่ามีความเหมาะสมกับบุคคลคนนั้นมากน้อยเพียงใด และส่งผลต่อการสร้างผลผลิตของพนักงานเป็นอย่างไร ทำให้ทราบมุมมองในอีกมิติ เพื่อทำนายอัตราการหมุนเวียนภายในองค์กร หรือความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) โดยมีความหมายว่าเป็นการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานตามที่บุคคลต้องการ โดยรับรู้ว่างานมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ศักยภาพตามที่ตนเองคาดหวังไว้ (Kristof-Brown et al., 2005)

### 2.3 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit)

ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-organization fit) ได้ถูกพัฒนามาจากแนวความคิดของ Argyris (1957) ซึ่งได้ใช้ในการสรรหาหรือคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมหรือมีลักษณะที่สอดคล้องกับองค์กรเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ในระยะเวลาต่อมา Schneider (1987) ได้พัฒนาจนกลายเป็นทฤษฎี ASA หรือ Attraction-Selection-Attrition เป็นการอธิบายถึงลักษณะของบุคคล รวมไปถึงความสนใจ บุคลิกภาพ ค่านิยมของบุคคลคนนั้น ที่สอดคล้องกับองค์กร แล้วมีโอกาสเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กร แต่เมื่อเวลาผ่านไป หากบุคคลท่านนั้นมีความสนใจ บุคลิกภาพ ค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปก็จะมีแนวโน้มที่จะลาออกในเวลาต่อมา ทำให้ทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นกลายเป็นทฤษฎีพื้นฐานสำคัญของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit)

Chatman (1989) ได้ให้คำจำกัดความของ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Person-organization fit) ว่าเป็นความสอดคล้องระหว่างบรรทัดฐานและค่านิยมขององค์กรและค่านิยมของบุคคล ต่อมา Kristof (1996) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าเป็นความสอดคล้องระหว่างวัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมที่เป็นในรูปแบบขององค์กรแล้วบุคคลหรือท่านที่เป็นสมาชิกขององค์กรมองเห็นว่าเป็นคุณค่าและเป็นค่านิยมที่ยึดถือปฏิบัติ โดยเป็นการรับรู้ในระดับบุคคล โดยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร สามารถเกิดขึ้นได้จากการที่พนักงานได้รับการดูแลจากองค์กร ซึ่งตรงกับความต้องการ รวมถึงองค์กรและพนักงานได้ให้ความสำคัญกับเรื่องต่าง ๆ มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ได้มีงานวิจัยได้ประเมินความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประเมินความสอดคล้องดังกล่าว จากค่านิยมในการทำงาน ,บุคลิกภาพและเป้าหมาย โดยจากงานวิจัยที่ผ่านมา งานวิจัยพบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในด้านค่านิยมในการทำงาน จะศึกษาในผลกระทบของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรต่อทัศนคติของพนักงานในการทำงาน หรือความตั้งใจในการลาออกจากงาน สำหรับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในด้านบุคลิกภาพจะเน้นศึกษาถึงบรรยากาศในการทำงาน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งผลต่อผลิตของพนักงานหรือผลการปฏิบัติงาน และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในด้านเป้าหมายจะเน้นศึกษาทางด้านภาวะการเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีมเป็นหลัก ซึ่งจากความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่ผ่านมา ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรในด้านบุคลิกภาพจะเน้นศึกษาถึงบรรยากาศในการทำงาน รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรได้ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานและผลผลิตของพนักงานมากกว่าประเภทอื่น ๆ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit) โดยมีความหมายว่าเป็นการที่บุคคลรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับ

องค์กร ทั้งในด้านบุคลิกลักษณะ ค่านิยม วัฒนธรรม และเป้าหมายขององค์กร (Kristof-Brown et al., 2005)

#### 2.4 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit)

ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Person-group fit) เป็นการศึกษาในเรื่องที่บุคคลในองค์กรสามารถที่จะแสดงบทบาทหน้าที่ของตนเอง ตามงานที่ตนเองได้รับมอบหมายกับทีมหรือเพื่อนร่วมงานได้อย่างเต็มที่หรือมีความเหมาะสม โดยบุคคลแต่ละคนสามารถรับรู้ถึงความสอดคล้องของทักษะ ความรู้ ความสามารถ ค่านิยม บุคลิกลักษณะ บรรทัดฐานส่วนบุคคล ที่มีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม ซึ่งความสอดคล้องในส่วนนี้จะต้องทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จหรือสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างไม่มีปัญหาอันนำมาสู่การงานที่เสียหาย ความสอดคล้องของบุคคลแต่ละคนกับความสัมพันธ์กลุ่มจะเชื่อมโยงกับคุณภาพของการทำงาน เช่น บุคคลที่มีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานที่สูง เนื่องจากมีส่วนร่วมในการตัดสินใจภายในกลุ่ม จะทำให้อัตราผลต่อประสิทธิภาพหรือการสร้างผลผลิตของพนักงาน (Sekiguchi et al., 2006) โดยแนวคิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) งานวิจัยนี้จะเน้นที่การรับรู้ของบุคคลกับกลุ่มหรือเพื่อนร่วมงานในองค์กร ถึงความสอดคล้องตามความคาดหวังหรือการรับรู้ของบุคคล เพื่อศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) โดยมีความหมายว่าเป็นการที่บุคคลนั้นสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงพฤติกรรมกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานได้อย่างเหมาะสม มุ่งเน้นเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ของปัจเจกบุคคลกับกลุ่มที่เขาได้ร่วมงานด้วย โดยเป็นความสอดคล้องเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับกลุ่มคนที่ทำงาน (Judge & Ferris, 1992)

#### 2.5 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit)

ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Person-supervisor fit) เป็นรูปแบบของความสอดคล้องระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชากับผู้บังคับบัญชา อีกทั้งยังรวมไปถึงความสอดคล้องเข้ากันได้ในเรื่องค่านิยมระหว่างผู้นำกับผู้ตามอีกด้วย โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) หมายถึง การรับรู้ถึงความเหมาะสมระหว่างลักษณะพนักงานและหัวหน้างาน

หัวหน้างานมีความสำคัญต่อพนักงานที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชา พบว่า หากพนักงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนตรงกันกับผู้บังคับบัญชา พนักงานจะมีความพึงพอใจกับงานและสภาพแวดล้อมการทำงาน

ทั่วไป (Wexley at al., 1980) อย่างไรก็ตาม ได้มีการศึกษา การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคล กับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) ของพนักงานค่อนข้างมีงานวิจัยจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนการศึกษาเรื่องการรับรู้ความสอดคล้องประเภทอื่น ๆ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) โดยมีความหมายว่าเป็นการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับหัวหน้า หรือผู้บังคับบัญชา โดยศึกษาในด้านความสอดคล้องของค่านิยมระหว่างผู้นำและผู้ตาม หรือ ความคล้ายคลึงด้าน บุคลิกลักษณะระหว่างผู้นำกับผู้ตาม (Schaubroeck & Lam, 2002)

## 2.6 งานวิจัยเกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยการศึกษาตัวแบบความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในองค์กรต่อ ผลลัพธ์การทำงานของพนักงานปฏิบัติการงานส่วนหน้าของโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้เก็บใน กลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ สภาพแวดล้อม ทั้ง 3 ด้าน ในระดับสูง โดยมีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มที่สูงที่สุด รองลงมาเป็นความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และตามด้วยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ องค์กร โดยทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยงานวิจัย ดังกล่าวได้อธิบายถึงจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มพนักงานในโรงแรมที่ต้องมีการทำงาน ร่วมกับพนักงานคนอื่น ๆ ค่อนข้างมาก ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มจึงมีความสำคัญและมี ระดับการรับรู้ที่สูงกว่าความสอดคล้องในมิติอื่น ๆ จากงานวิจัยดังกล่าวนี้ ทำให้พบความสอดคล้อง ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม ซึ่งมีความ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Roberts and Robins (2004) ที่ได้ศึกษา ตัวแปรเรื่องความสอดคล้อง ระหว่างบุคคลกับองค์กรและผลการปฏิบัติงาน พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ซึ่งเป็น 1 ใน 4 มิติของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่สำคัญ ก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน นอกจากนี้งานวิจัยของสาวิตรี พูลสมบัติ (2550) ได้กล่าวเพิ่มเติมถึง อีกมิติเกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ว่าหากในองค์กรบุคคลเกิดความสอดคล้อง ระหว่างบุคคลกับงาน โดยบุคคลรับรู้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย จะ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน เนื่องจากบุคคลนั้นสามารถทำงานได้ตรงกับศักยภาพและความรู้ ความสามารถที่ตนมี อีกทั้งยังส่งผลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่ดีมากขึ้น เพราะบุคคลได้ทำงานที่ถนัด ตรงกับความสามารถ และมีความรักและพึงพอใจในงาน จึงเกิดพฤติกรรมในทางบวกของผลลัพธ์ของ งานและอยากจะทำงานออกมาให้ดีและได้ตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้คาดหวังไว้

งานวิจัยของ Danial (2011) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เรื่องการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคล กับสภาพแวดล้อม ในมิติหัวหน้างาน มีอิทธิพลกับลูกน้อง เพราะการทำงานระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง เกี่ยวข้องกับการทำงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยตรง กล่าวได้ว่า หากพนักงานมีการ รับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับหัวหน้างานไม่ว่าจะเชิงบวกหรือเชิงลบ ก็จะมีส่งผลต่อผลการ



ปฏิบัติงาน เช่น หากพนักงานระดับการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับหัวหน้างานในเชิงบวกและมีระดับการรับรู้ที่สูงเป็นผลจากการสื่อสารและมีการทำงานร่วมกัน จะทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานออกมาในทางที่ดี อาทิเช่น คุณภาพของงาน ความรวดเร็วของงาน ปริมาณงาน รวมไปถึงการตัดสินใจกระทำอันอื่นใดเกี่ยวกับงาน เป็นต้น ในอีกมุมหนึ่งในงานวิจัยของ Huang Xia and Liu Yang (2013) ได้ศึกษาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมกับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งได้ศึกษาในกลุ่มพนักงานบริษัทจำนวน 532 คน โดยพบว่า การที่พนักงานได้รับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือได้รับการแก้ไขให้บุคคลมีความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับองค์กรมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะมิติใด มีความเป็นอยู่ในการทำงานที่ดีขึ้น จะช่วยส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของพนักงาน โดยมีความสอดคล้องกับ Tawangthan (2011) ที่ได้ศึกษาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมกับผลการปฏิบัติงานกับกลุ่มพนักงานคนพิการ พบว่าการที่คนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะในด้านองค์กร งานเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการทั้งสิ้น เนื่องจากจะเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานคนพิการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำงานพนักงานคนพิการสามารถมีความพึงพอใจในการทำงานในองค์กรนั้น ๆ และแสดงออกพฤติกรรมในเชิงบวกต่อองค์กร

ซึ่งจากงานวิจัยที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยพบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในแต่ละมิติ ล้วนส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และสามารถทำนายความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานได้ ซึ่งงานวิจัยแต่ละงานจะมีระดับการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในแต่ละมิติที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับองค์กร อีกทั้งผู้วิจัยได้พบงานวิจัย Ergun et al. (2018) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมความเป็นพลเมืองขององค์กร โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นพลเมืองขององค์กร ในขณะที่เดียวกัน การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเข้ามามีบทบาทระหว่างความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ให้มีระดับที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้

นอกจากนี้ การศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมครบทุกมิติมีไม่มากนัก โดยพบว่ามีงานวิจัยจำกัดในการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเมื่อเปรียบเทียบกับมิติอื่น ๆ เมื่อได้ศึกษาพบว่าแต่ละงานวิจัยได้เลือกศึกษาในมิติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั้น ๆ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาการศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ครบทั้ง 4 มิติ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้การสร้างแบรนด์และผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการมากขึ้น โดยสรุป การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา คือ ความพอดีหรือเหมาะสมระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชากับผู้บังคับบัญชา มีความเข้ากันได้ เข้าหากันได้ดี โดยมีการดึงดูดซึ่งกันและกันจาก ค่านิยม ทักษะความคิด ความเชื่อที่คล้ายคลึงกัน ทำให้บุคคลเกิดความรับรู้ต่อตนเองได้ถึงกันทำงานกับ

ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และส่งผลต่อการสร้างผลผลิตของพนักงาน ประสิทธิภาพของพนักงานในการทำงาน โดยจากงานวิจัยของ Daniel (2011) ได้ศึกษาพบว่า การสื่อสารของหัวหน้ามีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างลูกน้องกับหัวหน้างาน โดยส่งผลต่อความพึงพอใจ ความตั้งใจจะลาออกและผลการปฏิบัติงาน ซึ่งการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้อง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ งานวิจัยที่ศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) จะศึกษาความมุ่งมั่นของพนักงาน ซึ่งเป็นตัวแปรหลักในการทำนายประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในองค์กร และการหมุนเวียนภายในองค์กร ดังนั้น การศึกษาวิจัยโดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานในองค์กรใดองค์กรหนึ่งจะแข็งแกร่งควรมีการศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit) ทั้ง 4 มิติ (Meyer & Allen, 1997)

จากที่กล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ซึ่งหลายงานวิจัยได้นำความสอดคล้องแต่ละมิติไปศึกษาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ทำให้มองเห็นความสัมพันธ์แต่ละมิติที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของพนักงานในด้าน โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าความสัมพันธ์ทั้ง 4 มิติ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานคนพิจารณาทั้งสิ้น เพื่อสะท้อนมุมมองที่เป็นประโยชน์ และได้ต่อยอดองค์ความรู้

สำหรับการงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบวัดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมของ Aichia Chuang et al. (2016) ที่มีแบบวัดชื่อว่า The Perceived Person-Environment Fit Scale (PPEFS) สามารถแบ่งการวัดได้ครบทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับคำนิยามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Pervin (1968) ที่ได้กล่าวถึงการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมไม่เพียงแต่วัดการรับรู้ในระดับปัจเจกบุคคล แต่สิ่งที่วัด ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสามารถทำนายอัตราการหมุนเวียนที่เป็นผลมาจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

### 3. ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance)

การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นสิ่งที่ทางองค์กรทุกองค์กรคาดหวังที่จะได้รับจากพนักงานทุกคน โดยวัดจากผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งตามแต่ละองค์กรมีการตั้งเป้าหมายไว้แตกต่างกัน โดยพนักงานแต่ละคนอาจจะมีผลการปฏิบัติงานที่เท่ากันหรือสูงกว่าโดยอิงตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามองค์กรของพนักงาน การวัดผลการปฏิบัติงานจึงเป็นสิ่งที่วัดเพื่อบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเกณฑ์ของแต่ละองค์กรที่ได้ตั้งไว้ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินผลและเปรียบเทียบกับนโยบายหรือวัตถุประสงค์ที่ตามแต่ละองค์กร สำหรับใช้ในการปรับปรุง พัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรมากขึ้น (วีระวัฒน์ ปันนิตามัย, 2540) ถือได้ว่าผลการปฏิบัติงานเป็นการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของพนักงานในการทำงาน หากผลการปฏิบัติงานออกมาไม่ดี ประสิทธิภาพในการทำงานก็จะต่ำ (เสาวภาคย์ ดีวาจา, 2529) สำหรับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) จึงได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามและคำจำกัดความไว้ ดังนี้

#### 3.1 ความหมายของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance)

ผลการปฏิบัติงานในการทำงานของแต่ละบุคคลในองค์กร ล้วนมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อสำหรับองค์กร โดยผลการปฏิบัติงานของบุคคล ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของผลการปฏิบัติงาน ไว้ว่าเป็นความสามารถในการทำงาน อีกทั้งผลการปฏิบัติงานยังเป็นแนวคิดหลักในจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร ซึ่งในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา ได้ศึกษาและพัฒนาแนวคิดด้านนี้ (Campbell, 1990) นอกจากนี้จึงได้มีนักวิจัยได้ให้คำจำกัดความหมายของผลการปฏิบัติงานไว้ ดังนี้

อิสริยา อนุมาศเมธา (2542) ได้ให้ความหมายของผลการปฏิบัติงานไว้ว่า เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการทำงานให้เป็นไปตามที่คาดหวัง ทำงานให้ได้ประโยชน์สูงสุด โดยการตัดสินใจจะพิจารณาจากผลงานนั้น ๆ

รักษศักดิ์ บุญสิทธิ์ (2553) ได้ให้ความหมายที่ชัดเจนขึ้น ว่าผลการปฏิบัติงาน เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคคล เพื่อเป้าหมายหรือความสำเร็จที่ตั้งไว้ โดยอาศัยการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างเกิดประโยชน์ เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่คาดหวัง และองค์กรก็ได้ประโยชน์จากผลการปฏิบัติงานในเชิงบวกควบคู่กันไป สอดคล้องกับ ณรงค์ กองแก้ว (2553) ที่ได้กล่าวถึงผลการปฏิบัติงาน ว่าเป็นผลลัพธ์จากการทำงานที่เน้นด้านความสามารถของบุคคล ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในการทำงาน ผลการปฏิบัติงานหากกล่าวเพียงคำ ๆ เดียวจะมีหลากหลายมิติ สำหรับการวิจัยนี้จะกล่าวในมุมมองของผลการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านการทำงานในองค์กร

สมใจ ลักษณะ (2544) ได้กล่าวถึงความหมายของผลการปฏิบัติงานของพนักงานว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร เป็นผลของการทำงานจากพนักงาน ซึ่งงานจะสำเร็จ หรือมีคุณภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ของตัวบุคคลหรือจากองค์กร โดยผลการปฏิบัติงานของ

พนักงานได้เกิดจากความตั้งใจในการกระทำกิจกรรมและแสดงออกถึงพฤติกรรมในงานของพนักงาน ในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

นอกจากนี้ Borman and Motowidlo (1997) ได้กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงานเป็นผลการทำงานของพนักงาน เกิดจากพฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน โดยพฤติกรรมดังกล่าว นำมาสู่ผลการปฏิบัติงานตามเป้าประสงค์ โดยได้จำแนกองค์ประกอบผ่านพฤติกรรมของพนักงานไว้ด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ (Task performance) และ การปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) สอดคล้องกับ Sutrisno (2016) ที่กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นผลจากการดำเนินงานของพนักงานตามภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบโดยเป็นผลงานของพนักงานได้ทั้งแบบกลุ่มหรือรายบุคคลแล้วแต่ประเภทการทำงาน ซึ่งความสามารถที่เกิดขึ้นเกิดตามเป้าหมายหรือสอดคล้องตามแบรนด์นายจ้างที่ได้สร้างไว้เพื่อพนักงานในองค์กร ตามที่ Hasibuan (2009) ได้กล่าวเสริมว่า หากองค์กรได้มีการสร้างแบรนด์ที่ดี ทำให้พนักงานรับรู้คุณค่าในแบรนด์ รับรู้อำนาจการดูแลและใส่ใจพนักงาน พนักงานจะมีจิตวิญญาณในการทำงาน มีวินัยและจงรักภักดีต่อองค์กร ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงาน และผลการปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงานสามารถทำนายอัตราการหมุนเวียนของบุคลากรภายในองค์กรอีกด้วย

นอกจากนี้ ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นผลสำเร็จของพนักงานจากการทำงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย ซึ่งมาจากความพยายามและความสามารถของบุคคล โดยผลการปฏิบัติงานจะวัดและประเมินตามเกณฑ์ที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งอาจจะคิดเป็นคะแนน ที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจในการบริหารทรัพยากรบุคคล (สุวรรณ ม่วงงาม, 2550) สอดคล้องกับ รพีพรรณ สมจิตรนิก (2555) ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ถูกประเมินจากผลการทำงานของบุคคล ทั้งด้านพฤติกรรมและผลลัพธ์ของงานที่ได้รับมอบหมายตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจะนำมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบุคคลคนนั้น

จากการศึกษาหลายงานวิจัยเกี่ยวกับการวัดผลการปฏิบัติงาน พบว่า ได้มีการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของงานวิจัยนั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบการวัด โดย รูปแบบแรก วัดโดยหัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชา โดยการวัดจะมุ่งเน้นวัดผลการปฏิบัติงานในส่วนของผลงานและการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ซึ่งมักพบในทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน และรูปแบบที่สอง วัดโดยการประเมินจากตนเอง โดยการวัดจะมุ่งเน้นวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานในส่วนของผลงานและการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ โดยวัดตามบทบาทและหน้าที่เป็นการประเมินตนเอง โดยในงานวิจัยนี้จะวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานในการทำงานจาก ผู้ปฏิบัติงานเอง เนื่องจากต้องการทราบถึงผลการปฏิบัติงานการทำงานของพนักงานในระดับปัจเจกบุคคล อีกทั้งจากงานวิจัยพบว่า นักวิจัยหลายท่านได้เห็นพ้องต้องกันว่าผู้ประเมินที่แตกต่างกันก็ให้มุมมองที่แตกต่างกันของผลการปฏิบัติงานการทำงานของพนักงานและการใช้หนึ่งหรือผู้ประเมินอื่น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของนักวิจัย (Scullen at al., 2000) ซึ่งจากการวิจัย การประเมินตนเองมีแนวโน้มที่จะดีกว่าการประเมินจากคนอื่น ๆ ในแง่ความเข้าใจการกระทำและพฤติกรรมของตนต่อผลการปฏิบัติงาน (DeNisi & Murphy, 2017)

การวัดหรือการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในการทำงาน มักจะวัดและประเมินจากคุณภาพหรือปริมาณของงานที่บุคคลทำนั้นได้กระทำ ที่บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรต้องการได้ (Athena et al., 2011) นอกจากนี้ยังมีการวัดและประเมินจากพฤติกรรมของพนักงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์องค์กร เช่น ประสิทธิภาพ ผลผลิต หรือประสิทธิผล ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาที่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานซึ่งจะวัดและประเมินจากประสิทธิภาพ ผลผลิตและประสิทธิผลของพนักงานที่ทางองค์กรได้คาดหวังไว้ (Lloyd and Modlin, 2012)

จากการศึกษาและค้นคว้าวิจัยของนักวิชาการ ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานถูกประเมินจากผลการปฏิบัติงานของบุคคลคนนั้น ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 มิติ ระหว่างผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) และผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) (Borman and Motowidlo, 1993)

ด้านผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) จะเน้นวัดและประเมินจากผลลัพธ์พฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานและมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายขององค์กร โดยเป็นการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้ระบุไว้ในเอกสารบรรยายลักษณะงานหรือรายละเอียดงานตามตำแหน่ง ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญต่อองค์กรสอดคล้องกับนโยบายที่ทางองค์กรได้ตั้งไว้ ทั้งนี้ เพราะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่มีผลโดยตรงต่อการผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น จำนวนสินค้าที่ผลิตได้ ระดับความรู้ความสามารถในตำแหน่งงาน ผลลัพธ์ของงาน เป็นต้น ซึ่งจากงานวิจัยของนักวิจัย ได้กล่าวว่าทั้ง 2 ด้านมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกัน ดังนั้น การวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานจะได้รับการประเมินผลงานและผลผลิตจากงาน ซึ่งผลการปฏิบัติงานอาจจะถูกประเมินโดยหัวหน้างานหรือตัวผู้ปฏิบัติงานเอง (Zhang, 2017) ซึ่งด้านผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) เป็นผลในการปฏิบัติที่ปรับเปลี่ยนงานตามสถานการณ์ อาทิเช่น การคุยโทรศัพท์ สนทนากับลูกค้า การสอนงานลูกค้า การประชุมทีม การแจกจ่ายงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น โดยหากจะวัดและประเมินผลด้านนี้จะมุ่งเน้นวัดเป็นด้าน ๆ ซึ่งจะต้องดูลักษณะข้อคำถามที่สอดคล้องกับการวัดหรือประเมินการทำงานของบุคคลคนนั้นตามบทบาทหน้าที่ (Campbell et al., 1993)

