

Research Article

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับ คุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง A Canonical Correlation Analysis between Work Motivation and Service Quality: A Study of Interns from a Private Educational Institution

จารุวรรณ เมืองเจริญ¹
Jaruan Muangjaroen

Article History

Received: August 26, 2020

Revised: October 1, 2021

Accepted: October 20, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานและคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง 2) เพื่อศึกษาสหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 400 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิค ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน คุณภาพการบริการ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิค

Abstract

The research goals were to investigate the following: 1) the degree of intern motivation and student service quality in an educational institution, and 2) a canonical correlation analysis between intern

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, E-mail: jaruanmuan@pim.ac.th

motivation and student service quality in an educational institution. The study used quantitative technique with a sample size of 400 pupils. Questionnaires were used as a study tool and data were analyzed using percentage, standard deviation, and Pearson's Correlation, and Canonical Correlation Analysis were used to statistically examine the relationships between independent and dependent variables. The findings of this study revealed that the result of correlation value between intern motivation factor and service quality factor seems to perform a higher correlation.

Keywords: *Motivation of Internship, Service Quality, Canonical Correlation Analysis*

บทนำ

การศึกษาโดยการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการเรียนปฏิบัติในปัจจุบัน สามารถสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่องค์กรได้ จากการเรียนปฏิบัติทำให้นักศึกษาก่อสร้างการฝึกฝนทักษะให้กับตนเอง ได้รับการเรียนรู้ประสบการณ์นอกห้องเรียน และสร้างระเบียบวินัยในการเรียนและการทำงาน ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงผ่านการฝึกปฏิบัติงานจากสภาพแวดล้อมเพื่อให้มีทักษะความสามารถพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานจริงอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าที่จะเป็นการเรียนรู้ในรูปแบบที่เป็นทางการจากห้องเรียนเท่านั้น ซึ่งทำให้ง่ายต่อการถ่ายโอนความรู้จากประสบการณ์ทำงานที่จำเป็นและเหมาะสม (Panyapiwat Institute of Management, 2019)

ปัจจุบันระบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการเรียนปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับงานบริการในสถานประกอบการเป็นระบบที่สถาบันการศึกษาให้ความสำคัญในการฝึกปฏิบัติตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ทั้งนี้ นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติในส่วนงานบริการภายในร้าน ตั้งแต่พนักงานรับจ่ายเงินและงานพื้นฐานทั่วไป การขายสินค้าและบริการ การแก้ไขปัญหาการบริการ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานจนถึงการบริหารจัดการภายในร้าน ซึ่งประสบการณ์นอกห้องเรียนนี้สามารถส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการทำงานของนักศึกษาให้เป็นพนักงานที่มีประสิทธิภาพในอนาคต โดยองค์กรส่วนใหญ่ต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องมีกระบวนการและแรงผลักดันเพื่อให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในงาน

ที่ทำ และมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การเพื่อการดำรงรักษาบุคลากรเหล่านี้ให้อยู่กับองค์กรได้ยาวนาน (Kinicki, Williams, Scott-Ladd, & Perry, 2011)

สิ่งที่จะกระตุ้นบุคลากรในการทำงานหรือสร้างแรงจูงใจในการทำงานจะต้องมีผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ เพื่อสร้างกำลังใจและความพึงพอใจของบุคลากรให้ตั้งใจในการทำงาน และสร้างเสริมความขยันในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bangmo, 2015; Yoder, 1958) สำหรับการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน Herzberg (1959) ได้อธิบายถึงสาเหตุของความพอใจในงานและความไม่พอใจในงานของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัย 2 ประการที่เป็นแรงจูงใจทำให้คนต้องการทำงาน คือ 1) ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยกระตุ้น (motivator factors) โดยเป็นแรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้นจากงานและทำให้บุคคลเกิดความชื่นชมยินดีในผลงานและความสามารถของตนเอง ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงานและความรับผิดชอบ และหากตอบสนองปัจจัยเหล่านี้ของผู้ปฏิบัติงานแล้ว จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดแรงจูงใจตั้งใจทำงานจนสุดความสามารถ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้ และ 2) ปัจจัยค่าเงินหรือปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) เป็นแรงจูงใจภายนอกที่ลดความไม่พอใจในงานและทำให้บุคลากรมีกำลังใจในการทำงานในองค์การเป็นเวลานาน เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ การเพิ่มเงินเดือนค่าตอบแทน เป็นต้น