จากความหมายและคำจำกัดความของนักวิจัย ผู้วิจัยจึงขอสรุปคำจำกัดความหมายของ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในงานวิจัยนี้ไว้ดังนี้ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) หมายถึง การที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ได้ตามที่ตนเองและองค์กรคาดหวังไว้ภายใต้ข้อจำกัดที่ทางองค์กรมี อาทิ เวลา ทรัพยากรอื่น ๆ รวมไปถึงข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย เป็นต้น อีกทั้งไม่มีพฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า ซึ่งการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานจะมีรูปแบบตามเป้าหมายหรือมาตรฐานตามที่องค์กรนั้น ๆ ตั้งไว้ในประเมินผลงานของบุคคล

### 3.2 องค์ประกอบของผลการปฏิบัติงาน

Borman and Motowidlo (1997) ได้แบ่งองค์ประกอบการวัดและประเมินไว้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) และผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance)

ผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานในองค์กร ตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีพฤติกรรมตามลักษณะงานที่ต้องทำ โดยพฤติกรรมที่แสดงออกจะมีผลลัพธ์ที่มากหรือน้อยจะถูกเชื่อมโยงกับสิ่งที่องค์กรมอบให้อาชีพ การรับรู้คุณค่าที่องค์กรมอบให้ รางวัลตอบแทน เป็นต้น โดยผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) จะมีปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน, การชี้แนะจากผู้บังคับบัญชา, การสื่อสารประสานงานภายใน, การสนับสนุนจากองค์กรในด้านต่าง ๆ (Borman and Brush, 1993)

ผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) เป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้มาจากงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง แต่เป็นพฤติกรรมตามบริบท สภาพแวดล้อม โดยจะมีพฤติกรรมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานตระหนัก รับรู้ และแสดงออกพฤติกรรม การกระทำตามความรู้สึก นึกคิด เช่น การให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมอื่น ๆ การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน การกระตือรือร้นในการทำงาน การมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน การยึดมั่น หรือแม้แต่การตัดสินใจคงอยู่เป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กร ซึ่งหลายองค์กรให้ความสำคัญผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) มากกว่า ผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) เนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร และส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงาน เนื่องจาก ผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) เป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการคิดริเริ่ม การแก้ปัญหาที่ท้าทาย การกล้าตัดสินใจของพนักงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรเป็นองค์กรที่พัฒนาในอนาคตและต่อสู้กับคู่แข่งทางการตลาดได้ (Crant, 1995) ซึ่งจากที่กล่าวข้างต้นมีความสอดคล้องกับ Johari and Yahya (2012) ที่ได้กล่าวว่าในปัจจุบันผลการปฏิบัติงานจะวัดออกเป็น 2 ด้าน คือ ผลการดำเนินงานในบทบาทหน้าที่ (In-role performance) และผลการดำเนินงานนอกบทบาทหน้าที่ (Extra-role performance) แม้จะใช้ชื่อภาษาอังกฤษที่ต่างกันแต่ได้อธิบายและนิยามไว้เหมือนกันโดยผลการปฏิบัติงานของพนักงานจะแสดงออกมาจากบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (Chughtai & Buckley, 2009)

ซึ่งจากคำนิยามข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกนิยามและความหมายของ (Borman & Motowidlo, 1997) ที่ได้แบ่งองค์ประกอบการวัดและประเมินไว้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ (Task performance) และผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ (Contextual performance) ซึ่งมีคำและนิยามที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัย รวมไปถึงเป็นการอธิบายให้เห็นภาพชัดในการวัดและประเมินโดยผู้ปฏิบัติงานได้

นอกจากนี้ Linda Koopmans et al. (2014) ได้พัฒนาแบบวัด Individual work performance was measured using the Individual Work Performance Questionnaire (IW PQ) และได้ศึกษาองค์ประกอบเพิ่มเติม นอกจากผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (task performance) กับผลการปฏิบัติงานตามบริบท (contextual performance) ยังมีองค์ประกอบด้านที่สาม คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (counterproductive work behavior : CWB) เป็นการวัดพฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า เป็นพฤติกรรมที่ปฏิบัติโดยบุคลากร โดยมีเจตนาทำความเสียหายและเป็นภัยต่อองค์กรหรือสมาชิกในองค์กร โดยมีตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ฉันทันกับปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับงานในที่ทำงาน เป็นต้น โดยอธิบายว่าพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เป็นส่วนหนึ่งของผลการปฏิบัติงานตามบริบท แต่ได้สร้างข้อคำถามแยก เพื่อให้เห็นความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เป็นมิติที่เป็นส่วนหนึ่งของการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน จะช่วยให้การวัดผลได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลชัดเจนยิ่งขึ้น

ซึ่งจากที่กล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้แบบวัด Individual work performance was measured using the Individual Work Performance Questionnaire (IW PQ) ของ Linda Koopmans et al. (2014) ซึ่งประกอบไปด้วยจำนวน 18 ข้อคำถาม โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน จำนวน 5 ข้อ โดยมีลักษณะข้อคำถามที่เน้นที่ตัวงานเป็นหลัก เช่น ฉันทันสามารถจัดการกับเวลาในการทำงานได้เป็นอย่างดี เป็นต้น, ผลการปฏิบัติงานตามบริบท จำนวน 8 ข้อ โดยมีลักษณะข้อคำถามที่เน้นลักษณะพฤติกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงาน เช่น ฉันทันยังคงแสวงหาความท้าทายใหม่ ๆ ในงานของฉันทัน เป็นต้น และ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน จำนวน 5 ข้อ เป็นข้อคำถามเชิงลบ ซึ่งเป็นการวัดพฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า เป็นพฤติกรรมที่ปฏิบัติโดยบุคลากร โดยมีเจตนาทำความเสียหายและเป็นภัยต่อองค์กรหรือสมาชิกใน ซึ่งสอดคล้องกับคำจำกัดความที่ผู้วิจัยศึกษา ครอบคลุมและตรงกับหลักแนวคิดที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในงานวิจัยชิ้นนี้

โดยจากคำนิยามและผลการวิจัยที่ศึกษาตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีโครงสร้างประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับต่ำ (Ramos-Villagrasa et al. 2019; Koopmans et al. 2011) ถึง ระดับกลาง-สูง (Koopmans et al. 2011) ขึ้นอยู่กับลักษณะข้อคำถามของมาตรวัด ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงจะศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยทำหน้าที่เป็นตัวแปรตาม ซึ่งจะทำการแยกองค์ประกอบในการศึกษา เพื่อเป็นการศึกษาและทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อม และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแบบแยกองค์ประกอบ ประกอบไปด้วย 1.ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน 2.ผลการปฏิบัติงานตามบริบท และ 3.พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

### 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐติมา ลีนปราชนญา (2557) ศึกษาผลการปฏิบัติงานของกลุ่มพนักงานในอุตสาหกรรมของ โรงแรม พบว่าความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของ พนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลิขิตา เฉลิมพลโยธิน (2554) ได้ศึกษาผลการปฏิบัติงานของ พนักงานโรงแรมในเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้บรรยากาศขององค์กรและ การรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์องค์กร ทำให้เกิดความผูกพันในองค์กร ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของ พนักงาน อีกทั้งงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2557) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อปฏิบัติงานของ พนักงานในโรงแรม โดยผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานและการรับรู้ของ พนักงานต่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยงานวิจัยได้เสนอแนะว่า หากองค์กรได้สร้างความพึงพอใจและการรับรู้ของพนักงานต่อองค์กรให้เกิดขึ้น จะช่วยส่งผลต่อผล การปฏิบัติงานของพนักงานมากขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับกรณีของ SEARS ที่ทำโดย Rucci et al. (1997) แสดงให้เห็น ชัดเจนว่าการสร้างแบรนด์นายจ้างปรับปรุงทัศนคติในการทำงานของพนักงานและพฤติกรรมในการ ทำงานของพนักงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลกำไรของบริษัท และสร้างการเติบโตขององค์กรกลายเป็นส่วน สำคัญของกลยุทธ์นายจ้างสำหรับหลาย ๆ บริษัท องค์กรมีส่วนร่วมอย่างมากในการทำงานของ พนักงานและมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น ซึ่งจะทำให้พนักงานมีผลลัพธ์ในการทำงานที่ดีขึ้นและ สร้างการประชาสัมพันธ์องค์กรในเชิงบวก เพราะพนักงานไว้วางใจองค์กร เห็นคุณค่าของการเป็นส่วน หนึ่งขององค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างองค์กรและพนักงานสามารถปรับปรุงผลการ ปฏิบัติงานของพนักงานได้ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานดีขึ้น เป็นเครื่องมือทางการ ตลาดแรงงานที่มีประสิทธิภาพในการที่องค์กรจ้างงานพนักงานที่ดี ซึ่งสามารถดึงดูดและรักษา พนักงานที่มีศักยภาพไว้ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ได้มีนักวิจัยหลายท่านได้กล่าวถึงผลการปฏิบัติงานของ พนักงานในการทำงานถือเป็น "ตัวแปรตามขั้นสูงสุด" ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ P.J. Ramos Villagrasa (2019) ได้ศึกษาวิจัยที่มีตัวแปรตามเป็นผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งได้ใช้ แบบสอบถามผลการปฏิบัติงานการทำงานส่วนบุคคล (IWPO) ซึ่งวัดมิติหลักของผลการปฏิบัติงานการ ทำงาน (ผลการปฏิบัติงานของงาน ผลการปฏิบัติงานตามบริบท และพฤติกรรมต่อต้าน) ใน หลากหลายรูปแบบงาน โดยงานวิจัยมีพนักงานเข้าร่วมจำนวน 368 คน ในการตอบแบบสอบถามโดย สมัยครใจ ผลลัพธ์ที่ได้แสดงให้เห็นว่า IWPO มีโครงสร้างสามมิติที่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ แสดง ความเชื่อมโยงที่สำคัญกับการวัดผลการปฏิบัติงานอื่น ๆ และความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพมี ความคล้ายคลึงกันในแง่ของทิศทางและความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ระหว่างการวัดผลการ ปฏิบัติงานอื่น ๆ และบุคลิกภาพ งานวิจัยจึงสรุปได้ว่า IWPO เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานที่เพียงพอ แต่เน้นที่พฤติกรรมที่มุ่งเป้าไปที่องค์กรเป็นหลัก

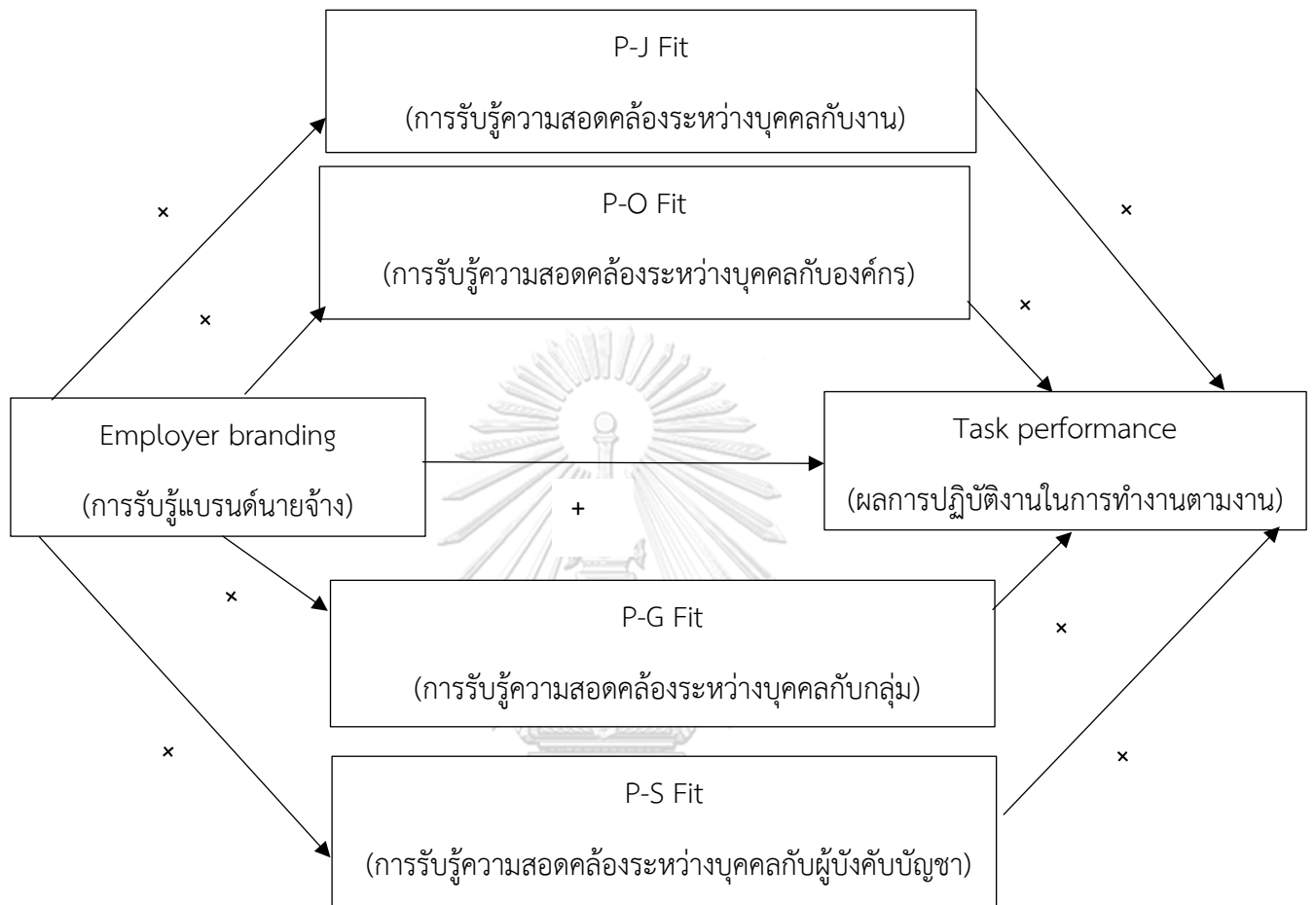


จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยเลือกนำองค์ประกอบของการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ และ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทั้ง 4 มิติ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ซึ่งมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และ การรับรู้สอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เป็นตัวแปรส่งผ่านในกลุ่มพนักงานคนพิการของบริษัท Vulcan coalition

### กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 1



### สมมติฐานในการวิจัยที่ 1

สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

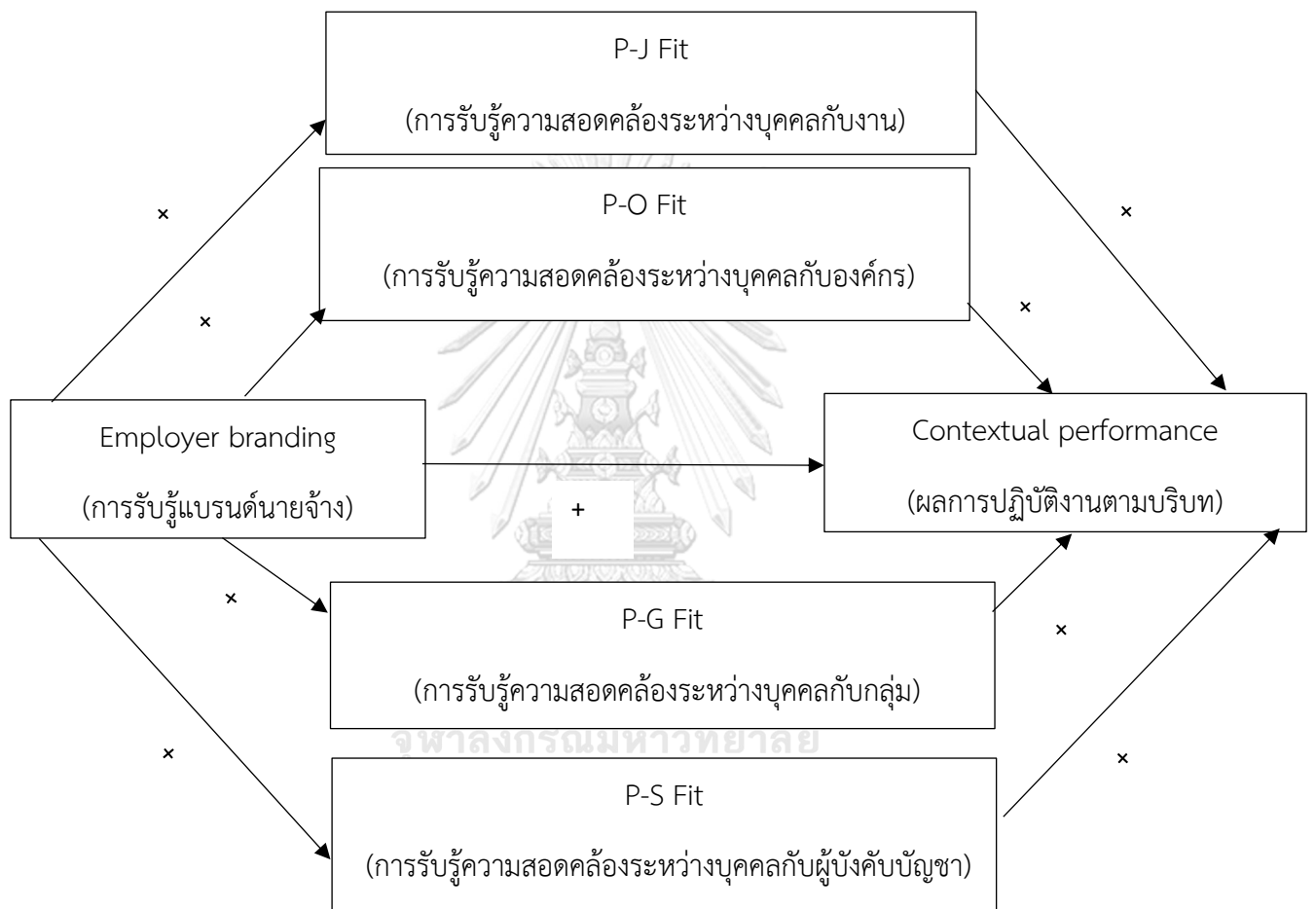
สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

## กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 2



## สมมติฐานในการวิจัยที่ 2

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

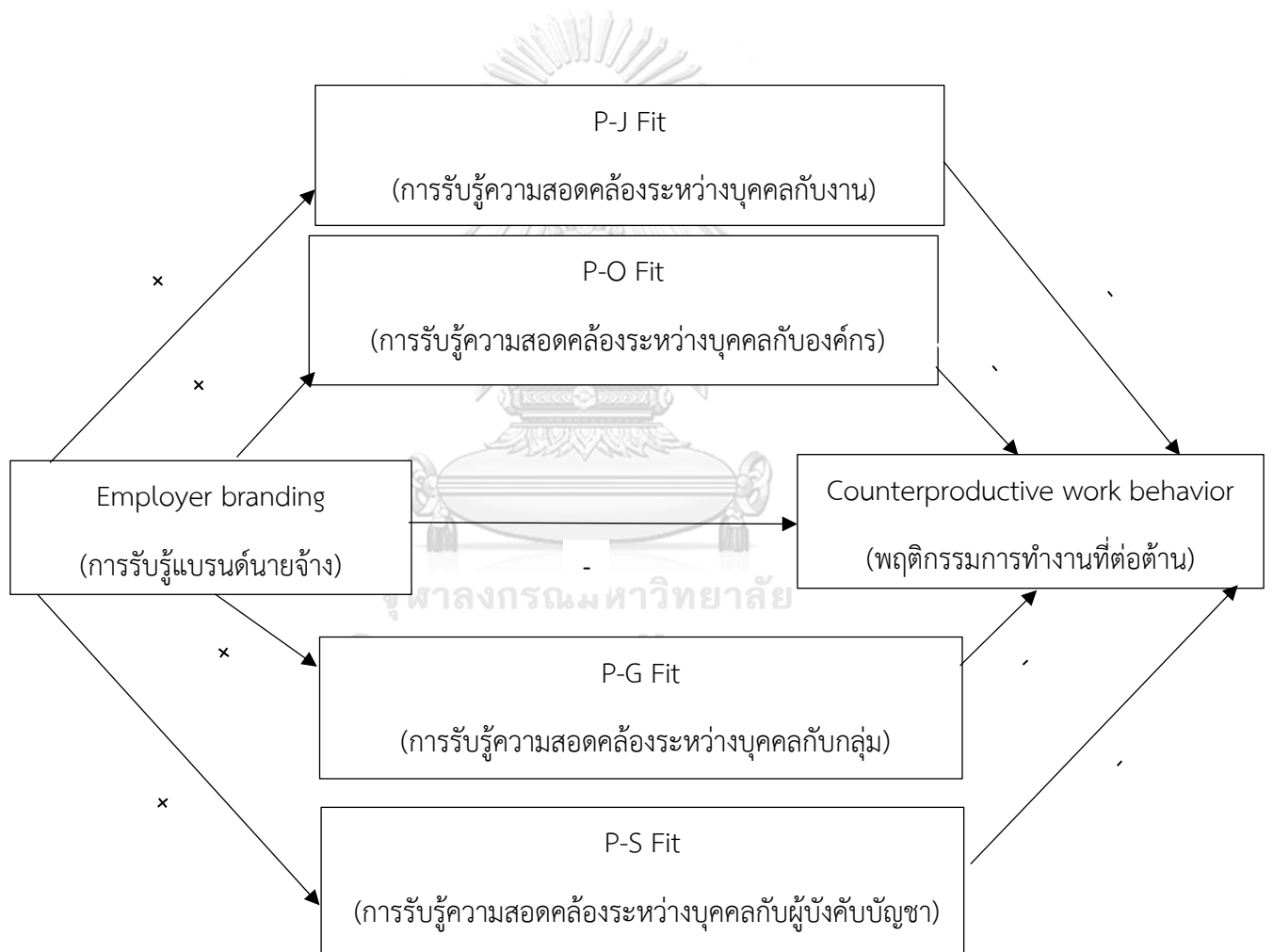
สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท

### กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 3



### สมมติฐานในการวิจัยที่ 3

สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding) หมายถึง เป็นการรับรู้รูปแบบลักษณะและ คุณภาพในการจ้างงานในองค์กร ที่ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานมีการ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน เกิดความพึงพอใจในองค์กร และอยากเป็นส่วนหนึ่งของ องค์กรไปนาน ๆ

2.การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit) หมายถึง การรับรู้ความพอดีหรือเหมาะสมของแต่ละบุคคลกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ เป็น ความสามารถเข้าใจได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการ จับคู่ระหว่างมิติของบุคคลและสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกัน ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ การ รับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา

-การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) หมายถึง คือ การรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานตามที่บุคคลต้องการ โดยรับรู้ ว่างานมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ศักยภาพตามที่ตนเองคาดหวังไว้ (Kristof-Brown et al., 2005)

-การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับองค์กร ทั้งในด้านบุคลิกลักษณะ ค่านิยม วัฒนธรรม และเป้าหมายขององค์กร (Kristof-Brown et al., 2005)

-การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) หมายถึง การที่บุคคลนั้นสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงพฤติกรรมกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานได้อย่างเหมาะสม มุ่งเน้นเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ของปัจเจกบุคคลกับกลุ่มที่เขาได้ร่วมงานด้วย โดยเป็นความสอดคล้องเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับกลุ่มคนที่ทำงาน (Judge & Ferris, 1992)

-การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) หมายถึง การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา โดยศึกษาในด้านความสอดคล้องของค่านิยมระหว่างผู้นำและผู้ตาม หรือ ความคล้ายคลึงด้าน บุคลิกลักษณะระหว่างผู้นำกับผู้ตาม (Schaubroeck & Lam, 2002)

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), ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) และ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior)

-ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานในองค์กร ตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีพฤติกรรมตามลักษณะงานที่ต้องทำ โดยพฤติกรรมที่แสดงออกจะมีผลลัพธ์ที่มากหรือน้อยจะถูกเชื่อมโยงกับสิ่ง ที่องค์กรมอบให้

-ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่ได้มาจากงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง แต่เป็นพฤติกรรมตามบริบท สภาพแวดล้อม โดยจะมีพฤติกรรมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานตระหนัก รับรู้ และแสดงออกพฤติกรรม การกระทำตามความรู้สึก นึกคิด

-พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) หมายถึง พฤติกรรมการทำงานแบบถ่วงความก้าวหน้า เป็นพฤติกรรมที่ปฏิบัติโดยบุคลากร โดยมีเจตนาทำความเสียหายและเป็นภัยต่อองค์กรหรือสมาชิกในองค์กร

4. พนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition หมายถึง บุคคลที่มีข้อจำกัดในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน อันเนื่องมาจากมีความบกพร่องทางด้านการได้ยินและสื่อความหมาย, การเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย, ทางจิตใจหรือพฤติกรรม, สติปัญญา, การเรียนรู้ และ ออทิสติก เป็นต้น ด้วยอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ทำให้มีความจำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือจากบุคคลอื่น เพื่อให้สามารถปฏิบัติกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้ตามปกติและเป็นพนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition โดยมีประสบการณ์ทำงานอยู่ในบริษัท อย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป

### ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งจะศึกษากลุ่มพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็น พนักงานคนพิการในระดับปฏิบัติการของบริษัท Vulcan coalition ที่ได้ปฏิบัติงาน โดยมีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นระยะที่พนักงานได้เรียนรู้งานตามหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบ และได้เรียนรู้กับสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เพียงพอ

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. ตัวแปรทำนาย คือ การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding)
2. ตัวแปรเกณฑ์ คือ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) คิดเป็นองค์ประกอบแยก 3 องค์ประกอบ ได้แก่
  - 2.1 ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance)
  - 2.2 ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance)
  - 2.3 พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior)

3.ตัวแปรส่งผ่าน คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit) คิดเป็นองค์ประกอบแยก 4 มิติ ได้แก่

- 3.1 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน Perceived person-job fit (P-J fit)
- 3.2 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร Perceived person-organization fit (P-O fit)
- 3.3 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม Perceived person-group fit (P-G fit)
- 3.4 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา Perceived person-supervisor fit (P-S fit)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

#### 1.ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดองค์ความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์นายจ้างสำหรับองค์กรที่มีการจ้างงานคนพิการ เพื่อจะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน เป็นการต่อยอดองค์ความรู้การสร้างแบรนด์ของนายจ้างที่ดีในอีกมิติหนึ่ง เพื่อการดึงดูดและรักษาพนักงานคนพิการให้ทำงานในองค์กรนาน ๆ และส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรและคนพิการที่เป็นพนักงานในองค์กร

#### 2.ประโยชน์ต่อองค์กร

องค์กรสามารถนำองค์ความรู้และความเข้าใจจากการศึกษามาปรับใช้ในการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี เพื่อดึงดูดพนักงานคนพิการและรักษาพนักงานคนพิการในองค์กรให้รับรู้ได้ถึงคุณค่าขององค์กร เกิดความพึงพอใจ และคงอยู่กับองค์กรไปนาน ๆ อีกทั้ง ยังนำองค์ความรู้มาต่อยอดเรื่องการจัดจ้างงานคนพิการได้ ทำให้องค์กรได้คนพิการที่มีศักยภาพที่ตรงกับองค์กร และคนพิการได้ทำงานภายในองค์กรได้อย่างมีความสุข สร้างผลผลิตของงานได้ตรงตามศักยภาพของคนพิการ ทำให้องค์กรพัฒนาและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนพิการได้อย่างแท้จริง อีกทั้งองค์กรได้เข้าถึงและเข้าใจโอกาสในการจ้างงานคนพิการในองค์กรได้ นอกจากสิทธิประโยชน์ทางกฎหมายที่ทางองค์กรได้รับ ยังทำให้องค์กรมีโอกาสร่วมสร้างการเติบโตไปในอนาคต จากความหลากหลายที่เกิดขึ้นในองค์กร เนื่องจากพนักงานในองค์กรได้มีมุมมอง ทักษะที่ดีที่เปิดกว้างมากขึ้น สร้างความแข็งแกร่งภายในองค์กร จากการเปลี่ยนมุมมองความคิด ทักษะที่ดีที่ได้เรียนรู้ความหลากหลายภายในองค์กร



## บทที่ 2

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลคนพิการที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท Vulcan coalition

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเข้า ดังนี้

- 1) บุคลากรคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition
- 2) เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ทำงานอยู่ในบริษัท Vulcan coalition อย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป
- 3) เป็นบุคคลที่สามารถอ่านแบบสอบถามและตอบคำถามได้ด้วยตนเอง

(โดยผู้พิการทางสายตาสามารถตอบแบบสอบถามได้ด้วยตนเองผ่านโปรแกรมอ่านออกเสียงบนหน้าจอในระบบคอมพิวเตอร์)

- 4) เป็นผู้ที่ยินดีเข้าร่วมการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ที่มีอายุงานอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นของ Hair และคณะ (2006) ที่กำหนดว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรเป็น 10-20 คนต่อ 1 เส้นพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าในงานวิจัยนี้ จะใช้เกณฑ์ขนาดตัวอย่างเป็น 20 เท่า โดยมีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด 9 ตัว ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 180 คน โดยบริษัท Vulcan coalition เป็นองค์กรหนึ่งที่เล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการจ้างงานคนพิการ ไม่เพียงแต่ประโยชน์ที่ทางสถานประกอบการจะได้รับ คนพิการก็จะได้รับประโยชน์ด้านโอกาสในการประกอบอาชีพ นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งมีลักษณะสำคัญที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่จะศึกษาความสำคัญของกลุ่มคนพิการ ซึ่งบริษัท Vulcan coalition เป็นองค์กร เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยคนพิการจะจัดทำกรสร้างฐานข้อมูล (Database) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลสำคัญของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในปัจจุบันบริษัท Vulcan coalition มีจำนวนบุคลากร 600 คน โดยในองค์กรจะมีบุคลากรปกติประมาณ 20 คน และเป็นบุคลากรคนพิการจำนวน 580 คน ซึ่งจำนวน 580 คน นี้ทำงานในตำแหน่งและระดับเดียวกัน คือ นักปัญญาประดิษฐ์ (AI Trainer) นอกจากนี้บุคลากรปกติจะทำงานตามแผนกที่มีอยู่ในองค์กรทั่วไป เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการเงิน เป็นต้น โดยคนพิการจะประกอบไปด้วย 7 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ทางการเห็น, ประเภทที่ 2 ทางการได้ยินและสื่อความหมาย, ประเภทที่ 3 ทางการ

เคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย, ประเภทที่ 4 ทางจิตใจหรือพฤติกรรม, ประเภทที่ 5 ทางสติปัญญา, ประเภทที่ 6 ทางการเรียนรู้และประเภทที่ 7 ทางอภิสติก ทั้งนี้เพื่อการทำงานให้ได้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและการตอบสนองของลูกค้า บริษัท Vulcan coalition ได้เลือกบุคลากรที่มีทักษะสื่อสารเพียงพอที่จะเข้าใจและพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากบุคลากรคนพิการของทาง บริษัท Vulcan coalition ยินดีที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย บุคคลเหล่านั้นย่อมสามารถเข้าร่วมและตอบแบบสอบถามงานวิจัยได้ด้วยตนเองได้

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1.แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ประเภทความพิการ เป็นต้น

### 2.มาตรวัดการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง (Employer branding)

งานวิจัยนี้ใช้มาตรวัดการรับรู้แบรนด์นายจ้างของ Karnica Tanwar Asha Prasad (2017) ที่ได้พัฒนาแบบวัดการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง จากบทความ “Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach” ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านบรรยากาศในการทำงาน (Healthy work atmosphere) จำนวน 6 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .84 ( $\alpha=.84$ ) 2) ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) จำนวน 6 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .72 ( $\alpha=.72$ ) 3) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-life balance) จำนวน 3 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .82 ( $\alpha=.82$ ) 4) ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Ethics and Corporate social responsibility) จำนวน 4 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .90 ( $\alpha=.90$ ) 5) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (Compensation and Benefit) จำนวน 4 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .97 ( $\alpha=.79$ ) ทั้ง 5 องค์ประกอบ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ ซึ่งเป็นแบบวัดรวม โดยมีข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .70 ( $\alpha=.70$ ) ได้มีข้อคำถามที่ครอบคลุมตามปัจจัยในการสร้างแบรนด์นายจ้าง ของ Barrow and Mosley (2005) ทั้ง 12 มิติ และ Menor (2010) ทั้ง 10 มิติ

### เกณฑ์ในการให้คะแนนและการแปลผล

ใช้มาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 ถึง 5 ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
ไม่เห็นด้วย	2	4
ปานกลาง	3	3
เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

หากผู้ตอบมีคะแนนสูง หมายถึง บุคคลรับรู้บรรณด้นายจ้างในระดับสูง ในขณะที่ผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ หมายถึง บุคคลรับรู้บรรณด้นายจ้างในระดับต่ำ โดยมีเกณฑ์การแปลผลบุคคลที่รับรู้บรรณด้นายจ้างที่ส่งผลต่อบุคคลในระดับสูงหรือต่ำ คิดจากคะแนนค่าเฉลี่ยบวกลบ 1 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ตัวอย่างข้อความ

- 1) ด้านบรรยากาศในการทำงาน (Healthy work atmosphere)  
-My organisation provides autonomy to its employees to take decisions.
- 2) ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development)  
-My organisation provides us online training courses.
- 3) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-life balance)  
-My organisation provides flexible-working hours.
- 4) ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม  
(Ethics and Corporate social responsibility)  
-My organisation has fair attitude towards employees.
- 5) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (Compensation and Benefit)  
-My organisation provides overtime pay.

ทั้งนี้ ด้วยลักษณะข้อคำถามและค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้วัดการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงานในงานวิจัยนี้

3.มาตรวัดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit) คิดเป็นองค์ประกอบแยก 4 มิติ ได้แก่

3.1 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน

Perceived person-job fit (P-J fit)

3.2 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร

Perceived person-organization fit (P-O fit)

3.3 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม

Perceived person-group fit (P-G fit)

3.4 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา

Perceived person-supervisor fit (P-S fit)

ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบวัดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมของ Aichia Chuang et al. (2016) ที่มีแบบวัดชื่อว่า The Perceived Person-Environment Fit Scale (PPEFS) ซึ่งประกอบไปด้วย 26 ข้อคำถาม สามารถวัดแยกได้ 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) จำนวน 4 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .84 ( $\alpha=.84$ ), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit) จำนวน 7 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .91 ( $\alpha=.91$ ), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) จำนวน 10 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .89 ( $\alpha=.89$ ), การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) จำนวน 5 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .90 ( $\alpha=.90$ ) ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับค่านิยามที่ใช้ในการวิจัย

### เกณฑ์ในการให้คะแนนและการแปลผล

ใช้มาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ ตั้งแต่ 1 ถึง 7 ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
ไม่เคยรู้สึกเช่นนี้เลย	1	7
รู้สึกบ้างนาน ๆ ครั้ง	2	6
รู้สึกบ้างแต่ไม่บ่อย	3	5
รู้สึกค่อนข้างบ่อย	4	4
รู้สึกบ่อย	5	3
รู้สึกบ่อยมาก	6	2
รู้สึกเช่นนี้ทุกวัน	7	1

โดยมีเกณฑ์การแปลผลบุคคลที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูงหรือต่ำ คิดจากคะแนนค่าเฉลี่ยบวกลบ 1 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ตัวอย่างข้อความ

- 1) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit)
  - My abilities and training are a good fit with the requirements of my job.
  - The attributes that I look for in a job are fulfilled very well by my present job.
- 2) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit)
  - My organisation's values and culture provide a good fit with the things that I value in life.
  - The things that I value in life are very similar to the things that my organisation values.

3) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit)

- My personal values match my group's values and culture.
- I feel emotionally attached to my team.

4) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา

(Perceived person-supervisor fit)

- The things that I value in life are very similar to the things that my supervisor values.
- I think the personality and goals of my supervisor reflect my own values and personality

ทั้งนี้ ด้วยลักษณะข้อคำถามและค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้วัดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมของพนักงานคนพิการในงานวิจัยนี้

#### 4.มาตรวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance)

ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบวัด Individual work performance was measured using the Individual Work Performance Questionnaire (IW PQ) ของ Linda Koopmans et al. (2014) โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) จำนวน 5 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .83 ( $\alpha=.83$ ) , ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) จำนวน 8 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .87 ( $\alpha=.87$ ) และ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) จำนวน 5 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .77 ( $\alpha=.77$ ) โดยมีข้อคำถามทั้งหมดรวม 18 ข้อ เป็นข้อคำถามเชิงบวก 13 ข้อ จากผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) กับ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) และข้อคำถามเชิงลบ 5 ข้อ จากพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior)

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจึงจะศึกษารูปแบบการวัดคะแนนแบบแยกองค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับ คำจำกัดความที่ผู้วิจัยศึกษาและตรงกับหลักแนวคิดที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในงานวิจัยชิ้นนี้

#### เกณฑ์ในการให้คะแนนและการแปลผล

ใช้มาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 0 ถึง 4 ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
	ข้อความ
ไม่เคยเลย	0
นาน ๆ ครั้ง	1
บางครั้ง	2
บ่อยครั้ง	3
เสมอ	4

สำหรับ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) และ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) หากผู้ตอบมีคะแนนสูง หมายถึง บุคคลนั้นมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ หมายถึง บุคคลนั้นมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานอยู่ในระดับต่ำ โดยมีเกณฑ์การแปลผลบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานในการทำงานในระดับสูงหรือต่ำ คิดจากคะแนนค่าเฉลี่ยบวกลบ 1 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) หากผู้ตอบมีคะแนนสูง หมายถึง บุคคลนั้นมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ผู้ตอบที่มีคะแนนต่ำ หมายถึง บุคคลนั้นมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานอยู่ในระดับสูง โดยมีเกณฑ์การแปลผลบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานในการทำงานในระดับสูงหรือต่ำ คิดจากคะแนนค่าเฉลี่ยบวกลบ 1 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ตัวอย่างข้อความ

##### 1.) ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance)

- I was able to plan my work so that I finished it on time.
- I kept in mind to work result I needed to achieve.

##### 2.) ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance)

- I took on challenging tasks when these were available.

- I came up with creative solutions for new problems.

3.) พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior)

- I complained about minor work-related issues at work.

- I focused on the negative aspects of situation at work instead of the positive aspects.

ทั้งนี้ ด้วยลักษณะข้อคำถามและค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้วัดผลการปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงานคนพิการในงานวิจัยนี้

#### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด

1. จัดทำหนังสือเพื่อขออนุญาตใช้แบบสอบถาม

2. นำข้อคำถามแบบวัดการแปลเป็นเป็นภาษาไทยและแปลย้อนกลับเพื่อความถูกต้อง (Backward translation) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษา แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานคนพิการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 5 คน เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถาม เช่น คำที่ไม่ชัดเจน คำที่มีความหมายกำกวม หรือประโยคที่ไม่เข้าใจ เป็นต้น แล้วนำมาปรับแก้และให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

4. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง ซึ่งเป็นพนักงานคนพิการจำนวนไม่น้อยกว่า 180 คน และนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบวัดทั้งหมดโดยการประเมินค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's alpha



## การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1.การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐานของตัวแปร ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) จำนวนค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2.การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation)

3.การวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis)

## การเก็บข้อมูลและการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

1.จัดทำหนังสือเสนอต่อผู้บริหารบริษัท Vulcan coalition เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ พนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition

2.ขออนุมัติดำเนินการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google forms เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะเก็บ ผ่านระบบช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ขององค์กร เช่น อีเมล เว็บไซต์พนักงาน เป็นต้น โดยมีเจ้าหน้าที่แผนกบุคคลเป็นผู้กระจายแบบสอบถามไปยังพนักงานคนพิการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะได้รับแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ผ่าน URL link หรือ QR Code ที่ปรากฏในเอกสารประชาสัมพันธ์ หลังจากคลิก URL link หรือ สแกน QR Code จะปรากฏเอกสารข้อมูลสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและหนังสือยินยอมเข้าร่วมการวิจัย เพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล หากมีผู้ที่สนใจเข้าร่วม สามารถยืนยันการรับทราบข้อมูลและยินยอมตอบแบบสอบถามได้ในลำดับถัดไป ซึ่งสามารถทำได้เพียง 1 ครั้งต่อ 1 ท่าน ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมหรือปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ได้หรือขอตอบแบบสอบถาม หากผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกอึดอัดใจ สามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที ซึ่งจะไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการปฏิบัติงานในหน่วยงาน

4.ผลการตอบแบบสอบถามระบบจะบันทึกข้อมูลทันทีโดยไม่อนุญาตให้ผู้อื่นมาอ่าน ข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดไว้เป็นความลับ และจะถูกทำลายภายใน 1 ปี ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยจะไม่ปรากฏในรายงาน ไม่สามารถสืบค้น และจะไม่ถูกรายงานไปยังองค์กรโดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อการศึกษา ซึ่งจะออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น

### บทที่ 3

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลจากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละของข้อมูล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis)

โดยใช้โปรแกรม SPSS Process ตามแนวคิดของ Hayes (2013)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

##### สัญลักษณ์ตัวแปร

EB	แทน	Employer branding (การรับรู้แบรนด์นายจ้าง)
PJfit	แทน	Perceived person-job fit (การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน)
POfit	แทน	Perceived person-organization fit (การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร)
PGfit	แทน	Perceived person-group fit (การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม)
PSfit	แทน	Perceived person-supervisor fit (การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา)
TP	แทน	Task performance (ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน)

CP	แทน	Contextual performance (ผลการปฏิบัติงานตามบริบท)
CWB	แทน	Counterproductive work behavior (พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน)

### สัญลักษณ์ทางสถิติ

M	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
MIN	แทน	ค่าต่ำสุด
MAX	แทน	ค่าสูงสุด
SK	แทน	ค่าความเบ้
KU	แทน	ค่าความโด่ง
TE	แทน	อิทธิพลรวม
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง
IE	แทน	อิทธิพลทางอ้อม
$b$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ
$p$	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ
$se$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
$r$	แทน	ค่าสหสัมพันธ์
$R^2$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ที่มีอายุงานอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นของ Hair และคณะ (2006) ที่กำหนดว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ควรเป็น 10-20 คนต่อ 1 เส้นพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าในงานวิจัยนี้จะใช้เกณฑ์ขนาดตัวอย่างเป็น 20 เท่า โดยมีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าทั้งหมด 9 ตัว ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม คือไม่น้อยกว่า 180 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย (Sampling Method) นี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานคนพิการประกอบไปด้วยความพิการทั้ง 6 ประเภท ได้แก่ ความพิการทางการเห็น, ความพิการทางการได้ยิน และสื่อความหมาย, ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย, ความพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรม, ความพิการทางสติปัญญาและความพิการทางออทิสติก จำนวนทั้งสิ้น 282 คน ซึ่งเป็น

จำนวนมากกว่า 180 คน ส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) ที่ดีขึ้นและเมื่อทำการคัดกรองแล้ว เหลือผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนหรือมีความสมบูรณ์ของคำตอบทั้งสิ้น จำนวน 267 คน โดยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 157 คน (ร้อยละ 58.8) รองลงมาเป็นเพศหญิง 107 คน (ร้อยละ 40.1) กลุ่มตัวอย่างมีความพิการทางการเห็นมากที่สุด มากถึง 131 คน (ร้อยละ 49.1) รองลงมาเป็นประเภทความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย จำนวน 127 คน (ร้อยละ 47.6), ทางการได้ยินและสื่อความหมาย จำนวน 3 คน (ร้อยละ 1.1) นอกจากนี้ ทางจิตใจหรือพฤติกรรม, ทางสติปัญญาและ ทางออทิสติก มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวนประเภทละ 2 คน (ร้อยละ 0.7) ตามลำดับ ทางการเรียนรู้เป็นพนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition ณ ปัจจุบัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (N=267)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ ชาย	157	58.8
หญิง	107	40.1
อื่นๆ	3	1.1
<b>ประเภทความพิการ</b>		
ความพิการทางการเห็น	131	49.1
ความพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย	3	1.1
ความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย	127	47.6
ความพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรม	2	0.7
ความพิการทางสติปัญญา	2	0.7
ความพิการทางออทิสติก	2	0.7
<b>รวม</b>	<b>267</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 2 แสดงอายุและประสบการณ์การทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (N=267)

รายการ	M	SD	MIN	MAX
1.อายุ	35.12	10.8	19	69
2.ประสบการณ์การทำงาน	1.26	.65	1	6

จากตารางที่ 2 สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับอายุและประสบการณ์การทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 35.12 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.8 ซึ่งอยู่ระหว่างอายุ 19 ปี ถึง 69 ปี ส่วนประสบการณ์การทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ยเท่ากับ 1.26 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .65 โดยมีระยะเวลามากที่สุดเท่ากับ 6 ปี และน้อยที่สุด เท่ากับ 1 ปี

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นในการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในงานวิจัยนี้ โดยมีค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) คะแนนต่ำสุด (Min) คะแนนสูงสุด (Max) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) เมื่อพิจารณาตาม George และ Mallery (2010) ที่ได้กำหนดไว้ว่า ความเบ้และความโด่งต้องไม่เกิน -2 และ +2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ที่ได้อยู่ในช่วงแจกแจงที่ปกติ (Normal distribution) โดยพิจารณาจาก ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมบูรณ์ของความเบ้ อยู่ในช่วง -1.38 ถึง 1.17 และค่าสัมบูรณ์ของความโด่ง อยู่ในช่วง -1.11 ถึง 1.85 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทั้งคู่ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยมีการกระจายแบบโค้งปกติ และมีความการแจกแจงที่ยอมรับได้ จึงสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติได้ โดยสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49 โดยมีค่าความเบ้ เท่ากับ -.16 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ซ้าย (Negative skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเมินความคิดเห็นโดยรวมค่อนข้างสูง และมีค่าความโด่ง เท่ากับ -.20 คือมีลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย

ตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ -.37 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ซ้าย (Negative skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความรู้สึกโดยรวมค่อนข้างสูง และมีความโด่งเท่ากับ -.63 คือมีลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย

ตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.37 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ -.57 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ซ้าย (Negative skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความรู้สึกโดยรวมค่อนข้างสูง และมีความโด่งเท่ากับ -.34 คือมีลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย

ตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 1.50 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ .50 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ขวา (Positive skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความรู้สึกโดยรวมค่อนข้างต่ำ และมีความโด่งเท่ากับ -.87 คือมีลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย

ตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 7 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.80 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ .00 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ขวา (Positive skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความรู้สึกโดยรวมค่อนข้างต่ำ และมีความโด่งเท่ากับ -1.11 คือมีลักษณะสูงกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย

ตัวแปรผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .60 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ -1.38 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ซ้าย (Negative skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความถี่ของการกระทำโดยรวมค่อนข้างสูง และมีความโด่งเท่ากับ 1.85 คือมีลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก

ตัวแปรผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .64 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ -.85 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ซ้าย (Negative skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความถี่ของการกระทำโดยรวมค่อนข้างสูง และมีความโด่งเท่ากับ .89 คือมีลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก

ตัวแปรพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .59 จากมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .53 โดยมีค่าความเบ้เท่ากับ 1.17 ซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเบ้ขวา (Positive skew) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการประเมินความถี่ของการกระทำโดยรวมค่อนข้างต่ำ และมีความโด่งเท่ากับ 1.03 คือมีลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ แสดงว่าตัวแปรมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางสรุปการวิเคราะห์สถิติเบื้องต้นของตัวแปรในการวิจัย (N=267)

ตัวแปร	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 ผลการปฏิบัติงานตามบริษัท; CWB คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย พบว่า ไม่มีตัวแปรคู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์มากกว่า .80 ซึ่งหากพบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .80 อาจจะมีปัญหาในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Hair Jr et al., 2010) กล่าวคือ การที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจจะทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัยนี้ มีค่าเท่ากับ -.28 ถึง .75 จึงไม่มีปัญหาในความสัมพันธ์ดังกล่าวเกิดขึ้น รายละเอียดผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย (Correlations)  
(N=267)

ตัวแปร	1	2	3	4	EB	PJfit	POfit	PGfit	PSfit	TP	CP	CWB
1	1											
2	-.128*	1										
3	.004	-.056	1									
4	-.096	.353**	-.084	1								
EB	-.077	.107	-.047	.315**	1							
PJfit	-.128*	.051	-.096	.085	.507**	1						
POfit	-.003	.037	-.044	.119	.577**	.753**	1					
PGfit	-.033	-.002	-.074	.067	.415**	.557*	.744**	1				
PSfit	.048	.113	-.052	.107	.430**	.536**	.704**	.743**	1			
TP	-.079	.189**	-.088	.214**	.376**	.398**	.405**	.358**	.339**	1		
CP	-.174**	.194**	-.072	.125*	.368**	.434**	.457**	.386**	.383**	.644**	1	
CWB	.001	-.037	.192**	-.113	-.178**	-.092	-.105	-.017	-.091	-.276**	-.192**	1
M	1.42	35.12	1.26	2.06	3.7807	4.6292	4.7924	4.0554	4.0629	3.4749	3.0651	.5925
SD	.517	10.800	.648	1.119	.49001	1.49456	1.37091	1.49952	1.79697	.59529	.64246	.53559

หมายเหตุ : -1 คือ เพศ; 2 คือ อายุ; 3 คือ ประสบการณ์ทำงาน; 4 คือ ความพึงการทั้ง 6 ประเภท; 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

ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของข้อมูลประชากรและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่าเพศมีสหสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ( $r = -.128, p < .05$ ) และเพศมีสหสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ( $r = -.174, p < .05$ ) ในทางกลับกันอายุมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ( $r = .194, p < 0.1$ ) และยังมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ( $r = .189, p < 0.1$ ) เช่นเดียวกับลักษณะของความพึงการมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ( $r = .214, p < 0.1$ ) และมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ( $r = .315, p < 0.1$ ) นอกจากนี้ประสบการณ์ทำงานมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ( $r = .192, p < 0.1$ ) โดยความสัมพันธ์จะเห็นได้ว่า ลักษณะ



ของความพิการและการรับรู้แบรนด์นายจ้าง มีค่าสหสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นที่น่าสังเกตว่าอายุกับความพิการทั้ง 6 ประเภทยังมีค่าสหสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานไปในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis) โดยใช้โปรแกรม SPSS

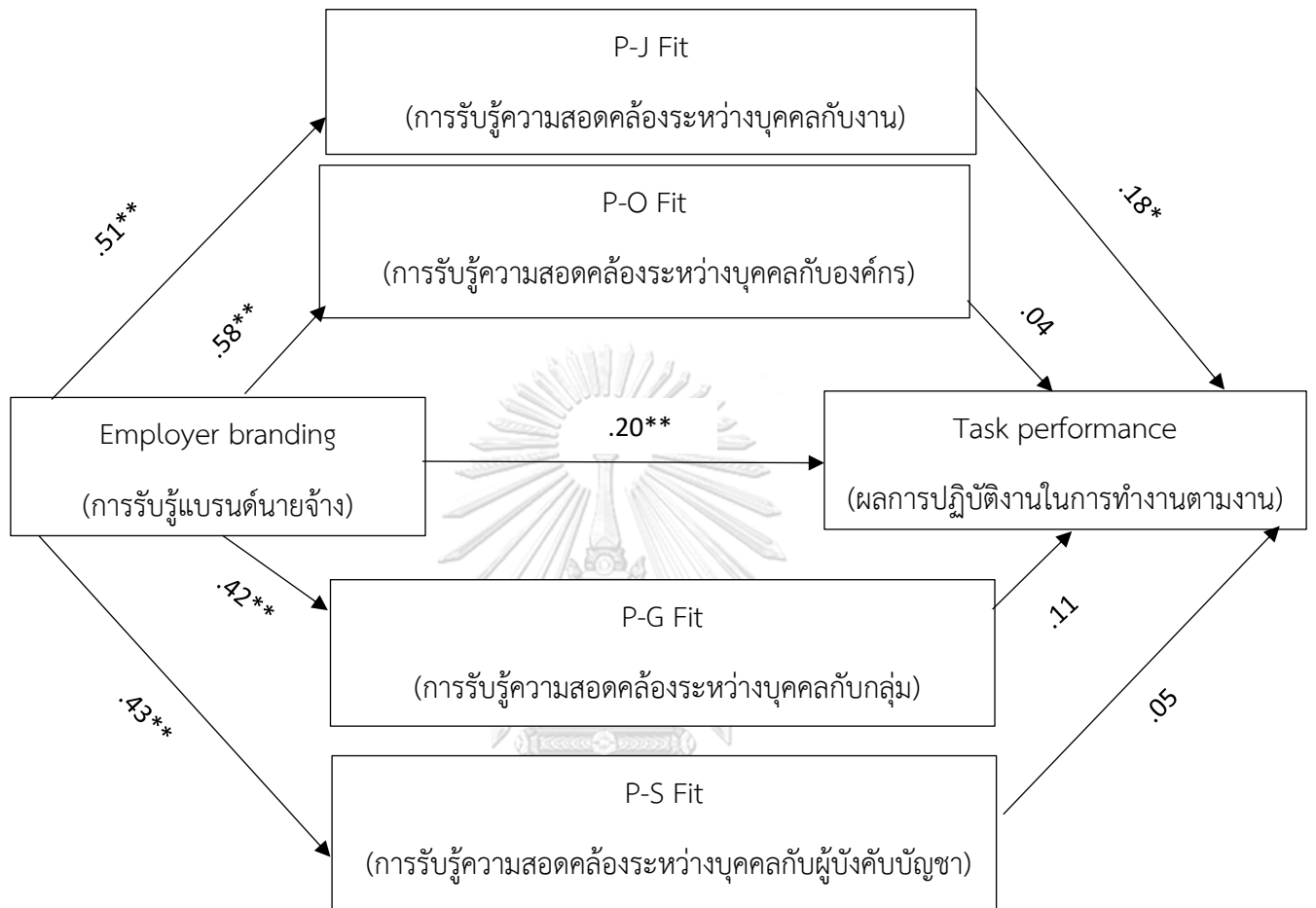
##### Process

ผู้วิจัยใช้คำสั่ง Process Version 4.1 ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Process ในการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยคำสั่ง Process ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลจากตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยเลือกรูปแบบความสัมพันธ์ที่ 4 (Model 4) ใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลจากตัวแปรส่งผ่าน (Mediation analysis)

โดยวิเคราะห์ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) และอิทธิพลทั้งหมด (Total effect) โดยกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตัวแปรต้น	(X)	ได้แก่	การรับรู้แบรนด์นายจ้าง
ตัวแปรตาม	(Y)	ได้แก่	ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน, ผลการปฏิบัติงานตามบริบทและพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน
ตัวแปรส่งผ่าน	(M)	ได้แก่	การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา

กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 1



ตารางที่ 5 ค่าสถิติวิเคราะห์ห้อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

		DE	DE	IE	TE
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>b</i>	.51**	.20**	.09*	.38**
	<i>se</i>	(.16)	(.08)	(.04)	(.07)
	$R^2$	.26		.22	
		F(1,265) = 91.62, $p < .05$		F(5,261) = 14.51, $p < 0.1$	

การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

		DE	DE	IE	TE
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>b</i>	.58**	.20**	.02	.38**
	<i>se</i>	(.14)	(.08)	(.07)	(.07)
	$R^2$	.33		.22	
		F(1,265) = 132.09		F(5,261) = 14.51, $p < 0.1$	

การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

		DE	DE	IE	TE
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>b</i>	.42**	.20**	.05	.38**
	<i>se</i>	(.17)	(.08)	(.04)	(.07)
	$R^2$	.17		.22	
		F(1,265) = 55.28		F(5,261) = 14.51, $p < 0.1$	

การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

		DE	DE	IE	TE
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>b</i>	.43**	.20**	.02	.38**
	<i>se</i>	(.20)	(.08)	(.03)	(.07)
	$R^2$	.19		.22	

$$F(1,265) = 60.10$$

$$F(5,261) = 14.51, p < 0.1$$

- \* $p < .05$ , \*\* $p < 0.1$ , สองหาง

## ผลการทดสอบสมมติฐาน

### สมมติฐานในการวิจัย 1

**สมมติฐานที่ 1.1** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

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

**สมมติฐานที่ 1.2** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

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

**สมมติฐานที่ 1.3** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

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

**สมมติฐานที่ 1.4** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

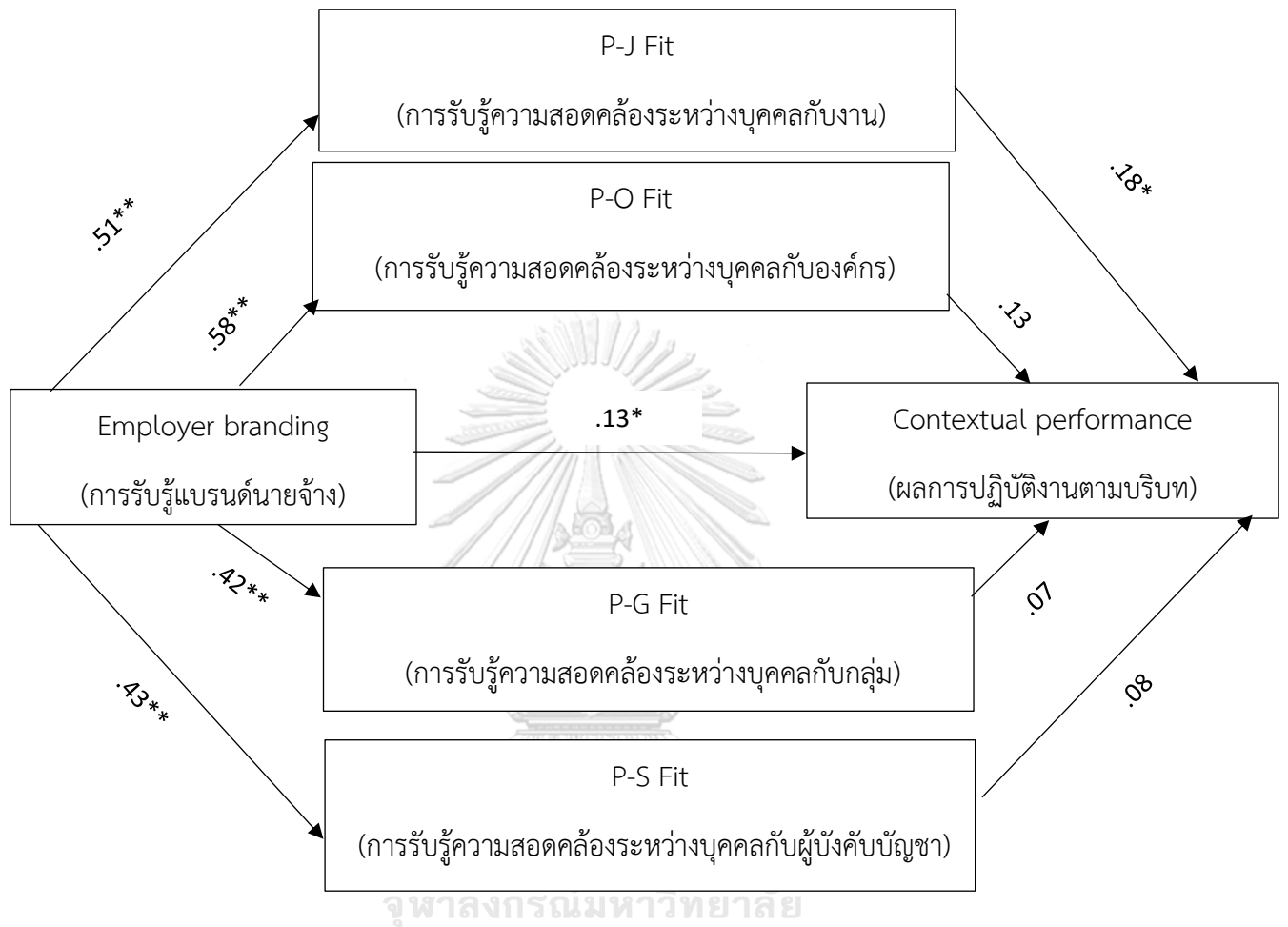
พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .02, p = .59$ ) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1.4

**สมมติฐานที่ 1.5** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

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

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) พบว่าตัวแปรผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน มีค่าเท่ากับ .22 ซึ่งแปลความได้ว่าตัวแปรทำนายทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานในภาพรวมได้ ร้อยละ 22

กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 2



ตารางที่ 6 ค่าสถิติวิเคราะห์หืออิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น      การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน      ผลการปฏิบัติงานตามบริบท

DE

DE

IE

TE

	<i>b</i>	.51**	.13*	.09*	.37**
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>se</i>	(.16)	(.09)	(.05)	(.08)
	$R^2$	.26		.25	
		$F(1,265) = 91.62, p < .05$	$F(5,261) = 17.20, p < .05$		
การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ผลการปฏิบัติงานตามบริษัท					
		DE	DE	IE	TE
	<i>b</i>	.58**	.13*	.08	.37**
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>se</i>	(.14)	(.09)	(.07)	(.08)
	$R^2$	.33		.25	
		$F(1,265) = 132.09$	$F(5,261) = 17.20, p < .05$		
การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม ผลการปฏิบัติงานตามบริษัท					
		DE	DE	IE	TE
	<i>b</i>	.42**	.13*	.03	.37**
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>se</i>	(.17)	(.09)	(.03)	(.08)
	$R^2$	.17		.25	
		$F(1,265) = 55.28$	$F(5,261) = 17.20, p < .05$		
การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ผลการปฏิบัติงานตามบริษัท					
		DE	DE	IE	TE
	<i>b</i>	.43**	.13*	.04	.37**
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>se</i>	(.20)	(.09)	(.04)	(.08)
	$R^2$	.19		.25	
		$F(1,265) = 60.09$	$F(5,261) = 17.20, p < .05$		

- \* $p < .05$ , \*\* $p < 0.1$ , สองหาง

## สมมติฐานในการวิจัย 2

**สมมติฐานที่ 2.1** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน 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 ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการ



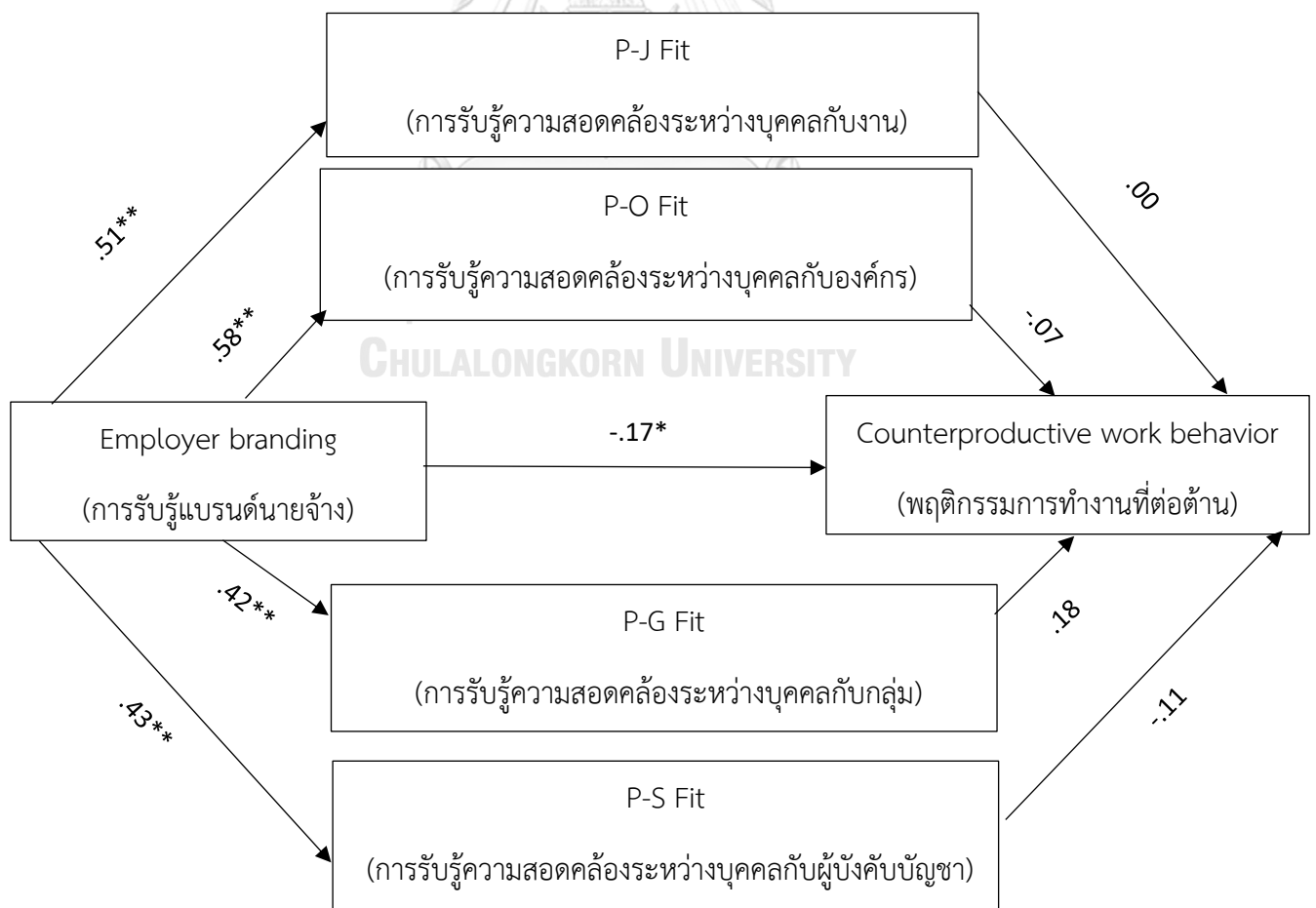
รับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2.4

### สมมติฐานที่ 2.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท

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

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) พบว่าตัวแปรผลการปฏิบัติงานตามบริบท มีค่าเท่ากับ .25 ซึ่งแปลความได้ว่าตัวแปรทำนายทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานตามบริบทในภาพรวมได้ ร้อยละ 25

### กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ 3



ตารางที่ 7 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ตัวแปรตาม					
ตัวแปรต้น	การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน		พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน		
	DE	DE	IE	TE	
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>b</i>	.51**	-17*	.00	-.18
	<i>se</i>	(.16)	(.08)	(.04)	(.07)
	$R^2$	.26		.04	
	$F(1,265) = 91.62$		$F(5,261) = 2.39, p < .05$		
การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร	DE	DE	IE	TE	
	<i>b</i>	.58**	-.17*	-.04	-.18
	<i>se</i>	(.14)	(.08)	(-.06)	(.07)
	$R^2$	.33		.04	
	$F(1,265) = 132.09$		$F(5,261) = 2.39, p < .05$		
การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม	DE	DE	IE	TE	
	<i>b</i>	.42**	.17*	.08	-.18
	<i>se</i>	(.17)	(.08)	(.05)	(.07)
	$R^2$	.17		.04	

	F(1,265) = 55.27		F(5,261) = 2.39, $p < .05$		
	การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา		พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน		
	DE		DE	IE	TE
	<i>b</i>	.43**	-.17*	-.05	-.18
การรับรู้แบรนด์นายจ้าง	<i>se</i>	(.20)	(.08)	(.04)	(.07)
	$R^2$	.19		.04	
	F(1,265) = 60.09		F(5,261) = 2.39, $p < .05$		

- \* $p < .05$ , \*\* $p < 0.1$ , สองหาง

### สมมติฐานในการวิจัย 3

**สมมติฐานที่ 3.1** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .00, p = .99$ ) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความ สอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง กับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1

**สมมติฐานที่ 3.2** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = -.04, p = .56$ ) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความ สอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์ นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2

**สมมติฐานที่ 3.3** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .08, p = .07$ ) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความ สอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้าง กับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.3

**สมมติฐานที่ 3.4** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ค่าอิทธิพลทางอ้อม ไม่พบ ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = -.05, p = .27$ ) กล่าวคือ ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมี การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ดังนั้นผลการวิจัยนี้จึงไม่สนับสนุน สมมติฐานที่ 3.4

**สมมติฐานที่ 3.5** การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ค่าอิทธิพล ทางตรง พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $b = -.17, p < .05$ ) และมีช่วงความ เชื่อมั่นอยู่ระหว่าง  $-.345$  กับ  $-.023$  กล่าวคือ เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านน้อยลง ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.5

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) พบว่าตัวแปรผลการปฏิบัติงานตามบริบท มีค่าเท่ากับ .04 ซึ่งแปลความได้ว่าตัวแปรทำนายทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลการ ปฏิบัติงานตามบริบทในภาพรวมได้ ร้อยละ 4

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

## ตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
		สนับสนุน	ปฏิเสธ
1.1	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน	<input checked="" type="checkbox"/>	
1.2	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
1.3	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
1.4	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
1.5	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน	<input checked="" type="checkbox"/>	
2.1	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน	<input checked="" type="checkbox"/>	
2.2	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
2.3	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
2.4	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน		<input checked="" type="checkbox"/>
2.5	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท	<input checked="" type="checkbox"/>	
3.1	การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน		<input checked="" type="checkbox"/>

- โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- 3.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน
- โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- 3.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน
- โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- 3.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน
- โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- 3.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน



## บทที่ 4 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

### สมมติฐานในการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน**

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.1 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .09, p < .05$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง เมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานจะมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ในมิติของผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ซึ่งทำตามในสิ่งที่ได้รับมอบหมาย หากพนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สูงจะส่งผลให้พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำงานได้ตามจำนวนหรือระยะเวลาที่กำหนดไว้ ผลงานที่พนักงานคนพิการทำออกมา ก็มีประสิทธิภาพที่ดี เกิดข้อผิดพลาดน้อยหรือแทบจะไม่มี ยกตัวอย่าง องค์กร Vulcan coalition ได้ให้พนักงานคนพิการ ที่บกพร่องทางด้านการได้ยิน แต่มีความสามารถอื่น ๆ อาทิ การมองเห็นในระยะกว้าง และมองรายละเอียดได้ดีกว่าคนทั่วไป จึงสามารถจับคำกับประโยคแล้วรวบรวมเป็นข้อมูลให้ AI ได้ อีกทั้งได้มีการให้ความรู้ พร้อมทั้งปรับวิธีการ หรือเครื่องมือในการทำงานให้สอดคล้องกับบุคคลตามสภาพความพิการ แล้วเมื่อองค์กรมีการสร้างการเรียนรู้ได้ถึงความสอดคล้องหรือความเหมาะสมระหว่างบุคคลกับงานมากขึ้น จะช่วยให้คนพิการทางด้านการได้ยิน ทำงานได้ดี เนื่องจากได้ใช้ศักยภาพที่ตรงกับความสามารถได้อย่างแท้จริง โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านสภาพความพิการมาเกี่ยวข้องเนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นการรับรู้ความสอดคล้องระหว่าง

คุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานตามที่บุคคลต้องการ โดยรับรู้ว่าจะมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ศักยภาพตามที่ตนเองคาดหวังไว้ (Kristof-Brown et al., 2005) และเมื่อบุคคลมีการรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องหรือความเหมาะสมระหว่างบุคคลกับงาน จะสามารถปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ (Werbel & Gilliland, 1999) ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวตรี พูลสมบัติ (2550) ที่ได้กล่าวหาว่าหากในองค์กรบุคคลเกิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะรับรู้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย ส่งผลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่ดีมากขึ้น เพราะบุคคลได้ทำงานที่ถนัด ตรงกับความสามารถ และพึงพอใจในงาน จึงเกิดพฤติกรรมในทางบวกของผลลัพธ์ของงานและได้ตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้คาดหวังไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pervin (1968) ที่ได้กล่าวถึงการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมในมิติของงาน ไม่เพียงแต่วัดการรับรู้ในระดับปัจเจกบุคคล แต่สิ่งที่วัดการส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสามารถทำนายอัตราความหมุนเวียนที่เป็นผลมาจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน อีกทั้งพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะเพิ่มผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานได้มากขึ้น โดยผ่านการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

### สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.2 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .02, p = .71$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าจะพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับองค์กร แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร เป็นการรับรู้ในระดับบุคคล การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร สามารถเกิดขึ้นได้จากการที่พนักงานได้รับการดูแล



จากองค์กรหรือมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี ซึ่งตรงกับความต้องการ รวมถึงองค์กรและพนักงานได้ให้ความสำคัญกับเรื่องต่าง ๆ มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน (Kristof, 1996) โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรจะเป็นความเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับตัวองค์กร ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึก ค่านิยม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shin, Y. (2005) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมของบริษัทเกาหลีแห่งหนึ่ง พบว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของพนักงาน จึงทำให้การรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ อีกทั้งองค์กร Vulcan coalition ได้มีการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการทำงานผ่านรูปแบบการจ้างงานมากกว่า ทำให้พนักงานคนพิการไม่ได้ยึดติดกับตัวองค์กร ทางค่านิยม วัฒนธรรมเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของอรวรรณ อินหันท (2554) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำงานของพนักงานคนพิการ คนพิการให้ความสำคัญกับลักษณะงานและประเภทของงานมากที่สุด ซึ่งหากลักษณะงานและประเภทของงานคนพิการสามารถทำงานได้ คนพิการก็จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมปฏิบัติงานเท่าเทียมกับคนทั่วไป โดยมองเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ทำงานเป็นปัจจัยรองลงมา

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร กล่าวคือ นอกจากความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร เป็น 1 ใน 4 มิติของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่สำคัญ (Roberts & Robins, 2004) และการรับรู้แบรนด์นายจ้าง เป็นการรับรู้ของพนักงานในองค์กรที่มีต่อแบรนด์นายจ้าง ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่ตามมาของพนักงานภายในองค์กร สร้างการรับรู้ที่ดีระหว่างบุคคลกับองค์กรก็ยังสามารถช่วยดึงดูดเชิงบวกของพนักงานและองค์กรได้ (Karnica Tanwar Asha Prasad, 2017)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่มการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

**สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน**

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.3 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .05, p = .24$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ก็ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับกลุ่ม แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานของพนักงานคนพิการเป็นผลจากการดำเนินงานของพนักงานตามภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ ซึ่งความสามารถที่เกิดขึ้นเกิดตามเป้าหมายหรือสอดคล้องตามแบรนด์นายจ้างที่ได้สร้างไว้เพื่อพนักงานในองค์กร (Sutrisno, 2016) โดยการทำงานของพนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition พนักงานคนพิการแต่ละคนจะทำงานหน้าที่ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เช่น คนพิการทางด้านสายตามีทักษะการฟังที่ดีสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานสร้างฐานข้อมูลจำนวนมาก ผ่านการฟังและพิมพ์ข้อมูลตามคำบอก คนพิการทางการเคลื่อนไหวมีทักษะสายตาและการวิเคราะห์ได้ดีสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการจับคู่รูปภาพ เพื่อสร้างฐานข้อมูลให้ AI คนพิการทางการได้ยิน สามารถมองเห็นในระยะกว้าง และมองรายละเอียดได้ดีกว่าคนทั่วไป จึงสามารถจับคำกับประโยคแล้วรวบรวมเป็นข้อมูลให้ AI ได้ นอกจากนี้คนพิการทางด้านออทิสติก มีสามารถจับแพตเทิร์นได้ดี มีสมาธิจดจ่อกับสิ่งที่สนใจ โดยทุกประเภทความพิการสร้างผลลัพธ์แบบเดียวกัน เป็นฐานข้อมูลจำนวนมากสำหรับสร้างเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะเห็นได้ว่าแต่ละประเภทความพิการจะมีวิธีการหรือรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกัน และด้วยรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะการทำงานคนเดียวมกกว่าการทำงานแบบกลุ่ม จากที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าความพิการแต่ละประเภทมีข้อจำกัดทางด้านร่างกายที่แตกต่างกัน ทำให้คนพิการแต่ละประเภทสามารถทำงานร่วมกันได้ยากในบางจุด ยกตัวอย่าง คนพิการทางการได้ยินจะต้องใช้ภาษามือในการสื่อสาร คนพิการทางด้านสายตาจะต้องให้การสื่อสารผ่านการสัมผัส เป็นต้น การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มจึงไม่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ด้วยรูปแบบการทำงานของบริษัท Vulcan coalition ที่เน้นการทำงานคนเดียวมากกว่ากลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นการศึกษาในเรื่องที่บุคคลในองค์กรสามารถที่จะแสดงบทบาทหน้าที่ของตนเอง ตามงานที่ได้รับมอบหมายกับทีมหรือเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Judge and Ferris (1992) ที่ได้กล่าวว่า

การรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องของทักษะ ค่านิยม บุคลิกลักษณะ ซึ่งเป็นการรับรู้ของปัจเจกบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกัน พุดคุยสื่อสาร และเรียนรู้แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน หากไม่มี

ปฏิสัมพันธ์ร่วมกันความสัมพันธ์ที่สนิทสนมของภายในทีมก็จะไม่เกิดขึ้น ทำให้ไม่ว่าพนักงานคนพิการ จะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tajfel and Turner (1986) กล่าวว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม เป็นรับรู้ของบุคคลว่าตนเองมีลักษณะนิสัย ความชอบที่เข้ากับกลุ่มหรือเพื่อนร่วมงานได้หรือไม่ ซึ่งลักษณะนิสัย ความชอบ เป็นสิ่งที่แต่ละกลุ่มแตกต่างกัน เพื่อดึงดูดให้คนที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันจนเกิดความสนิทสนม แต่ไม่ได้บ่งบอกถึงผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากผลการปฏิบัติงานเป็นความสามารถของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับทักษะ ความรู้ ความสามารถของบุคคล

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม โดยการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานภายในองค์กร ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กรตามมา รวมถึงพฤติกรรมเชิงบวกในการทำงานเป็นกลุ่ม (Mayer et al., 1995)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่มการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

#### สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .02, p = .59$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มขึ้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Schaubroeck & Lam (2002) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ ผู้บังคับบัญชาเป็นการรับรู้ระดับปัจเจกบุคคล รับรู้ถึงความเหมาะสม ความเข้ากันได้ระหว่างพนักงาน กับผู้บังคับบัญชา โดยจะส่งผลต่อความรู้สึก ความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งหากพนักงานรู้สึก ว่า ค่านิยมของตนตรงกันกับผู้บังคับบัญชา พนักงานจะสามารถทำงานได้อย่างราบรื่น สามารถพูดคุย ปรึกษา กับทางผู้บังคับบัญชาได้ ซึ่งการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาจะ มี ความสัมพันธ์ต่อบรรยากาศในการทำงานระหว่างบุคคลมากกว่า อีกทั้ง ด้วยรูปแบบการทำงานของ พนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition จะมีผู้บังคับบัญชาแต่ละสายงานตรวจและประเมินผล งานเป็นประจำทุกวัน แต่ในระหว่างการทำงานผู้บังคับบัญชาจะให้อิสระกับผู้ใต้บังคับบัญชาในการ ปฏิบัติงาน ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบของระยะเวลาและผลการปฏิบัติงานที่ทางองค์กรคาดหวังไว้ ทำให้ ผู้บังคับช้ญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาได้เรียนรู้กันค่อนข้างน้อย ยกตัวอย่าง ในการประชุมทีมแต่ละครั้ง พนักงานทุกคนจะได้รับมอบหมายงานจากทางผู้บังคับบัญชาและมีการพูดคุยถึงแผนการทำงานของ บริษัท เมื่อเสร็จภารกิจพนักงานแต่ละคนก็ได้แยกย้ายไปปฏิบัติงานตามงานที่ได้รับมอบหมาย โดย ผู้บังคับบัญชาไม่ได้มีการควบคุมหรือติดตามงานตลอดเวลา จะได้มีการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาใน กรณีการทำงานเกิดปัญหา หรือ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่ทางบริษัทคาดหวังไว้ เช่น ไม่ทำงาน ตามปริมาณที่กำหนด ทำงานได้น้อย เข้างานไม่สม่ำเสมอ เป็นต้น ซึ่งหากสามารถทำงานได้อย่าง ราบรื่นหรือเป็นไปตามที่องค์กรคาดหวังไว้ จะเป็นการพูดคุยสรุปรงานแล้วก็ได้รับมอบหมายการทำงาน อื่น ๆ ต่อไป ด้วยสาเหตุนี้ทำให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาไม่ได้ส่งผลให้ ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างหรือผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Deconinck and Johnson (2009) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ ผู้บังคับบัญชาจะต้องเกิดจากการมีการแลกเปลี่ยนทางสังคม นั่นคือการทำงานร่วมกัน การพูดคุย แลกเปลี่ยน ปรึกษาซึ่งกันและกัน ซึ่งการทำงานภายใต้การดูแลของผู้บังคับบัญชาตลอดเวลาจะส่งผล ต่อความรู้สึก แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน รวมถึงมีผลผลิตตามที่ทางผู้บังคับช้ญชาคาดหวังไว้ แต่หากไม่ได้มีผู้บังคับช้ญชาดูติดตามหรือพูดคุยกับพนักงาน กรณีที่เกิดปัญหาในขณะนั้น การวัดผล การปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ที่มีผลการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับช้ญชาส่งผลก็อาจจะไม่สามารถวัดได้ เนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับช้ญชามีเป็น ความรู้สึกและการนึกคิดตามสถานการณ์ สามารถเปลี่ยนแปลงได้

อย่างไรก็ตามซึ่งในงานวิจัยนี้ แม้ว่าการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับช้ญชามีไม่ได้เป็นตัวแปร ส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับช้ญชากล่าวคือ พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีแนวโน้มที่จะมีการการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับช้ญชามากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Danial (2011) ได้ศึกษาว่าการรับรู้ความ สอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ในมิติของผู้บังคับช้ญชาก็ว่าพนักงานจะรับรู้ความ

สอดคล้องจะต้องมีการรับรู้และเข้าใจในแบรนด์นายจ้าง จึงเกิดทัศนคติและแรงจูงใจเชิงบวกในการทำงาน ซึ่งหากรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สูงก็จะมี การรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาที่สูงเช่นกัน

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่ม การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

### สมมติฐานที่ 1.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1.5 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .20, p < 0.1$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน กล่าวคือการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mayer et al. (1995) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสร้างแบรนด์นายจ้างได้ส่งผลต่อการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงาน ซึ่งเกิดจากแรงจูงใจเชิงบวกต่อองค์กร ซึ่งพบว่า แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานภายในองค์กร ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กรตามมา โดยงานวิจัยนี้ ได้อธิบายว่าแรงจูงใจของพนักงานมีผลต่อความสามารถในการทำงานและความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ยกตัวอย่างบริษัท Vulcan coalition ได้มีรูปแบบลักษณะและคุณภาพในการจ้างงานพนักงานคนพิการในองค์กร ในตำแหน่ง AI trainer ซึ่งคนพิการแต่ละประเภทความสามารถใช้วิธีการหรือเครื่องมือในการทำงานที่แตกต่างกัน แต่สามารถทำงานออกมาได้ตามที่องค์กรคาดหวังไว้ โดยคนพิการทางด้านการมองเห็นสามารถทำงานด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยเปิดระบบสั่งการด้วยเสียง ในการทำฐานข้อมูล AI จำนวนมากด้วยรูปแบบลักษณะการทำงานแบบนี้ทำให้พนักงานพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สูง ส่งผลให้คนพิการทางการมองเห็นสามารถมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Gapp and Merrilees (2006) ที่พบว่า การสร้างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างให้เกิดขึ้นกับพนักงานมีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมของพนักงานในการแสดงออกทางด้านผลงาน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน แต่ก็ยังพบว่าหากผ่านตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานเพิ่มเติมจะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ สาวิตรี พูลสมบัติ (2550) ได้กล่าวว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ว่าหากในองค์กรบุคคลเกิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน โดยบุคคลรับรู้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน เนื่องจากบุคคลนั้นสามารถทำงานได้ตรงกับศักยภาพและความรู้ ความสามารถที่ตนมี อีกทั้งยังส่งผลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่ดีมากขึ้น เพราะบุคคลได้ทำงานที่ถนัด ตรงกับความสามารถ และมีความรักและพึงพอใจในงาน จึงเกิดพฤติกรรมในทางบวกของผลลัพธ์ของงานและอยากจะทำงานออกมาให้ดีและได้ตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้คาดหวังไว้

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

## สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.1 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .09, p < .05$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง เมื่อพนักงานคนพิการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบทจะมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือหากพนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานที่สูงจะส่งผลให้พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างอยู่แล้วมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ทำให้บุคคลทำงานได้ตรงตามทักษะ ความสามารถและสามารถปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถของตน (Werbelt & Gilliland, 1999) โดยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ทำให้บุคคลมีความรู้สึกเชิงบวกต่อสภาวะแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลการปฏิบัติงานตามบริบทดีขึ้น ยกตัวอย่าง ในสถานการณ์ฉุกเฉินคนพิการทางด้านการมองเห็นไม่สามารถปฏิบัติงานในตำแหน่ง AI trainer ได้ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย แต่ทางบริษัท Vulcan coalition สามารถมีพนักงานคนพิการทางด้านการได้ยิน ซึ่งมีประเภทความพิการที่แตกต่าง แต่สามารถมาปฏิบัติงานในตำแหน่ง AI trainer ได้แทน เนื่องจากบริษัท Vulcan coalition ได้มีการมุ่งเน้นให้พนักงานคนพิการทุกคนรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ให้คนพิการได้ทำงานตามความสามารถ ตามศักยภาพ แม้จะมีประเภทความพิการที่แตกต่างกัน โดยคนพิการแต่ละประเภทความพิการสามารถใช้วิธีการหรือเครื่องมือในการทำงานที่แตกต่างกัน แต่สามารถทำงานออกมาได้

ตามที่องค์กรคาดหวังไว้ ทำให้พนักงานคนพิการสามารถรับอาสาในการปฏิบัติงานในส่วนนั้นแทนกันได้ ด้วยคนพิการรับรู้ได้ถึงความสามารถของตนเองต่อการปฏิบัติงานนั้น และเมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะช่วยให้การรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทได้ดีมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวิตรี พูลสมบัติ (2550) ได้กล่าวว่าหากในองค์กรบุคคลเกิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน โดยบุคคลรับรู้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน เนื่องจากบุคคลนั้นสามารถทำงานได้ตรงกับศักยภาพและความรู้ ความสามารถที่ตนมี อีกทั้งยังส่งผลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่ดีมากขึ้น เพราะบุคคลได้ทำงานที่ถนัด ตรงกับความสามารถ และมีความรักและพึงพอใจในงาน จึงเกิดพฤติกรรมในทางบวกของผลลัพธ์ของงานและอยากจะทำงานออกมาให้ดีหรือมองเห็นโอกาสอื่น ๆ ที่ความสามารถตรงกับงานที่ตนสามารถทำได้

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เนื่องจากพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะเพิ่มผลการปฏิบัติงานตามบริบทได้ โดยผ่านการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

## สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.2 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .08, p = .22$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง หมายความว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรหรือไม่ ก็ได้ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการองค์กร Vulcan coalition ที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatman (1989) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นการรับรู้ความเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของบุคคลและบรรยากาศในการทำงาน ซึ่งหากบุคคลรับรู้ได้ถึงแบรนด์นายจ้างที่ดีจะส่งผลต่อการรับรู้ความเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับองค์กรที่มากขึ้น ทำให้บุคคลที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ ได้อย่างมีความสุข ทั้ง องค์กร Vulcan coalition พนักงานคนพิการมีลักษณะการปฏิบัติงานที่ค่อนข้างอิสระ ไม่ได้บังคับว่าต้องเข้ามาทำงานประจำที่บริษัท รูปแบบการทำงานของ

พนักงานคนพิการในตำแหน่ง AI trainer จึงค่อนข้างมีความยืดหยุ่นสูง พนักงานคนพิการสามารถเลือกปฏิบัติงานที่พื้นที่ใดก็ได้ ซึ่งเป็นรูปแบบลักษณะการจ้างงานที่สร้างการดึงดูดและแรงจูงใจให้กับพนักงานคนพิการที่ดี ทำให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น ด้วยวัฒนธรรมองค์กรและลักษณะการทำงานทำให้ไม่ค่อยได้มีกิจกรรมที่จัดขึ้นในองค์กร Vulcan coalition การติดต่อสื่อสารระหว่างกันของพนักงานกับองค์กรจึงน้อย ทำให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรไม่ได้ส่งผลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับการปฏิบัติงานตามบริบทเพิ่มขึ้น เช่น ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบขององค์กร การใส่ใจและนึกถึงองค์กร เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Han, T. S., Chiang, H. H., McConville, D., & Chiang, C. L. (2015) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นความรู้สึกภายในของบุคคล ซึ่งจะมีผลแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมตามสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม หรือได้เข้าร่วมกิจกรรมในองค์กรที่เป็นการกระตุ้นหรือพัฒนาพฤติกรรมการสร้างผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่ดี ตามที่องค์กรได้คาดหวังไว้

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กร และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความผูกพันมุ่งมั่นทุ่มเทที่มีต่อองค์กร (Terlav Ruzzier and Kase, 2016)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่มการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

### สมมติฐานที่ 2.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.3 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .03, p = .48$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน อิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความ



สอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม เป็นความสามารถของบุคคลแต่ละคนที่รับรู้ถึงความสอดคล้องของทักษะ ความรู้ ความสามารถ ค่านิยม บุคลิกลักษณะ บรรทัดฐานส่วนบุคคล ที่มีความสอดคล้องระหว่างตนเองกับกลุ่ม ซึ่งความสอดคล้องของบุคคลแต่ละคนกับความสัมพันธ์กลุ่ม เพื่อนร่วมงาน เช่น การพูดคุยที่เข้ากันได้ หรือมีความชอบ ค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน แต่ก็ไม่ได้มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Sekiguchi et al., 2006) จากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ พนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition มีรูปแบบการทำงานแบบเดี่ยวมากกว่าการทำงานแบบกลุ่ม เช่น พนักงานคนพิการทางด้านสายตาวัดจะมีการใช้คอมพิวเตอร์และหูฟังสำหรับการทำงานในตำแหน่ง AI trainer โดยฟังผ่านระบบบรรยายภาพด้วยเสียงที่ติดตั้งมากับเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อสามารถจับคู่รูปภาพกับข้อความ ซึ่งเป็นวิธีการทำงานของทางบริษัท Vulcan coalition ที่ได้ออกแบบไว้ โดยคนพิการทางด้านสายตาวัดจะมีการสวมใส่หูฟังตลอดการทำงาน อีกทั้งต้องมีสมาธิจดจ่อกับการทำงาน จึงมีการสร้างผลการปฏิบัติงานจากรูปแบบการทำงานคนเดียวมากกว่า นอกจากนี้ พนักงานคนพิการทางด้านการได้ยิน จะสื่อสารโดยใช้ภาษามือเป็นหลัก ทำให้ไม่ค่อยได้มีการติดต่อสื่อสารกันภายในกลุ่ม เนื่องจากภาษามือเป็นทักษะเฉพาะที่ต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจ บริษัท Vulcan coalition จึงได้ออกแบบการทำงานของพนักงานคนพิการในตำแหน่ง AI trainer ให้สามารถทำงานคนเดียวเป็นหลัก เนื่องจากความพิการแต่ละประเภทมีข้อจำกัดที่แตกต่างกันและลักษณะการทำงานแบบเดี่ยวมากกว่า พนักงานคนพิการจึงมีลักษณะการทำงานแบบต่างคนต่างทำงาน การพูดคุยสื่อสารในระหว่างกลุ่มจะน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Woodcock and Francis (1994) ที่ได้กล่าวว่า การที่สมาชิกในทีมที่มีความแตกต่างทางด้านทักษะ ความรู้หรือความพิการมารวมกลุ่มกัน ทำงานร่วมกันจะเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการพูดคุย ซึ่งหากไม่มีการทำงานเป็นกลุ่มจะทำให้โอกาสในการที่จะพูดคุยสื่อสารก็จะน้อยลง เนื่องจากสมาชิกจะสนใจแต่งานของตนเอง จนรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีม โอกาสจึงน้อยที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานด้วยกัน ทำให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มจึงไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างและผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม โดยการรับรู้แบรนด์นายจ้าง โดยงานวิจัยของ Kristof- Brown et al. (2005) ได้กล่าวถึงความสำคัญของ ลักษณะของตัวองค์กร การออกแบบและสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ และการรับรู้ของบุคคลต่อลักษณะองค์กรนั้น ๆ ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็น 1 ใน 4 มิติของสภาพแวดล้อม

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่มการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