แรงจูงใจมีความสำคัญกับการทำงานของบุคคล กล่าวคือ พฤติกรรมหรือกิจกรรมของบุคคลที่เกิดจากแรงจูงใจทำให้เกิดความต้องการในการกระทำสิ่งต่างๆ

เมื่อทำได้สำเร็จแล้วทำให้เกิดความสบายใจและมีแรงจูงใจในการทำงานครั้งต่อไปให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Domjan, 1996; Vroom, 1970) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้ 1) ความสำเร็จในการทำงาน (achievement) สามารถทำงานและแก้ไขปัญหาการทำงานให้สำเร็จตามกำหนด 2) การยอมรับนับถือ (recognition) มีความภาคภูมิใจเมื่อได้รับการแสดงความยินดีจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน 3) ลักษณะของงาน (work itself) มีความท้าทาย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และได้แสดงศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มที่ 4) ความรับผิดชอบ (responsibility) การรับผิดชอบต่องานของตนได้อย่างเต็มที่ และ 5) ความก้าวหน้า (advancement) ได้เลื่อนตำแหน่งงานและได้รับการพัฒนาศักยภาพของตนเอง หากมีปัจจัยที่สามารถสร้างแรงจูงใจที่ดีจะทำให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่มีคุณภาพให้แก่องค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chai, Teoh, Razaob, and Kadar (2017) พบว่า กลุ่มทำงาน ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน และสถานภาพเป็นปัจจัยกระตุ้นแรงจูงใจในการบริการให้มีคุณภาพ และลูกค้ามีความต้องการจากการบริการของพนักงานที่มีคุณภาพด้วย

นอกจากนี้ สถานประกอบการต่างๆ ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพการทำงาน ซึ่งหมายถึง คุณภาพการให้บริการที่มีการส่งมอบให้กับลูกค้าเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยเมื่อได้รับการบริการแล้วจึงเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ซึ่งการวัดคุณภาพการให้บริการมี 5 ด้าน (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990) ดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรม (tangible) ความเป็นรูปธรรมที่มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น 2) ความน่าเชื่อถือ (reliability) การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า มีความถูกต้องและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ 3) การตอบสนอง (responsive) ช่วยเหลือลูกค้าในการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 4) ความมั่นใจ (assurance) หมายถึง การให้ข้อมูลที่ถูกต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความเชื่อถือและลูกค้าได้รับบริการที่ดี และ 5) การเอาใจใส่ (empathy) ดูแลลูกค้า และศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าในการสร้างความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ Panda (2013) ที่พบว่า ความประทับใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดจากคุณภาพการบริการของพนักงานบริษัทที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญอย่างมากต่อการศึกษาแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานและคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษา จึงได้ศึกษาทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาสังเคราะห์จำแนก และสรุปเป็นการศึกษาแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน และคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน และคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาสหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจ (motivation) หมายถึง กระบวนการทางจิตวิทยาที่มาจากความต้องการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ และผลักดันให้เกิดพฤติกรรมและเกิดความพึงพอใจ ซึ่งได้มาจากปัจจัยสิ่งต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ (Kinicki et al., 2011) และหากมีแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการกระตุ้นในการทำงาน เช่น สวัสดิการ และการได้รับรางวัล ค่าตอบแทนตามผลงาน ตำแหน่งงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นต้น จะทำให้พนักงานมีกำลังใจและความพึงพอใจ โดยตั้งใจทำงานและสร้างเสริมความขยันในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bangmo, 2015)

Yoder (1958) ให้ความหมายของความพึงพอใจในการปฏิบัติงานว่า เป็นความพึงพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน และให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งนี้ องค์กรนั้นจะต้องสร้างความตระหนักรู้และเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการ

ทำงานบุคคลให้รู้สึกพอใจในงานที่ทำ เมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจและสามารถสนองความต้องการของบุคคลแล้ว จึงเกิดแรงจูงใจที่มีกระบวนการในการชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ (Lovell, 1980) สามารถจูงใจให้บุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมบางประการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ (Domjan, 1996)

หลักทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg (1959) เป็นทฤษฎีที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในองค์การที่ให้บริการและงานบริการของบุคลากรที่สามารถสร้างขึ้นในขอบเขต อำนาจหน้าที่ของตน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการทำงาน โดยได้อธิบายถึงปัจจัยจูงใจ (motivator factor) คือ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและสามารถกระตุ้นให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้บังคับบัญชามีการมอบหมายงานที่มีความสำคัญหรือเพิ่มเนื้อหาของงาน นอกจากนั้น Herzberg ยังกล่าวถึงปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) คือ แรงจูงใจภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน โดยองค์การสามารถใช้ปัจจัยสุขอนามัยในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้บุคลากรมีกำลังใจในการทำงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวคิดการวิจัยดังนี้ คือ 1) ความสำเร็จในการทำงาน (achievement) หมายถึง บุคลากรมีความสามารถแก้ไขปัญหา รู้จักป้องกันปัญหา และทำงานได้สำเร็จตามที่กำหนด 2) การยอมรับนับถือ (recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือ ชมเชย และแสดงความยินดีจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือจากบุคคลอื่นๆ ภายในหน่วยงานที่ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ 3) ลักษณะของงาน (work itself) หมายถึง งานที่มีความน่าสนใจ มีความท้าทายให้ลงมือทำ กระตุ้นให้พนักงานใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ 4) ความรับผิดชอบ (responsibility) หมายถึง การที่พนักงานได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานของตน และมีอำนาจในงานได้อย่างเต็มที่ และ 5) ความก้าวหน้า (advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นรวมถึงการได้รับโอกาสที่เพิ่มพูนความรู้ในการ

พัฒนาศักยภาพของตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แบบจำลองแรงจูงใจในกระบวนการทำงานในโรงแรม (Vetrakova & Mazúchová, 2015) ที่นำเสนอมุมมองของความชำนาญในการสร้างแบบจำลองและแรงจูงใจในการทำงาน และชี้ให้เห็นถึงเครื่องมือที่สร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่ทำงานในโรงแรมที่ศึกษาในสโลวาเกีย โดยผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือที่ใช้มากที่สุดในการจัดการแรงจูงใจในการทำงาน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้วยการศึกษาและค่าตอบแทนทางการเงินสามารถสร้างแรงจูงใจของพนักงานโรงแรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (service quality) เป็นการบริการที่พัฒนามาจากการดูแลเอาใจใส่ ความไว้วางใจเชื่อใจ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอซึ่งเป็นการคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการของธุรกิจ (Ziethaml et al., 1990) การวัดคุณภาพการบริการประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรม (tangible) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ โดยมีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น การแต่งกายของพนักงาน ป้ายประกาศ หรือทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน 2) ความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า โดยงานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม สม่ำเสมอ และไว้วางใจได้ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ 3) การตอบสนอง (responsive) หมายถึง ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าในการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ 4) ความมั่นใจ (assurance) หมายถึง ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำงาน ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โดยทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัย และสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี และ 5) การเอาใจใส่

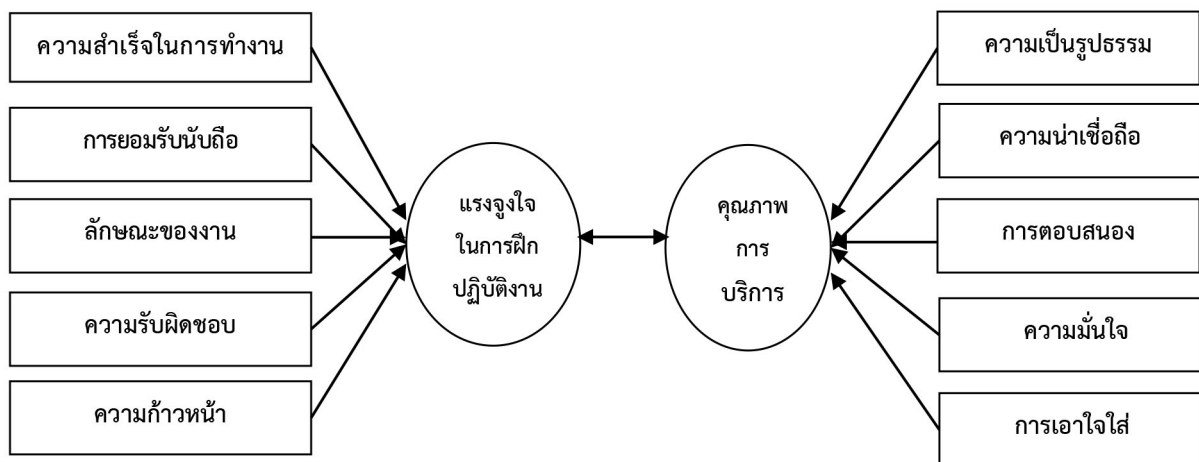
(empathy) หมายถึง มีความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้า ศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายเพื่อสร้างความพึงพอใจ