#### สมมติฐานที่ 2.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.4 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .04, p = .33$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าจะพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา แต่ไม่ได้ส่งผลให้พนักงานคนพิการมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มขึ้น โดยงานวิจัยของ Wexley et al. (1980) กล่าวว่า หากพนักงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองตรงกับผู้บังคับบัญชา พนักงานจะมีความพึงพอใจกับงานและสภาพแวดล้อมการทำงานทั่วไป โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา เป็นความสอดคล้องของคุณค่าระหว่างผู้นำและผู้ตาม หรือ ความคล้ายคลึงด้าน บุคลิกลักษณะระหว่างผู้นำกับผู้ตาม (Schaubroeck & Lam, 2002) ซึ่งความคล้ายคลึงกันเกิดขึ้นจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งองค์กร Vulcan coalition ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี ทำให้พนักงานทุกคนมีแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน เกิดพฤติกรรมเชิงบวกต่อการทำงาน พนักงานแม้จะอยู่ในตำแหน่งผู้บังคับบัญชาหรือใต้บังคับบัญชา มีความเข้าใจและเปิดรับในความแตกต่างกัน อีกทั้งลักษณะการทำงานของพนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition เป็นลักษณะการทำงานแบบแยกการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นหลัก จึงไม่ได้มีเรื่องการทำงานตามคำสั่งของผู้บังคับช้ญามากนัก ยกตัวอย่าง พนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition จะมีผู้บังคับบัญชาแต่ละสายงานตรวจและประเมินผลงานเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งในระหว่างการทำงานผู้บังคับบัญชาไม่ได้ควบคุมหรือออกคำสั่งในการปฏิบัติงานแต่ละครั้ง โดยให้ผู้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติงานตามอิสระ แต่อยู่ภายใต้กรอบของเวลาและปริมาณงานที่กำหนดไว้ จึงทำให้บริษัท Vulcan coalition ไม่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการรับรู้แบรนด์กับผลการปฏิบัติงานตามบริบท

อย่างไรก็ตามซึ่งในงานวิจัยนี้ แม้ว่าการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบท แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา กล่าวคือ พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีแนวโน้มที่จะมีการการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wyatt (2005) ที่กล่าวว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างการรับรู้และสร้างคุณค่าให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาในเชิงบวก

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพิ่มการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาของพนักงานคนพิการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

## สมมติฐานที่ 2.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2.5 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .13, p < .05$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานตามบริบทมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท กล่าวคือการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สูงจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งพนักงานภายในองค์กรที่รับรู้ได้ถึงคุณค่าที่องค์กรมอบให้ เกิดแรงจูงใจ อยากจะปฏิบัติงานให้ดีขึ้นหรือมีพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร เพื่อองค์กรที่เติบโตและการเป็นสมาชิกที่ดีที่คงอยู่ในองค์กรต่อไป กลายเป็นองค์กรที่อยากทำงานและอยากทำงานอยู่ในองค์กรไปนาน ๆ (Figurska & Matuska, 2013) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Crant (1995) ที่ได้กล่าวว่าพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กรจะเป็นผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ เป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้มาจากงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง แต่เป็นพฤติกรรมตามบริบท สภาพแวดล้อม โดยจะมีพฤติกรรมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานตระหนัก รับรู้ และแสดงออกพฤติกรรม การกระทำตามความรู้สึก นึกคิด เช่น การให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมอื่น ๆ การช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน การกระตือรือร้นในการทำงาน การมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน การยึดมั่น หรือแม้แต่การตัดสินใจคงอยู่เป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กร ซึ่งหลายองค์กรให้ความสำคัญผลการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ยกตัวอย่าง บริษัท Vulcan coalition จะมีจัดกิจกรรมในการออกประชาสัมพันธ์หรือเข้าร่วมกับองค์กรอื่น ๆ สม่่าเสมอ โดยพบว่าพนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition จะมีการหมุนเวียนหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งนอกเหนือจาก

ผลการปฏิบัติงานตามงานอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่ได้มีข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกายมาเป็นอุปสรรคในการทำงาน เนื่องด้วยพนักงานทุกคนในองค์กรเห็นในศักยภาพที่มีอยู่ของคนทุกคน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท แต่ก็ยังพบว่าหากผ่านตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานตามบริบทเพิ่มเติม จะส่งผลการปฏิบัติงานตามบริบทเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งในด้านความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานได้มีงานวิจัยกล่าวเพิ่มเติมว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลและกับงานของพนักงานในองค์กรจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของงานที่ดี อีกทั้งงานวิจัยในปัจจุบันยังแนะนำว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่แข็งแกร่งที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน (Zulfiqar Ali Rajper et al., 2020)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท

### สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .00, p = .99$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างสูงจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานที่สูงตาม แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ยกตัวอย่างพนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition มีการรับรู้รูปแบบลักษณะทำงานและการจ้างงาน เกิดแรงจูงใจการทำงาน ส่งผลให้คนพิการสามารถทำงานได้ ซึ่งมีผลการปฏิบัติงานตามที่องค์กรคาดหวัง แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานของพนักงานคนพิการที่สามารถทำงานได้ตรงความสามารถหรือศักยภาพไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีพฤติกรรมที่ต่อต้านที่มีเจตนาทำความเสียหายหรือเป็นภัยต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Miles (2001) ที่ได้กล่าวว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน เป็นการรับรู้ถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถของบุคคลคนนั้น ว่าสามารถทำงานได้ได้ตรงกับความถนัดของตนหรือไม่ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับความรู้สึกทางอารมณ์ หรือ

การตัดสินใจที่มีจากภาวะทางอารมณ์ จึงไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เนื่องด้วยพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านเกิดจากที่บุคคลคนนั้นมีสภาวะความรู้สึกทางอารมณ์ที่ไม่มีแรงจูงใจที่อยากจะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และตั้งใจทำให้ไม่บรรลุเป้าหมาย โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานที่บุคคลต้องการ โดยส่วนใหญ่ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านมักเกิดมากขึ้น เมื่อพนักงานรับรู้ว่าคุณไม่ได้ได้รับความยุติธรรมบางประการทำให้เกิดสภาวะความเครียดของแต่ละบุคคล จึงตอบโต้ต่อความไม่ยุติธรรมในมุมมองของบุคคลในเชิงลบ ด้วยความไม่ยุติธรรมให้กลับองค์กร เช่น การไม่เต็มทีกับการทำงาน เป็นต้น จึงทำให้ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์ นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Cohen-Charash, 2001)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ming Yu Lin (2018) ที่กล่าวว่า เมื่อพนักงานมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี จึงสร้างแรงจูงใจในการทำงาน อีกทั้งการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี มีส่วนช่วยให้การรับรู้ความสอดคล้องหรือความเหมาะสมระหว่างบุคคลกับงานมากขึ้น ด้วยรูปแบบหรือคุณภาพในการจ้างงานที่สนับสนุนหรือช่วยเหลือบุคคลต่อการทำงาน เช่น การได้รับการจัดอบรมหรือพัฒนาทักษะบางประการจากองค์กร เพื่อนำไปใช้ในการทำงานหรือพัฒนางาน เป็นต้น นอกจากนี้การรับรู้แบรนด์นายจ้างสามารถส่งผลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานในเชิงบวก โดยทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจและพึงพอใจในการทำงาน พนักงานมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน ดึงศักยภาพ และมองเห็นโอกาสพัฒนาทักษะใหม่ที่สอดคล้องกับงานนั้น ๆ มากขึ้น (Werbel & Gilliland, 1999)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทำให้พนักงานคนพิการเกิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานของพนักงานคนพิการเพิ่มขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

### สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = -.04, p = .56$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร

หรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีจะส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lisa M. Penney (2005) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านจะเกิดความเครียด ปฏิกริยาทางอารมณ์เชิงลบเป็นตัวกระตุ้น เนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร เป็นการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างตนเองกับองค์กร ด้านค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร หรือเป้าหมายขององค์กร ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เนื่องจากพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านเกิดขึ้นจากภาวะความเครียดและความกดดันของพนักงาน อาจเกิดจากความไม่ได้รับความยุติธรรม การลดแรงจูงใจในการทำงาน โดยเกี่ยวข้องกับการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ซึ่งหากการรับรู้แบรนด์นายจ้างต่ำ จะส่งผลให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรต่ำและมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านที่มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Flaherty and Moss (2007) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความไม่ยุติธรรมในองค์กรเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลมีปฏิกริยาตอบสนองทางลบด้วยการแสดงพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงาน เนื่องจากไม่มีแรงจูงใจเชิงบวกต่อองค์กรและไม่ได้อยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรต่อไป

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร โดยงานวิจัยของ Ergun et al. (2018) ได้กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างทำให้พนักงานมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรมากขึ้น จากความเข้าใจและรับรู้คุณค่าในแบรนด์นายจ้าง

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทำให้พนักงานคนพิการเกิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรของพนักงานคนพิการเพิ่มขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

**สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน**

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.3 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = .08, p = .07$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี ส่งผลมีความสามารถในการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มได้ดี แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition เนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม เป็นการที่บุคคลนั้นสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงพฤติกรรมกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานได้อย่างเหมาะสม มุ่งเน้นเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ของปัจเจกบุคคลกับกลุ่มที่เขาได้ร่วมงานด้วย โดยเป็นความสอดคล้องเข้ากันได้ระหว่างบุคคลกับกลุ่มคนที่ทำงาน (Judge & Ferris, 1992) โดยไม่ได้พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร กล่าวคือ หากพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ไม่มีรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม อาจเกิดความขัดแย้ง หรือ ความไม่เข้าใจกันระหว่างบุคคล แต่ไม่ถึงขนาดมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ด้วยพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากภาวะอารมณ์โกรธของปัจเจกบุคคล เป็นพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีเจตนาทำความเสียหายและเป็นภัยต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Quratulain and Crawshaw (2013) ที่ได้กล่าวว่า อารมณ์โกรธมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ทั้งนี้การที่บุคคลนั้นจะไม่สามารถควบคุมอารมณ์โกรธของตนได้ จนทำให้เกิดผลลัพธ์ทางลบ เนื่องมาจากการขาดแรงจูงใจต่อองค์กร

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม โดยงานวิจัยของ Martin and Hetrick (2006) กล่าวว่า การสร้างการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างให้เกิดขึ้นกับพนักงานในองค์กรจะมีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมของพนักงานหรือกลุ่มของพนักงานในการแสดงออกพฤติกรรมภายในองค์กร ซึ่งหากพนักงานรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีก็จะมีพฤติกรรมต่อตนเองและกลุ่มที่ดี ไม่มีความขัดแย้งเกิดขึ้นภายในองค์กร ด้วยพฤติกรรมกลุ่มเป็นสิ่งที่เรารู้ว่าหนึ่งที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงลบหรือมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ไม่ดี

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทำให้พนักงานคนพิการเกิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มของพนักงานคนพิการเพิ่มขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

### สมมติฐานที่ 3.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.4 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = -.05, p = .27$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง ไม่ว่าพนักงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาหรือไม่ ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล กล่าวคือพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี จะมีความสามารถในการรับรู้ระหว่างตนเองกับผู้บังคับบัญชา แต่การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dimitrios Mihail (2018) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เป็นการรับรู้ความเหมาะสมหรือเข้ากันได้ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ซึ่งส่งผลด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและบรรยากาศในการทำงานระหว่างบุคคล โดยหากพนักงานรับรู้ได้ถึงความเข้ากันได้กับผู้บังคับบัญชา จะทำให้การทำงานราบรื่น ไม่เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคล โดยหากเกิดความขัดแย้งจะเป็นสภาวะขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลเท่านั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร ซึ่งงานวิจัยของ ซูซัย สมिति ไกร (2551) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ส่วนใหญ่มาจากพื้นฐานทางจิตใจและมีแรงกระตุ้นจากการรับรู้สิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอก โดยจะแสดงออกพฤติกรรมเชิงลบต่อองค์กร ทำให้องค์กรไม่สามารถไปสู่ที่คาดหวังไว้ได้อย่างราบรื่น ทั้งนี้ด้วย รูปแบบและลักษณะการทำงานของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition มีลักษณะการทำงานที่อิสระและมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา โดยผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงาน โดยอยู่ภายใต้กรอบความเหมาะสมที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้ ยกตัวอย่าง ผู้บังคับบัญชาจะมีการประชุมและประเมินงาน พร้อมมอบหมายงานใหม่เป็นประจำทุกเดือน ซึ่งหากพนักงานเลือกปฏิบัติงานในสถานที่อื่นที่ไม่ได้อยู่ที่เดียวกับผู้บังคับบัญชา จะทำให้มีโอกาสมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้น้อย อาจจะมีการติดต่อกันผ่านเครื่องมือสื่อสารแต่ก็ไม่ได้มีการใช้พูดคุย เพื่อเรียนรู้ซึ่งกันและกันมากนัก ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ไม่ได้พูดคุยหรือแลกเปลี่ยนกับทางผู้บังคับบัญชา เนื่องจากลักษณะการทำงานจะต้องใช้สมาธิในการทำงาน มีการจดจ่อกับการทำงาน เพื่อผลลัพธ์การทำงานที่มีประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition จึงมีรูปแบบการปฏิบัติงานที่สามารถทำงานคนเดียวในตำแหน่ง AI trainer จึงไม่ได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างบุคคลหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา จึงทำให้นามาสู่ความขัดแย้งระหว่างบุคคลได้น้อย ถึงแม้ว่าจะรับรู้ไม่สอดคล้องกับระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ความขัดแย้งนั้นก็ได้ส่งผลกระทบต่อองค์กรหรือมีความรุนแรงที่จะก่อให้เกิด



พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านได้ ทำให้การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาจึงไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

อย่างไรก็ตามซึ่งในงานวิจัยนี้ แม้ว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน แต่การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา กล่าวคือ พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะมีการการรับรู้ระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีมุมมองและทัศนคติที่สอดคล้องกับผู้บังคับบัญชา จนเกิดความเข้าใจและสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข (Schaubroeck & Lam, 2002)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทำให้พนักงานคนพิการเกิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาของพนักงานคนพิการเพิ่มขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

### สมมติฐานที่ 3.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.5 กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $b = -.17, p < .05$ ) หรืออีกนัยหนึ่ง เมื่อพนักงานคนพิการมีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมากขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านน้อยลง

ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bayarsaikhan Buyanjargal (2017) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในเชิงบวก เช่น ความตั้งใจในการทำงานและช่วยเพิ่มความสามารถของพนักงานในการมีส่วนร่วมในการผลิตและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร กล่าวคือการรับรู้แบรนด์นายจ้างได้ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจเชิงบวกต่อพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition จึงทำให้พนักงานคนพิการมีพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่ดี ส่งผลให้มีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เนื่องจากมีแรงจูงใจเชิงบวกต่อองค์กร ยกตัวอย่าง พนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างในทิศทางบวกและมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านในทิศทางลบ ด้วยพนักงานคนพิการมีแรงจูงใจที่ดีใ้การทำงานภายในองค์กร คนพิการทางการเคลื่อนไหวสามารถทำงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ คนพิการทางการมองเห็นได้มีโอกาสสร้างอาชีพที่มั่นคงและสามารถทำงานได้โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น พนักงานคนพิการจึงมีพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไปนาน ๆ ในทางกลับกัน หากพนักงานคนพิการไม่มีแรงจูงใจเชิงบวกที่ดีต่อองค์กรในด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้างก็จะทำให้เกิดความเครียดหรือสร้างแรงจูงใจในเชิงลบ เพราะมีอุปสรรคสำคัญในการทำงานภายในองค์กร คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านในทุก ๆ ด้าน (Spector, 2006)

ดังนั้น การรับรู้แบรนด์นายจ้างจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจะเห็นได้ว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนพิการมีความพิการทางการเห็นมากที่สุด รองลงมาเป็นประเภทความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ที่มีมากกว่ากลุ่มความพิการประเภทอื่น ๆ โดยพบว่าข้อจำกัดของแต่ละประเภทความพิการจะมีผลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยหากคนพิการที่มีประเภทความพิการทางการมองเห็นและทางการเคลื่อนไหวจะสามารถมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่ดี ในตำแหน่งงาน AI Trainer ที่มีลักษณะการทำงานคนเดียวและมีความยืดหยุ่นในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ World Health Organization (2007) ที่ได้อธิบายว่าความพิการแต่ละประเภทจะมีลักษณะความพิการและข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน คนพิการทางการมองเห็นไม่สามารถอธิบายหรือบรรยายภาพด้วยการมองเห็น ทำให้ต้องมีอุปกรณ์ที่จะช่วยเหลือในส่วนนี้ ด้วยลักษณะความพิการทำให้เหมาะกับการปฏิบัติงานในรูปแบบคนเดียวมากกว่าการทำงานเป็นกลุ่ม รวมไปถึงคนพิการทางด้านทางการเคลื่อนไหว ด้วยลักษณะความพิการเหมาะสมกับลักษณะงานที่อยู่กับที่มากกว่าการเคลื่อนย้าย เป็นต้น

และจากข้อมูลในส่วนที่ 1 ด้านผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 267 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 35.12 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.8 ซึ่งอยู่ระหว่างอายุ 19 ปี ถึง 69 ปี โดยจะเห็นได้ว่าอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ในวัยกลางคนหรือวัยที่มีประสิทธิภาพทำงานมาระยะเวลาหนึ่ง โดยงานวิจัยนี้ได้นำผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอายุโดยเฉลี่ย 35 ปี มาทำการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านสำคัญ ที่จะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทและผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อสภาวะอารมณ์ การตัดสินใจและการมีทัศนคติต่อการทำงานที่ดีกว่าคนที่มีอายุน้อยหรือประสบการณ์ในการทำงานที่น้อย จึงทำให้พบข้อมูลในงานวิจัยนี้ว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่านสำคัญที่ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานของคนพิการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Weingarten (2009) ที่กล่าวว่ากลุ่มพนักงานที่มีอายุมาก จะเต็มไปด้วยประสบการณ์ในการทำงานและประสบการณ์ในการใช้ชีวิต ซึ่งจะมีทัศนคติและการตัดสินใจที่แสดงออกถึงพฤติกรรมในเชิงบวกต่อองค์กรได้มากกว่าด้วยความเข้าใจและบนหลักของเหตุและผล

นอกจากนี้ งานวิจัยสามารถสรุปผลของแต่ละตัวแปรได้ว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม มี 3 ใน 4 มิติ คือ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาไม่มีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ทั้งในด้านผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานและผลการปฏิบัติงานตามบริบท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kristof (1996) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับ

องค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เป็นการรับรู้ระดับปัจเจกบุคคล ซึ่งจะแสดงออกเป็นความรู้สึกนึกคิด ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในการทำงาน โดยผลการปฏิบัติงานจะขึ้นอยู่กับทักษะ ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ Cable and Judge (1996) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา จะขึ้นอยู่กับรูปแบบและลักษณะการทำงานของแต่ละองค์กร โดยงานวิจัยนี้พบว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่าง การรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ทั้งในด้านผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานและผลการปฏิบัติงานตามบริบทเป็นตัวแปรส่งผ่านเดียว จากข้อค้นพบดังกล่าวของงานวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นคนพิการทางด้านการมองเห็นหรือทางด้านการเคลื่อนไหวเป็นหลักจะเห็นได้ว่าคนพิการทั้ง 2 ประเภทให้ความสนใจในการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานซึ่งส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่มากขึ้น องค์กรที่มีการจ้างงานคนพิการทางด้านการมองเห็นหรือทางด้านการเคลื่อนไหวจึงควรมีการสนับสนุนพนักงานโดยการมุ่งเน้นงานมากกว่าคนซึ่งมีลักษณะงานที่คนพิการทางด้านการมองเห็นหรือทางด้านการร่างกายสามารถทำงานได้ตรงกับศักยภาพ ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย เพื่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการที่ดีขึ้น เนื่องจากคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่าง การรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของคนพิการเพิ่มสูงขึ้น โดยอาจจะมีการพัฒนาด้านคนเป็นลำดับถัดไป ไม่ว่าจะเป็นการทำให้องค์กรมีลักษณะที่คนพิการสามารถเข้าถึงได้ กลุ่มเพื่อนร่วมงานที่มีทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกับคนพิการ และผู้บังคับบัญชาที่เข้าใจคนพิการในการทำงานและสร้างผลการปฏิบัติงานตาม ที่องค์กรคาดหวังไว้ โดยการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละบริษัท ขึ้นอยู่กับรูปแบบการทำงาน ลักษณะของพนักงานคนพิการแต่ละประเภท ประเภทธุรกิจ ซึ่งองค์กรที่มีรูปแบบธุรกิจแบบเดียวกันก็ไม่ได้มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่มีผลลัพธ์แบบเดียวกัน แต่ทุกองค์กรควรมีการสร้างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมครบทั้ง 4 มิตินี้ให้เกิดขึ้นกับพนักงานคนพิการในองค์กร ส่วนระดับความสำคัญของแต่ละมิติจะขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กร รูปแบบการทำงานและลักษณะของพนักงานคนพิการแต่ละประเภทเป็นสำคัญ (Dawis & Lofquist, 1984)

อีกทั้ง การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เมื่อมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Melanie Leuty (2019) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ไม่พบว่าการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน กลุ่มและผู้บังคับบัญชาส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ส่วนการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่

ต่อต้าน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างทั่วไปที่มาจากหลากหลายองค์กร ซึ่งผลสรุปงานวิจัยนี้ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านเกิดจากความไม่พอใจ หรือสภาวะความรู้สึกของบุคคลเชิงลบขณะนั้นของบุคคล ทั้งนี้ งานวิจัยของ ชูชัย สมิติไกร (2551) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ส่วนใหญ่มาจากพื้นฐานทางจิตใจของแต่ละบุคคลและมีแรงกระตุ้นจากการรับรู้สิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอก โดยจะแสดงออกพฤติกรรมเชิงลบต่อองค์กร ทำให้องค์กรไม่สามารถไปสู่ที่คาดหวังไว้ได้อย่างราบรื่น แต่ด้วยรูปแบบและคุณภาพการจ้างงานของบริษัท Vulcan coalition สำหรับคนพิการ ทำให้ไม่พนักงงานคนพิการจะมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมหรือไม่ ก็ได้ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

อย่างไรก็ตาม การรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ จากงานวิจัยนี้พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านที่ลดน้อยลง ทำให้พนักงานคนพิการมีพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กรมากขึ้นและการรับรู้แบรนด์นายจ้างยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาที่มากขึ้น เนื่องจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างเป็นการรับรู้ได้ถึงรูปแบบและคุณภาพในการจ้างงาน ช่วยสร้างแรงจูงใจและแรงดึงดูดในการทำงานให้กับพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ความสอดคล้องหรือความเหมาะสมทั้งด้านการทำงาน องค์กร เพื่อนร่วมงาน หรือผู้บังคับบัญชา เช่น ค่าตอบแทนหรือประโยชน์ที่องค์กรมอบให้มีความเหมาะสม พนักงานรับรู้ได้ถึงความยุติธรรม ทางด้านความรู้สึกส่งผลให้มีแรงจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจดังกล่าวมีส่วนช่วยให้พนักงานมีการรับรู้ทั้ง 4 ด้านมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hasibuan (2009) ได้กล่าวว่า หากองค์กรได้มีการสร้างแบรนด์ที่ดี ทำให้พนักงานรับรู้คุณค่าในแบรนด์ รับรู้อำนาจและใส่ใจพนักงาน พนักงานจะมีจิตวิญญาณในการทำงาน มีแรงจูงใจการพัฒนาตนเอง เพื่อให้สามารถทำงานในองค์กรได้ สามารถทำนายอัตราการผลิตของบุคลากรภายในองค์กรอีกด้วย

ดังนั้นองค์กรที่มีการจ้างงานคนพิการควรเริ่มต้นที่มีการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีให้กับพนักงานคนพิการ ทำให้คนพิการเกิดแรงจูงใจเชิงบวกต่อองค์กรและการทำงาน เกิดการรับรู้ความสอดคล้องของตนเองกับสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ขององค์กรมากขึ้น และการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของคนพิการที่ดีขึ้น โอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมเชิงลบหรือพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคนพิการ เพื่อนร่วมงานและองค์กรที่ลดน้อยลง เป็นการจ้างงานคนพิการที่ประสบความสำเร็จที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่องค์กรนั้น ๆ คาดหวังไว้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้แบรนด์ของนายจ้างที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และ การรับรู้สอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เป็นตัวแปรส่งผ่านในกลุ่มพนักงานคนพิการของบริษัท Vulcan coalition