แนวคิดข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานในอาชีพนักกายภาพบำบัดในประเทศมาเลเซีย (Chai et al., 2017) ที่พบว่า กลุ่มทำงานตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน และสถานภาพเป็นปัจจัยกระตุ้นแรงจูงใจของพนักงานในการบริการให้มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผลลัพธ์ของคุณภาพการบริการและคุณลักษณะของพนักงานต่อความไว้วางใจและความมุ่งมั่นในความสัมพันธ์ของผู้บริโภค: กรณีการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผู้ซื้อประกันในอินเดีย (Panda, 2013) ที่พบว่า คุณภาพการบริการกับคุณลักษณะของพนักงานมีผลต่อความไว้วางใจและความสัมพันธ์ของลูกค้า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องวัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน แรงจูงใจในการ

ทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ และความภักดีของพนักงานแผนกห้องพักรงโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร (Manaschuen, 2017) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการทำงานกับความภักดีต่อองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ปัจจัยแรงจูงใจเป็นสิ่งที่กระตุ้นและสร้างความพึงพอใจของบุคลากรในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจและกลับมาใช้บริการของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Bangmo, 2015; Herzberg, 1959; Ziethaml et al., 1990)

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนเอกสารงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นและสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ชั้นปีที่ 1-4 ที่ฝึกปฏิบัติงานที่ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 11,803 คน ขนาดตัวอย่างได้จากวิธีการของ Yamane (1973) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน

ที่ผู้วิจัยยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5 และมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 งานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบการให้ประเมินตนเอง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงาน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (check list) ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน จำนวน 13 ข้อ และส่วนที่ 3 คือ

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำนวน 17 ข้อ โดยข้อคำถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งกำหนดตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert scale) (Likert, 1961) แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และ น้อยที่สุด (1)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1977) และพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้

จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) (Hinkle, William, & Stephen, 1998) เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้คะแนนรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับ (item-total correlation) และเลือกปัจจัยที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม (corrected item total correlation) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เพื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเชื่อมั่น

(reliability) ของข้อคำถาม โดยพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1990) อยู่ระหว่าง 0.830 - 0.894 ซึ่งหมายถึง เครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation analysis) (Tabachnick & Fidell, 2007)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง มีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีอายุระหว่าง 18 - 20 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 จำนวน 100 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมีระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงาน 3 - 4 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	144	36.00
ชาย	256	64.00
อายุ		
18-20	307	76.80
21-23	89	22.20
24-26	4	1.00

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่		
ชั้นปีที่ 1	100	25.00
ชั้นปีที่ 2	100	25.00
ชั้นปีที่ 3	100	25.00
ชั้นปีที่ 4	100	25.00
ระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงาน		
1 - 2 ปี	111	27.80
3 - 4 ปี	159	39.80
5 - 6 ปี	99	24.80
7 - 8 ปี	31	7.80

* เนื่องจากสถาบันการศึกษาได้รับนักศึกษาบางส่วนต่อเนื่องจากระดับ ปวช. และมีนักศึกษาปีเกินจึงทำให้ระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการเฉลี่ย 1 – 8 ปี

ด้านแรงจูงใจในการทำงานพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.55) ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.74) ด้านการยอมรับนับถือ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.60) และด้านลักษณะของงาน $\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ส่วนคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.52) รองลงมา คือ ด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.55) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.66) ด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.52) และด้านความเป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน และคุณภาพการบริการหน้าร้าน

ตัวแปร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
แรงจูงใจในการทำงาน			
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	4.21	0.55	มากที่สุด
ด้านการยอมรับนับถือ	4.15	0.60	มาก
ด้านลักษณะของงาน	4.07	0.65	มาก
ด้านความรับผิดชอบ	4.26	0.57	มากที่สุด
ด้านความก้าวหน้า	4.15	0.74	มาก
โดยรวม	4.17	0.62	มาก
คุณภาพการบริการ			
ด้านความเป็นรูปธรรม	4.13	0.64	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.17	0.66	มาก
ด้านการตอบสนอง	4.30	0.52	มากที่สุด
ด้านความมั่นใจ	4.17	0.52	มาก
ด้านการเอาใจใส่	4.28	0.55	มากที่สุด
โดยรวม	4.21	0.58	มากที่สุด

เมื่อศึกษาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับชุดตัวแปรคุณภาพการบริการหน้าร้าน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.452 - 0.828 ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงสูง ส่วนค่าสหสัมพันธ์ภายในชุดตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน (X1) ด้านการยอมรับนับถือ (X2) ด้านลักษณะของงาน (X3) ด้านความรับผิดชอบ (X4) และด้านความก้าวหน้า (X5) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.606 - 0.712 ซึ่งทุกค่ามีความสัมพันธ์ทางบวก

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงสูง สำหรับค่าสหสัมพันธ์ภายในชุดตัวแปรคุณภาพการบริการหน้าร้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม (Y1) ด้านความน่าเชื่อถือ (Y2) ด้านการตอบสนอง (Y3) ด้านความมั่นใจ (Y4) และด้านการเอาใจใส่ (Y5) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.452 - 0.828 ซึ่งทุกค่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงสูง (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (r) ระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง

	X1	X2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
X1	-									
X2	0.712**	-								
X3	0.702**	0.691**	-							
X4	0.608**	0.671**	0.614**	-						
X5	0.632**	0.698**	0.708**	0.606**	-					
Y1	0.650**	0.608**	0.717**	0.570**	0.765**	-				
Y2	0.638**	0.656**	0.704**	0.573**	0.776**	0.828**	-			
Y3	0.511**	0.557**	0.496**	0.651**	0.478**	0.452**	0.505**	-		
Y4	0.603**	0.664**	0.568**	0.632**	0.554**	0.612**	0.646**	0.752**	-	
Y5	0.579**	0.655**	0.567**	0.663**	0.574**	0.550**	0.587**	0.746**	0.734**	-

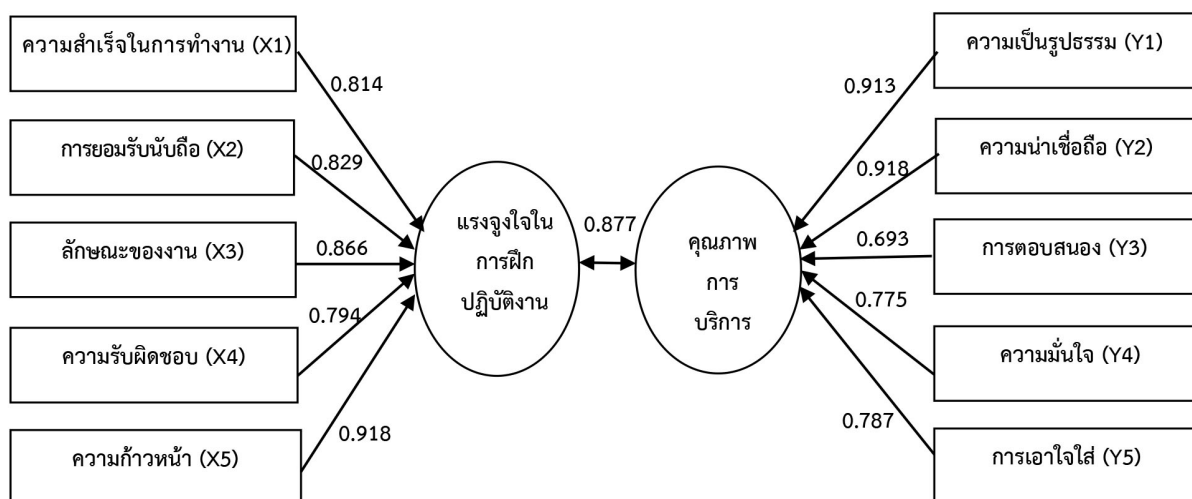
หมายเหตุ ** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน (ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า) กับชุดตัวแปรคุณภาพการบริการหน้าร้าน (ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่) พบว่า ฟังก์ชันที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอล ยกกำลังสองเท่ากับ 0.77 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Wilks' lambda = 0.16, F

(25, 1450.29) = 36.69, p = 0.00) สำหรับฟังก์ชันที่ 2 – 4 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอล ยกกำลังสองเท่ากับ 0.24 0.06 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนฟังก์ชันที่ 5 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลยกกำลังสองเท่ากับ 0.00 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงใช้ฟังก์ชันที่ 1 ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปร (ตารางที่ 4) โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์คาโนนิคอลมาตรฐานและสัมประสิทธิ์โครงสร้างระหว่างชุดตัวแปรได้ดังภาพที่ 2

ตารางที่ 4 แสดงค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างชุดตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับชุดตัวแปรคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง

Function	Canonical correlation	Square correlation	Wilk's lambda	F	df	p-value
1	0.87	0.77	0.16	36.69	25	0.00
2	0.49	0.24	0.70	9.17	16	0.00
3	0.25	0.06	0.93	3.46	9	0.00
4	0.12	0.01	0.99	1.42	4	0.23
5	0.00	0.00	1.00	0.00	1	0.97



ภาพที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้าน

จากภาพที่ 2 พบว่า ตัวแปรคาโนนิคอลของแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านมีความสัมพันธ์สูงมาก โดยด้านความก้าวหน