#### สมมติฐานในการวิจัยที่ 1

สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 1.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน

#### สมมติฐานในการวิจัยที่ 2

สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบทโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 2.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานตามบริบท

### สมมติฐานในการวิจัยที่ 3

สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านโดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 3.5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ที่มีอายุงานอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นของ Hair และคณะ (2006) ที่กำหนดว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ควรเป็น 10-20 คนต่อ 1 เส้นพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าในงานวิจัยนี้จะใช้เกณฑ์ขนาดตัวอย่างเป็น 20 เท่า โดยมีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าทั้งหมด 9 ตัว ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม คือไม่น้อยกว่า 180 คน

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย (Sampling Method) นี้เป็นพนักงานคนพิการที่ทำงานในบริษัท Vulcan coalition ที่มีประสบการณ์ทำงานในบริษัทตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานคนพิการ จำนวนทั้งสิ้น 267 คน ซึ่งเป็นจำนวนมากกว่า 180 คน ส่งผลต่อค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) ที่สูงขึ้น

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ประเภทความพิการ เป็นต้น

2.มาตรวัดการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง (Employer branding) ของ Karnica Tanwar Asha Prasad (2017) ที่ได้พัฒนาแบบวัดการรับรู้แบรนด์ของนายจ้าง จากบทความ “Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach” ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) ด้านบรรยากาศในการทำงาน (Healthy work atmosphere) จำนวน 6 ข้อ
- 2) ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) จำนวน 6 ข้อ
- 3) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-life balance) จำนวน 3 ข้อ
- 4) ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Ethics and Corporate social responsibility) จำนวน 4 ข้อ
- 5) ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (Compensation and Benefit) จำนวน 4 ข้อ

ทั้ง 5 องค์ประกอบ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ เป็นเครื่องมือที่ไม่มีการแปรผลคะแนน ซึ่งเป็นแบบวัดรวม ( $\alpha=.90$ ) โดยเป็นมาตรประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 4 หมายถึง เห็นด้วย; 3 หมายถึง ปานกลาง; 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .90

## จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.มาตรวัดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit)

ของ Aichia Chuang et al. (2016) ที่มีแบบวัดชื่อว่า The Perceived Person-Environment Fit Scale (PPEFS) ซึ่งประกอบไปด้วย 26 ข้อคำถาม เป็นเครื่องมือที่ไม่มีการแปรผลคะแนน 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 สามารถวัดแยกได้ 4 มิติ ได้แก่

- 1) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) จำนวน 4 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .88

2) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร (Perceived person-organization fit) จำนวน 7 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .90

3) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม (Perceived person-group fit) จำนวน 10 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .93

4) การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา (Perceived person-supervisor fit) จำนวน 5 ข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .93

4.มาตรวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance) แบบวัด Individual work performance was measured using the Individual Work Performance Questionnaire (IWPQ) ของ Linda Koopmans et al. (2014) โดยแบ่งองค์ประกอบเป็น 3 ด้าน โดยมีข้อคำถามทั้งหมดรวม 18 ข้อ เป็นเครื่องมือที่ไม่มีการแปรผลคะแนน โดยเป็นมาตรฐานค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ 4 หมายถึง เสมอ; 3 หมายถึง บ่อยครั้ง; 2 หมายถึง บางครั้ง; 1 หมายถึง นาน ๆ ครั้ง และ 0 หมายถึง ไม่เคยเลย ซึ่งเป็นข้อคำถามเชิงบวก 13 ข้อ จากผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) กับ ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) และข้อคำถามเชิงลบ 5 ข้อ จากพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) ได้แก่

1) ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance) จำนวน 5 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .84

2) ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance) จำนวน 8 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .80

3) พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior) จำนวน 5 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในงานวิจัยนี้ เท่ากับ .66

ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจด้านรายละเอียดคำชี้แจง ภาษา ความหมายและกระบวนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้มีการนำความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยทดลองมาปรับปรุงแก้ไข แล้วจากนั้นจึงได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google form เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 267 คน



## ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.จัดทำหนังสือเสนอต่อผู้บริหารบริษัท Vulcan coalition เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ พนักงานคนพิการบริษัท Vulcan coalition

2.ขออนุมัติดำเนินการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุมที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google forms เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะเก็บ ผ่านระบบช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ขององค์กร เช่น อีเมล เว็บบอร์ดพนักงาน เป็นต้น โดยมีเจ้าหน้าที่แผนกบุคคลเป็นผู้กระจายแบบสอบถามไปยังพนักงานคนพิการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะได้รับแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ผ่าน URL link หรือ QR Code ที่ปรากฏในเอกสารประชาสัมพันธ์ หลังจากคลิก URL link หรือ สแกน QR Code จะปรากฏเอกสารข้อมูลสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและหนังสือยินยอมเข้าร่วมการวิจัย เพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล หากมีผู้ที่สนใจเข้าร่วม สามารถยืนยันการรับทราบข้อมูล และยินยอมตอบแบบสอบถามได้ในลำดับถัดไป ซึ่งสามารถทำได้เพียง 1 ครั้งต่อ 1 ท่าน ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมหรือปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ได้หรือขณะตอบแบบสอบถาม หากผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกอึดอัดใจ สามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที ซึ่งจะไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการปฏิบัติงานในหน่วยงาน

4.ผลการตอบแบบสอบถามระบบจะบันทึกข้อมูลทันทีโดยไม่อนุญาตให้ผู้อื่นมาอ่าน ข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดไว้เป็นความลับ และจะถูกทำลายภายใน 1 ปี ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยจะไม่ปรากฏในรายงาน ไม่สามารถสืบค้น และจะไม่ถูกรายงานไปยังองค์กรโดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อการศึกษา ซึ่งจะออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

2.สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.การวิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน (Mediation analysis) เพื่อทดสอบตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Process Model 4 ซึ่งมีการเพิ่มการคำนวณแบบแยกองค์ประกอบของตัวแปรตาม

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะมีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ในมิติของผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน ซึ่งทำตามในสิ่งที่ได้รับมอบหมายและผลการปฏิบัติงานตามบริบท ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมตามความรู้สึกรู้สึก นึกคิด หากพนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สูงจะส่งผลให้พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จและสามารถคิดสร้างสรรค์ผลงานอื่น ๆ ได้มากขึ้น เนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Perceived person-job fit) เป็นการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะของงานตามที่บุคคลต้องการ โดยรับรู้ว่างานมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ศักยภาพตามที่ตนเองคาดหวังไว้ (Kristof-Brown et al., 2005) และเมื่อบุคคลมีการรับรู้ได้ถึงความสอดคล้องหรือความเหมาะสมระหว่างบุคคลกับงาน จะสามารถปฏิบัติงานได้ตามศักยภาพและความสามารถ (Werbel & Gilliland, 1999) ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวิตรี พูลสมบัติ (2550) ที่ได้กล่าวว่าหากในองค์กรบุคคลเกิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จะรับรู้ถึงความเหมาะสมของตนเองกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย ส่งผลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่ดีมากขึ้น เพราะบุคคลได้ทำงานที่ถนัด ตรงกับความสามารถ และพึงพอใจในงาน จึงเกิดพฤติกรรมในทางบวกของผลลัพธ์ของงานและได้ตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้คาดหวังไว้

อีกทั้ง งานวิจัยนี้พบว่า พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบรนด์นายจ้างจะส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน, ผลการปฏิบัติงานตามบริบทและพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน โดยการเรียนรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานและผลการปฏิบัติงานตามบริบทที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mayer et al. (1995) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสร้างแบรนด์นายจ้างที่ได้ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ซึ่งพบว่า แบรนด์นายจ้างเป็นการสร้างแรงจูงใจที่ดีของพนักงานภายในองค์กร ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดีของพนักงานภายในองค์กรตามมา ซึ่งแรงจูงใจของพนักงานมีผลต่อความสามารถในการทำงาน (Performance) และความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Gapp and Merrilees (2006) ที่พบว่าการสร้างการเรียนรู้แบรนด์ของนายจ้างให้เกิดขึ้นกับพนักงานมีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมของพนักงานในการแสดงออกทางด้านผลงาน

ในอีกมุมหนึ่ง การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน เนื่องจากในงานวิจัยนี้ พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีอิทธิพลทางลบต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน จึงเป็นไปได้ว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน พนักงานจึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานตามสิ่งที่องค์กรคาดหวัง ทำให้พนักงานคนพิการที่มีรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีจะมีพฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านลดลง เนื่องจากมีความเข้าใจและมีแรงจูงใจเชิง

บวกต่อองค์กร จึงแสดงพฤติกรรมออกมาในเชิงบวกต่อองค์กร ในทางกลับกันเมื่อพนักงานคนพิการไม่มีอคติหรือแรงจูงใจที่ไม่ดีต่อองค์กรในด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้างก็จะไม่ทำให้เกิดความเครียดหรือสร้างแรงจูงใจในเชิงลบ เพราะอุปสรรคสำคัญในการทำงานภายในองค์กร คือ พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้านในทุก ๆ ด้าน

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าในงานวิจัยนี้จะไม่พบตัวแปรการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลระหว่างตัวแปรการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติของพนักงานคนพิการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะงานเป็นการทำงานคนเดียวมากกว่าการทำงานเป็นกลุ่มและรูปแบบการทำงานขององค์กร Vulcan coalition สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ แต่งานวิจัยนี้พบว่าการรับรู้แบรนด์นายจ้างก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทั้ง 3 มิติ

ดังนั้น หากพนักงานคนพิการที่มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการจะมากขึ้น องค์กรจึงควรมีการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมากขึ้นในสายงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีมากขึ้น รวมไปถึงการรับรู้แบรนด์นายจ้างยังส่งผลให้เกิดการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา ซึ่งทั้ง 3 มิติมีความสำคัญที่อาจมีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ แต่อาจจะขึ้นอยู่กับลักษณะงาน และประเภทธุรกิจอื่น ๆ ในอนาคตสามารถศึกษาความสัมพันธ์เหล่านี้เพิ่มเติม เพื่อต่อยอดองค์ความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์นายจ้างสำหรับองค์กรที่มีการจ้างงานคนพิการ

### ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

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

2.กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition เท่านั้น ดังนั้นในอนาคตควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานคนพิการในบริษัทอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายหรือแตกต่างประเภทธุรกิจ เพื่อขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างและสามารถนำไปใช้ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3.จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีองค์ประกอบของหลากหลายมิติ ซึ่งแต่ละองค์การอาจมีลักษณะแบรนด์นายจ้างในมิติที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจและลักษณะการทำงาน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาลักษณะแบรนด์นายจ้างแยกแต่ละมิติเชิงลึกเพิ่มเติม ที่ส่งผลกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการในมิติที่แตกต่างกัน เพื่อเห็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ว่ามีมิติใดบ้างที่เหมาะสมกับคนพิการและส่งผลกระทบต่อการทำงานของคนพิการในแต่ละมิติแตกต่างกันอย่างไร

## ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

### 1.ด้านวิชาการ

ทางด้านวิชาการสามารถนำผลการศึกษาด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้างถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการไปใช้ในการต่อยอดองค์ความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์นายจ้างสำหรับองค์กรที่มีการจ้างงานคนพิการ เพื่อจะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการ โดยมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน เป็นการต่อยอดองค์ความรู้การสร้างแบรนด์ของนายจ้างที่ดีในอีกมิติหนึ่ง เพื่อการดึงดูดและรักษาพนักงานคนพิการให้ทำงานในองค์กรนาน ๆ และส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรและคนพิการที่เป็นพนักงานในองค์กร

### 2.ด้านองค์กร

องค์กรควรมีการสร้างการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ดีต่อพนักงานคนพิการ เนื่องจากการรับรู้แบรนด์นายจ้างสามารถดึงดูดและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานคนพิการได้ ทำให้พนักงานมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานเชิงบวก และสามารถทำให้พนักงานคนพิการมีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร, การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่มและการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาได้มากขึ้น นอกจากนี้องค์กรสามารถให้การส่งเสริมและเน้นสร้างการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานที่มากขึ้นในองค์กร เนื่องจากการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานช่วยส่งผลให้พนักงานคนพิการที่มีการรับรู้แบ

รณรงค์จ้างมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงานที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีมากขึ้นกว่าเดิม องค์กรก็จะได้คนพิการที่มีศักยภาพที่ตรงกับองค์กร และคนพิการได้ทำงานภายในองค์กรได้อย่างมีความสุข สร้างผลผลิตของงานได้ตรงตามศักยภาพของคนพิการ ทำให้องค์กรพัฒนาและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนพิการได้อย่างแท้จริง อีกทั้งองค์กรได้เข้าถึงและได้เปิดโอกาสในการจ้างงานคนพิการในองค์กรได้มากขึ้น นอกจากสิทธิประโยชน์ทางกฎหมายที่ทางองค์กรได้รับ ยังทำให้องค์กรมีโอกาสสร้างการเติบโตไปในอนาคต จากความหลากหลายที่เกิดขึ้นในองค์กร



## บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2540). แผนพัฒนางานสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2540-2544).
- จิรพงศ์ เรืองกุล. (2014). การสร้างแบรนด์นายจ้าง: กลยุทธ์การดึงดูดและรักษาผู้มีความสามารถสูง. *Journal of Management Sciences*, 31(2), 187-209.
- ณัฐติมา ลีนประชาญา. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในพฤติกรรมการทำงานของกลุ่มพนักงานในอุตสาหกรรมบริการโรงแรม.
- ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร. (2015). จุด ประกาย “แบรนด์ นายจ้าง (Employer Brand)” เครื่องมือ ดึงดูด และ รักษา ทรัพยากร มนุษย์. *Panyapiwat Journal*, 7, 241-252.
- ประสิทธิ์พร เก่งทอง. (2014). ตัวแบบความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมองค์การต่อ ผลลัพธ์การ ทำงานของพนักงานปฏิบัติการงานส่วนหน้าของโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี. *Business Review Journal*, 6(1), 51-70.
- ปิยรัตน์ เทียงปา. (2562). การติดตามการจ้างงานคนพิการในสถานประกอบการ: กรณีศึกษาคนพิการใน สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านนนทภูมิ จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รพีพรรณ สมจิตรนีก. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองและคุณลักษณะ ของงานต่อความผูกพันในงานและผลการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจบริษัทหลักทรัพย์ใน เขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. นานมีบุคส์พับลิเคชั่นส์
- รักษศักดิ์ บุญสิทธิ์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมโรงเรียนกับประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน ของครูในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี มหาวิทยาลัยราช ภัฏอุดรธานี].
- ลิขิตา เฉลิมพลโยธิน. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานโรงแรมในเมือง พัทยา มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก].
- สาวิตรี พูลสมบัติ. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเหมาะสม ระหว่างคนกับงานกับความพึง พอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ].
- สุวรรณ ม่วงงาม. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดี การรับรู้ความสามารถของตนเอง และ ผลการปฏิบัติงานของวิศวกร : กรณีศึกษา กลุ่มบริษัทแห่งหนึ่ง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2554). การสร้างแบรนด์บุคคล : ปั้นคนให้เป็นแบรนด์ Personal Branding :

- Creating Brand Heroes. วารสารนักบริหาร, ปีที่ 31 ฉบับที่ 1.
- อิสริยา อนุมาศเมธา. (2542). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารงานขององค์การบริหารส่วน ตำบล จังหวัดปทุมธานี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- อรรวรรณ อินหันต์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับคนพิการเข้าทำงานในสถานประกอบการจังหวัดพิจิตร มหาวิทยาลัยนเรศวร].
- Ahmad, K. Z. (2012). The mediating effect of person-environment fit on the relationship between organisational culture and job satisfaction. *International Journal of Psychological Studies*, 4(1), 91.
- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The employer brand. *Journal of brand management*, 4(3), 185-206.
- Argyris, C. (1957). Personality and organization; the conflict between system and the individual.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career development international*.
- Ballout, H. I. (2007). Career success: the effects of human capital, person-environment fit and organizational support. *Journal of managerial psychology*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- BINNING, J. F., LEBRETON, J. M., & ADORNO, A. J. (2006). Person-environment fit and performance. *Comprehensive handbook of personality and psychopathology*, 364.
- Biswas, M. K., & Suar, D. (2016). Antecedents and consequences of employer branding. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 57-72.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human performance*, 10(2), 99-109.
- Buyanjargal, B., & Bor, A. . (2017). EMPLOYER BRAND: THE RELATIONSHIP AMONG PERCEIVED EMPLOYER BRANDING. *EMPLOYEE PERFORMANCE AND RETENTION IN MONGOLIA BUSINESS SECTOR*, 7, 7-20.
- Campbell, J. P. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology.
- Chamberlain, A. (2020). Glassdoor's Job & Hiring Trends for 2020. *Economic research*.
- Chatman, J. A., & Jehn, K. A. (1991). ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE SERVICE SECTOR: A BETWEEN-INDUSTRY COMPARISON. *Academy of Management Proceedings*,
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-

- analysis. *Organizational behavior and human decision processes*, 86(2), 278-321.
- Corbière, M., Mercier, C., & Lesage, A. (2004). Perceptions of barriers to employment, coping efficacy, and career search efficacy in people with mental illness. *Journal of Career Assessment*, 12(4), 460-478.
- Crant, J. M. (1995). The proactive personality scale and objective job performance among real estate agents. *Journal of applied psychology*, 80(4), 532.
- Davies, G., Mete, M., & Whelan, S. (2018). When employer brand image aids employee satisfaction and engagement. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*.
- Dawis, R. V., & Lofquist, L. H. (1984). *A psychological theory of work adjustment: An individual-differences model and its applications* University of Minnesota press.
- De Chernatony, L. (2002). Would a brand smell any sweeter by a corporate name? *Corporate reputation review*, 5(2), 114-132.
- DeConinck, J. B., & Johnson, J. T. . (2009). The effects of perceived supervisor support, perceived organizational support, and organizational justice on turnover among salespeople. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(4), 333-350.
- Flaherty, S., & Moss, S. A. (2007). The impact of personality and team context on the relationship between workplace injustice and counterproductive work behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(11), 2549-2575.
- Gapp, R., & Merrilees, B. (2006). Important factors to consider when using internal branding as a management strategy: A healthcare case study. *Journal of brand management*, 14(1), 162-176.
- Gregory, B. T., Albritton, M. D., & Osmonbekov, T. (2010). The mediating role of psychological empowerment on the relationships between P-O fit, job satisfaction, and in-role performance. *Journal of business and psychology*, 25(4), 639-647.
- Greguras, G. J., & Diefendorff, J. M. (2009). Different fits satisfy different needs: linking person-environment fit to employee commitment and performance using self-determination theory. *Journal of applied psychology*, 94(2), 465.
- Halbesleben, J. R., & Wheeler, A. R. (2008). The relative roles of engagement and embeddedness in predicting job performance and intention to leave. *Work & Stress*, 22(3), 242-256.
- Han, T. S., Chiang, H. H., McConville, D., & Chiang, C. L. (2015). A longitudinal investigation of person-organization fit, person-job fit, and contextual performance: The mediating role of psychological ownership. *Human*



- performance, 28(5), 425-439.
- Jasper, C. R., & Waldhart, P. (2012). Retailer perceptions on hiring prospective employees with disabilities. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 116-123.
- Khan, A. K., Quratulain, S., & Crawshaw, J. R. (2013). The mediating role of discrete emotions in the relationship between injustice and counterproductive work behaviors: A study in Pakistan. *Journal of business and psychology*, 28(1), 49-61.
- 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*, 53(8), 856-866.
- Kristof-Brown, A. L. (2000). PERCEIVED APPLICANT FIT: DISTINGUISHING BETWEEN RECRUITERS' PERCEPTIONS OF PERSON-JOB AND PERSON-ORGANIZATION FIT. *Personnel psychology*, 53(3), 643-671.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences OF INDIVIDUALS' FIT at work: A meta-analysis OF person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel psychology*, 58(2), 281-342.
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel psychology*, 49(1), 1-49.
- Kulik, C. T., Oldham, G. R., & Hackman, J. R. (1987). Work design as an approach to person-environment fit. *Journal of vocational behavior*, 31(3), 278-296.
- Kunracha, K. (2013). The relationships between participative management of head nurses, working environment, and job satisfaction of professional nurses at General Hospitals, Region 3. *Journal of nursing and education*, 6(1), 130-142.
- Lauver, K. J., & Kristof-Brown, A. (2001). Distinguishing between employees' perceptions of person-job and person-organization fit. *Journal of vocational behavior*, 59(3), 454-470.
- Martin, G. (2008). 13 Employer branding and corporate reputation management. *The Peak Performing Organization*, 252.
- Martin, G., & Hetrick, S. (2006). Corporate reputations, branding and people management: A strategic approach to HR.
- Martin, G., Beaumont, P., Doig, R., & Pate, J. (2005). Branding:: a new performance discourse for HR? *European Management Journal*, 23(1), 76-88.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.

- Menor, J. (2010). Strategic Tips for Employee Retention. 2010.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage publications.
- Michael, D. (2011). Supportive supervisor communication as an intervening influence in the relationship between LMX and employee job satisfaction, turnover intentions, and performance. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 4, 1-28.
- Miles, I. (2001). *Services innovation: a reconfiguration of innovation studies* [University of Manchester]. Manchester: PREST.
- Miller, K. I., & Monge, P. R. (1986). Participation, satisfaction, and productivity: A meta-analytic review. *Academy of management Journal*, 29(4), 727-753.
- Milliman, J., Ausar, K., & Bradley-Geist, J. C. (2017). The implications of workplace spirituality for person–environment fit theory. *Psychology of Religion and Spirituality*, 9(1), 1.
- Muchinsky, P. M., & Monahan, C. J. (1987). What is person-environment congruence? Supplementary versus complementary models of fit. *Journal of vocational behavior*, 31(3), 268-277.
- Mylona, E., & Mihail, D. (2018, October). The role of perceived supervisor support and perceived organisational support on employees' motivation to learn and develop. The case of the Greek public sector. In Proceedings of International Academic Conferences (No. 7009913), International Institute of Social and Economic Sciences.
- Oh, I. S., Guay, R. P., Kim, K., Harold, C. M., Lee, J. H., Heo, C. G., & Shin, K. H. (2014). Fit happens globally: A meta-analytic comparison of the relationships of person–environment fit dimensions with work attitudes and performance across East Asia, Europe, and North America. *Personnel psychology*, 67(1), 99-152.
- Organization, W. H. (2007). *International Classification of Functioning, Disability, and Health: Children & Youth Version: ICF-CY*. World Health Organization.
- Rajper, Z. A., Ghumro, I. A., & Mangi, R. A. (2020). The Impact of Person Job Fit and Person Organization Fit on Employee Job Performance: A Study among Employee of Services Sector. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 13(1).
- Ramos-Villagrasa, P. J., Barrada, J. R., Fernández-del-Río, E., & Koopmans, L. (2019). *Assessing job performance using brief self-report scales: The case of the individual work performance questionnaire*.
- Roberts, B. W., & Robins, R. W. (2004). Person-environment fit and its implications for personality development: A longitudinal study. *Journal of personality*, 72(1)(1),

89-110.

- Roongrernsuke, S. (2010). *Best HR practices in Thailand*. Bangkok: Nation New Network.
- 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.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel psychology*, 40(3), 437-453.
- Sutrisno, E. (2016). *PROBLEMATIKA JUAL BELI TANAH YANG BELUM BERSERTIFIKAT DI KABUPATEN BANJARNEGARA* Fakultas Hukum UNISSULA].
- Syahreza, D. S., Lumbanraja, P., Dalimunthe, R. F., & Absah, Y. (2017). Compensation, employee performance, and mediating role of retention: A study of differential semantic scales.
- Ta'Amna, M. A., Bwaliez, O. M., Magableh, I. K., Samawi, G. A., & Mdanat, M. F. (2021). Board policy of humanitarian organizations towards creating and maintaining their employer brand during the COVID-19 pandemic. *Corporate Board: Role, Duties, & Composition*, 17(2).
- Tanwar, K., & Prasad, A. (2017). Employer brand scale development and validation: a second-order factor approach. *Personnel Review*.
- Verquer, M. L., Beehr, T. A., & Wagner, S. H. (2003). A meta-analysis of relations between person-organization fit and work attitudes. *Journal of vocational behavior*, 63(3), 473-489.
- Vogel, R. M., & Feldman, D. C. (2009). Integrating the levels of person-environment fit: The roles of vocational fit and group fit. *Journal of vocational behavior*, 75(1), 68-81.
- Weingarten, R. M. (2009). Four generations, one workplace: A Gen XY staff nurse's view of team building in the emergency department. *Journal of emergency nursing*, 35(1), 27-30.
- Werbel, J. D., & Gilliland, S. W. (1999). Person-environment fit in the selection process.
- Wexley, K. N., Alexander, R. A., Greenawalt, J. P., & Couch, M. A. (1980). Attitudinal congruence and similarity as related to interpersonal evaluations in manager-subordinate dyads. *Academy of management Journal*, 23(2), 320-330.
- Wyatt, A. (2005). Accounting recognition of intangible assets: theory and evidence on economic determinants. *The accounting review*, 80(3), 967-1003.
- Xia, H., & Yang, L. (2010). The employer branding and employee performance. 2010 3rd International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering,
- Zedeck, S. E. (2011). *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 3:*

*Maintaining, expanding, and contracting the organization.* American Psychological Association.





ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ก่อนการตัดสินใจในการเข้าร่วมการวิจัย ขอให้ท่านใช้เวลาในการอ่านข้อมูลต่อไปนี้อย่างรอบคอบ หากมีข้อความใดที่ท่านอ่านแล้วไม่เข้าใจหรือไม่ชัดเจน ท่านสามารถสอบถามเพิ่มเติมกับผู้วิจัยได้ตลอดเวลา

ด้วยข้าพเจ้า นางสาวณิชชารีย์ เป็นเอกชนะศักดิ์ นิสิตปริญญาโท สาขาจิตวิทยา แขนงวิชา ทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความประสงค์ทำการวิจัยเพื่อสำรวจการรับรู้แบรนด์นายจ้าง การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา และผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการในบริษัท Vulcan coalition ผู้มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป จำนวน 180 คน โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเป็นความลับ และจะไม่มีการนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยเป็นรายบุคคล แต่จะแสดงผลแบบภาพรวม ผลการตอบแบบสอบถามระบบจะบันทึกข้อมูลทันทีโดยไม่อนุญาตให้ผู้อื่นมาอ่าน ข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อหรือสามารถบ่งชี้ถึงตัวท่านได้

หากท่านยินดีเข้าร่วมการวิจัย ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด เพียง 1 ครั้ง โดยใช้เวลาในการตอบประมาณ 25 นาที มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 71 ข้อ เนื่องด้วยแบบสอบถามประกอบด้วยหลายส่วน จึงขอให้ท่านพิจารณาตอบตามความรู้สึกจริงของท่าน ว่าข้อคำถามแต่ละข้อตรงกับความรู้สึกหรือประสบการณ์ของท่านมากน้อยเพียงใด กรุณาตอบให้ครบทุกข้อและเลือกคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าทางวิชาการต่อไป อย่างไรก็ตาม หากมีข้อคำถามที่ทำให้ท่านไม่สบายใจ ท่านสามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ

งานวิจัยนี้ใช้วิธีให้ความยินยอมโดยการร่วมมือ (Consent by action) ผู้เข้าร่วมวิจัยตกลงยินยอมเข้าร่วมโดยการทำแบบสอบถาม โดยไม่จำเป็นต้องเซ็นชื่อเพื่อเข้าร่วมการวิจัย ความเสี่ยงของการวิจัยนี้อยู่ในระดับที่ต่ำไม่เกินไปกว่าระดับที่ท่านสามารถพบเจอจากข้อจำกัดทางด้านสภาพร่างกาย โดยข้อมูลจากผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อคนพิการและองค์กรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

หากผู้เข้าร่วมการวิจัยมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยหรือแบบสอบถาม สามารถติดต่อสอบถามผู้วิจัยได้ที่คณะจิตวิทยา ห้อง 805 ชั้น 8 อาคารบรมราชชนนีศรีศตพรรษ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ 02-218-1184 หรือ E-mail: Missnitcharee.p@gmail.com

หมายเหตุ : กรณีผู้พิการทางสายตาตอบแบบสอบถาม เมื่อเปิดใช้โปรแกรมเสียงๆ แนะนำให้สวมใส่  
อุปกรณ์เครื่องช่วยฟัง รวมไปถึงทำแบบสอบถามในสถานที่ที่มีความเงียบ



### ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ปัจจุบัน ท่านทำงานอยู่ในบริษัท Vulcan coalition อย่างน้อย 1 ปี และอยู่ในตำแหน่งระดับปฏิบัติการ ใช่หรือไม่

ใช่       ไม่ใช่

#### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ  ชาย  หญิง  อื่น ๆ

2. อายุ \_\_\_\_\_ ปี

3. ประสบการณ์การทำงานที่ Vulcan coalition \_\_\_\_\_ ปี

4. ประเภทความพิการ (ตามระบุในบัตรประจำตัวคนพิการ)

\*สามารถระบุได้มากกว่า 1 ข้อ หากมีความพิการมากกว่า 1 ประเภท

- ประเภทที่ 1 ทางการเห็น
- ประเภทที่ 2 ทางการได้ยินและสื่อความหมาย
- ประเภทที่ 3 ทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย
- ประเภทที่ 4 ทางจิตใจหรือพฤติกรรม
- ประเภทที่ 5 ทางสติปัญญา
- ประเภทที่ 6 ทางการเรียนรู้
- ประเภทที่ 7 ทางอหิสติก

#### ส่วนที่ 2 การรับรู้แบรนด์นายจ้าง (Employer branding)



คำชี้แจง : ขอให้ท่านอ่านข้อความแต่ละข้อโดยละเอียดก่อนทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง โดย  
ประเมินว่าข้อความดังกล่าวตรงกับความเห็นของท่านมากน้อยเพียงใด

- |   |         |                      |
|---|---------|----------------------|
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย          |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง              |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วย             |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
1.	องค์กรของฉันให้อิสระกับพนักงานในการตัดสินใจ					
2.	องค์กรของฉันให้โอกาสและบรรยากาศที่ดีในการทำงานแบบกลุ่ม					
3.	ฉันมีเพื่อนที่ทำงานที่สามารถจะช่วยเหลือแบ่งเบาภาระงานของฉันในขณะที่ฉันลางานได้					
4.	องค์กรของฉันรับรู้คุณค่าของฉันเวลาที่ฉันทำงานได้ดี					
5.	องค์กรของฉันให้บรรยากาศการทำงานที่ไม่ค่อยตึงเครียด					
6.	องค์กรของฉันให้โอกาสในการทำงานเป็นทีม					
7.	องค์กรของฉันมีการจัดหลักสูตรอบรมออนไลน์ให้พนักงาน					
8.	องค์กรของฉันจัดการสัมมนา การเวิร์คช็อป และโปรแกรมฝึกอบรมต่าง ๆ มากมายเป็นประจำ					
9.	องค์กรของฉันให้โอกาสในการทำโปรเจคต่างประเทศ					
10.	องค์กรของฉันลงทุนมหาศาลในการอบรมและพัฒนาพนักงานของบริษัท					
11.	การพัฒนาทักษะถือเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในองค์กรของฉัน					
12.	องค์กรของฉันสื่อสารอย่างชัดเจนเรื่องการพัฒนา					

	ความก้าวหน้าของพนักงาน					
13.	องค์กรของฉันมีการจัดสรรเวลาที่ยืดหยุ่นในการทำงาน					
14.	องค์กรของฉันให้โอกาสในการทำงานจากที่บ้าน					
15.	องค์กรของฉันมีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา					
16.	องค์กรของฉันให้ความสำคัญด้านความยุติธรรมต่อพนักงาน					
17.	พนักงานได้รับการคาดหวังว่าจะปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับทั้งหมด					
18.	องค์กรของฉันเป็นองค์กรที่เน้นด้านมนุษยธรรมให้สิ่งต่าง ๆ กลับสู่คืนสู่สังคม					
19.	มีกระบวนการที่ปกปิดความลับในการรายงานเรื่องประพฤตินิชอบในที่ทำงาน					
20.	โดยทั่วไป องค์กรของฉันมีการเสนออัตราเงินเดือนที่สูง					
21.	ในองค์กรของฉันมีการจัดสรรเงินค่าล่วงเวลา					
22.	องค์กรของฉันมีสวัสดิการด้านสุขภาพที่ดีให้พนักงาน					
23.	องค์กรของฉันมีประกันภัยสำหรับพนักงานและคนในครอบครัว					

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม (Perceived person-environment fit)

คำชี้แจง : ขอให้ท่านอ่านข้อความแต่ละข้อโดยละเอียดก่อนทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง โดยประเมินความรู้สึกของท่านว่าข้อความดังกล่าวเกิดขึ้นกับท่านมากน้อยเพียงใด

- |   |         |                        |
|---|---------|------------------------|
| 1 | หมายถึง | ไม่เคยรู้สึกเช่นนี้เลย |
| 2 | หมายถึง | รู้สึกบ้างนาน ๆ ครั้ง  |
| 3 | หมายถึง | รู้สึกแต่ไม่บ่อย       |
| 4 | หมายถึง | รู้สึกค่อนข้างบ่อย     |
| 5 | หมายถึง | รู้สึกบ่อย             |
| 6 | หมายถึง | รู้สึกบ่อยมาก          |
| 7 | หมายถึง | รู้สึกเช่นนี้ทุกวัน    |

ข้อ	ข้อความ	ไม่เคยรู้สึกเช่นนี้เลย (1)	รู้สึกบ้างนานๆครั้ง (2)	รู้สึกแต่ไม่บ่อย (3)	รู้สึกค่อนข้างบ่อย (4)	รู้สึกบ่อย (5)	รู้สึกบ่อยมาก (6)	รู้สึกเช่นนี้ทุกวัน (7)
1.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างทักษะแบบมืออาชีพ ความรู้และความสามารถกับสิ่งที่จำเป็นในการทำงาน							
2.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างบุคลิกภาพของฉันกับสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการทำงาน							
3.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างความสนใจของฉันกับสิ่งที่ฉันต้องการจากการทำงาน							
4.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างลักษณะงานปัจจุบันของฉันกับสิ่งที่ฉันต้องการจากงาน							
5.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างความซื่อสัตย์ที่ฉันให้คุณค่ากับความซื่อสัตย์ที่ทางองค์กรให้คุณค่า							
6.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างความสำเร็จที่ฉันให้คุณค่ากับความสำเร็จที่ทางองค์กรให้คุณค่า							
7.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างความยุติธรรมที่ฉันให้คุณค่ากับความยุติธรรมที่ทางองค์กรให้คุณค่า							
8.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างการช่วยเหลือผู้อื่นที่ฉันให้คุณค่ากับการช่วยเหลือผู้อื่นที่ทางองค์กรให้คุณค่า							
9.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของฉันกับเป้าหมายขององค์กรในด้านสิ่งตอบแทน							
10.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ							

	การตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของ ฉันกับเป้าหมายขององค์กรในด้านความ พยายามที่คาดหวังไว้							
11.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ การตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของ ฉันกับเป้าหมายขององค์กรในด้านการ แข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ							
12.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ ค่านิยมระหว่างค่านิยมของฉันกับ ค่านิยมของกลุ่มต่อต้านความซื่อสัตย์							
13.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ ค่านิยมระหว่างค่านิยมของฉันกับ ค่านิยมของกลุ่มต่อต้านความสำเร็จ							
14.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ ค่านิยมระหว่างค่านิยมของฉันกับ ค่านิยมของกลุ่มต่อต้านความยุติธรรม							
15.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ ค่านิยมระหว่างค่านิยมของฉันกับ ค่านิยมของกลุ่มต่อต้านการช่วยเหลือ ผู้อื่น							
16.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ การตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของ ฉันกับเป้าหมายของกลุ่มในด้านสิ่งตอบ แทน							
17.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ การตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของ ฉันกับเป้าหมายของกลุ่มในด้านความ พยายามที่คาดหวังไว้							
18.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับ การตั้งเป้าหมายระหว่างเป้าหมายของ ฉันกับเป้าหมายของกลุ่มในด้านการ แข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ							
19.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่าง บุคลิกภาพของฉันกับบุคลิกภาพสมาชิก กลุ่มของฉัน							
20.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่าง							

	ลักษณะการทำงานของฉันกับลักษณะการทำงานสมาชิกกลุ่มของฉัน							
21.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างลักษณะการใช้ชีวิตของฉันกับลักษณะการใช้ชีวิตสมาชิกกลุ่มของฉัน							
22.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ฉันให้คุณค่าในชีวิตและสิ่งที่หัวหน้างานของฉันให้คุณค่า							
23.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างบุคลิกภาพของฉันและบุคลิกภาพของหัวหน้างานฉัน							
24.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างลักษณะการทำงานของฉันกับลักษณะการทำงานของหัวหน้างานฉัน							
25.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างลักษณะการใช้ชีวิตของฉันและลักษณะการใช้ชีวิตของหัวหน้างานฉัน							
26.	ฉันรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างลักษณะการเป็นผู้นำของหัวหน้างานฉันกับลักษณะการเป็นผู้นำที่ฉันปรารถนา							

#### ส่วนที่ 4 ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Employee performance)

คำชี้แจง : ขอให้ท่านอ่านข้อความแต่ละข้อโดยละเอียดก่อนทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง โดย  
ประเมินว่าข้อความดังกล่าวเกิดขึ้นกับท่านมากน้อยเพียงใด

- |   |         |             |
|---|---------|-------------|
| 0 | หมายถึง | ไม่เคยเลย   |
| 1 | หมายถึง | นาน ๆ ครั้ง |
| 2 | หมายถึง | บางครั้ง    |
| 3 | หมายถึง | บ่อยครั้ง   |
| 4 | หมายถึง | เสมอ        |

ข้อ	ข้อความคำถาม	ไม่เคยเลย (0)	นาน ๆ ครั้ง (1)	บางครั้ง (2)	บ่อยครั้ง (3)	เสมอ (4)
<b>ผลการปฏิบัติงานในการทำงานตามงาน (Task performance)</b>						
ในระหว่าง 3 เดือนที่ผ่านมา...						
1.	ฉันสามารถวางแผนงานของฉันเพื่อที่ฉันจะทำได้เสร็จทันเวลา					
2.	ฉันนึกถึงผลลัพธ์ของงานที่ฉันต้องการจะทำให้ได้					
3.	ฉันสามารถกำหนดลำดับความสำคัญได้					
4.	ฉันสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
5.	ฉันจัดการเวลาของฉันได้ดี					
<b>ผลการปฏิบัติงานตามบริบท (Contextual performance)</b>						
6.	ฉันเริ่มทำงานใหม่เมื่องานเก่าของฉันเสร็จสมบูรณ์แล้วด้วยการริเริ่มของตนเอง					
7.	ฉันรับงานที่ทำหายเมื่อมีงานเหล่านั้นเข้ามา					
8.	ฉันพยายามพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของฉันให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
9.	ฉันพยายามรักษาทักษะการทำงานของฉันให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
10.	ฉันคิดหาวิธีการแก้ไขที่สร้างสรรค์สำหรับปัญหาใหม่ ๆ					
11.	ฉันรับภาระความรับผิดชอบมากกว่าปกติ					
12.	ฉันแสวงหาความท้าทายใหม่ๆ ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง					
13.	ฉันเข้าร่วมประชุมและ / หรือการปรึกษาหารือต่าง ๆ อย่างกระตือรือร้น					
<b>พฤติกรรมการทำงานที่ต่อต้าน (Counterproductive work behavior)</b>						
14.	ฉันบ่นถึงปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกี่ยวกับงานในที่ทำงาน					
15.	ฉันทำให้ปัญหาในที่ทำงานใหญ่กว่าที่มันเป็น					
16.	ฉันมุ่งสนใจแง่มุมทางลบของสถานการณ์ในที่ทำงานแทนที่จะเป็นแง่มุมทางบวก					
17.	ฉันคุยกับเพื่อนร่วมงานเรื่องแง่มุมทางลบของงาน					

	ฉัน					
18.	ฉันคุยกับคนนอกองค์กรเรื่องแ่งมุมทางลบของงาน ฉัน					

### สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาอันมีค่าในการทำแบบสอบถามนี้ค่ะ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## วิธีการจัดการเบื้องต้น

เมื่อท่านเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานที่ทำ อันมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ศูนย์สุขภาวะทางจิต (Center for Psychological Wellness) เป็นศูนย์ให้บริการทางจิตวิทยาของคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้บริการเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตให้กับสังคมไทย รวมถึงการเป็นศูนย์ด้านจิตวิทยาแห่งแรกในประเทศไทยที่ให้บริการทั้งด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการอย่างครบวงจร ศูนย์สุขภาวะทางจิตได้ให้ความสำคัญในการบริการปรึกษาเชิงจิตวิทยาอย่างเป็นมาตรฐานและตามจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยให้บริการการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบรายบุคคล

หากท่านเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานที่ทำ อันมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน สามารถบริการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบรายบุคคลได้ ณ ศูนย์สุขภาวะทางจิต ซึ่งเปิดให้บริการทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (เว้นวันหยุดราชการ) เวลา 9.00 น. ถึง 17.00 น. ชั้น 5 อาคารบรมราชชนนีศรีศตพรรษ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ศูนย์สุขภาวะทางจิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โทรศัพท์ 02-218-1171, 061-7362859 หรือที่อีเมล [wellness.chula@gmail.com](mailto:wellness.chula@gmail.com)







คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุตที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

254 อาคารจามจรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์: 02-218-3202, 02-218-3049 Email: eccu@chula.ac.th

COA No. 124/65

### ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 650060 : ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคนพิการโดย  
มีการรับรู้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผู้วิจัยหลัก : นางสาว นิชากรีย์ เป็นเอกชนะศักดิ์

หน่วยงาน : คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุตที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ได้พิจารณาโดยใช้หลักของ Belmont Report 1979, Declaration of Helsinki 2013, Council for International Organizations of Medical Sciences (CIOM) 2016, มาตรฐานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ค.) 2560, นโยบายแห่งชาติ และแนวทางปฏิบัติการวิจัยในมนุษย์ 2558 อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม

*ประจักษ์ วัฒนศิริ*

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ ปรีดา ทัศนประดิษฐ์)

ประธาน

ลงนาม

*วิวัฒน์ มิ่งกัณฑ์*

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระวีพันธ์ มิ่งกัณฑ์)

กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 11 มิถุนายน 2565

วันหมดอายุ : 10 มิถุนายน 2566

#### เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

1. เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและหนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมงานวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. ผู้วิจัย
4. เครื่องมือวิจัย
5. ใบประชาสัมพันธ์

#### เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการวิจัยจริยธรรม หากดำเนินการเกินขอบเขตการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 เดือน หรือส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ให้ออกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประเทศคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลหรือข้อมูลที่ได้จากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. หากยุติโครงการวิจัยก่อนกำหนดต้องแจ้งคณะกรรมการ ภายใน 2 สัปดาห์หรือทันทีแจ้ง
8. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งมอบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 01-15) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น
9. โครงการวิจัยที่มีหลายระยะ จะรับรองโครงการเป็นระยะ เมื่อดำเนินการวิจัยในระยะแรกเสร็จสิ้นแล้ว ให้ดำเนินการส่งรายงานความก้าวหน้า หรือโครงการวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องในระยะต่อไป
10. คณะกรรมการฯ สงวนสิทธิ์ในการตรวจเยี่ยมเพื่อติดตามการดำเนินการวิจัย
11. สำหรับโครงการวิจัยจากภายนอก ผู้บริหารส่วนงาน ก่อให้เกิดการดำเนินการวิจัย



Digital Certificate

เลขที่โครงการวิจัย 650060  
วันที่รับรอง 11 มิ.ย. 2565  
วันที่หมดอายุ 10 มิ.ย. 2566



The Research Ethics Review Committee for Research Involving Human Research Participants,  
Group I, Chulalongkorn University

Chamchuri 1 Building, 2nd Floor, 254 Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok 10330 Thailand

Telephone: 02-218-3202, 02-218-3049 Email: eccu@chula.ac.th

COA No. 124/65

### Certificate of Approval

**Study Title No. 650060** : RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYER BRANDING AND PERFORMANCE OF EMPLOYEES WITH DISABILITIES: THE MEDIATING ROLE OF PERCEIVED PERSON-ENVIRONMENT FIT

**Principal Investigator** : Ms. Nitcharee Peneakhanasak

**Place of Proposed Study/Institution** : Faculty of Psychology, Chulalongkorn University

The Research Ethics Review Committee for Research Involving Human Research Participants, Group I, Chulalongkorn University, Thailand, has approved constituted in accordance with Belmont Report 1979, Declaration of Helsinki 2013, Council for International Organizations of Medical Sciences (CIOM) 2016, Standards of Research Ethics Committee (SREC) 2017, and National Policy and guidelines for Human Research 2015.

Signature *Prida Tasanapradit*

(Associate Prof. Prida Tasanapradit)

Chairman

Signature *Raveenan Mingpakaneer.*

(Assistant Prof. Dr. Raveenan Mingpakaneer)

Secretary

**Date of Approval** : 11 June 2022

**Approval Expire date** : 10 June 2023

#### The approval documents including:

1. Participant Information Sheet and Consent Form
2. Research proposal
3. Researcher
4. Research instruments/tools
5. Recruitment flyer

#### Conditions

The approved investigator must comply with the following conditions:

1. It's unethical to collect data of research participants before the project has been approved by the committee.
2. The research/project activities must end on the approval expired date. To renew the approval, it can be applied one month prior to the expired date with submission of progress report.
3. Strictly conduct the research/project activities as written in the proposal.
4. Using only the documents that bearing the RECCU's seal of approval: research tools, information sheet, consent form, invitation letter for research participation (if applicable).
5. Report to the RECCU for any serious adverse events within 5 working days.
6. Report to the RECCU for any amendment of the research project prior to conduct the research activities.
7. Report to the RECCU for termination of the research project within 2 weeks with reasons.
8. Final report (AF 01-15) and abstract is required for a one year (or less) research/project and report within 30 days after the completion of the research/project.
9. Research project with several phases; approval will be approved phase by phase, progress report and relevant documents for the next phase must be submitted for review.
10. The committee reserves the right to site visit to follow up how the research project being conducted.
11. For external research proposal the dean or head of department oversees how the research being conducted



Digital Certificate

Study Title No. 650060  
Date of Approval 11 Jun 2022  
Approval Expire date 10 Jun 2023

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ณิชากรีย์ เป็นเอกชนะศักดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	16 มิถุนายน 2539
สถานที่เกิด	จังหวัดตรัง ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	11/99 คอนโดชีวาทัย ถนนราชปรารภ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10400



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY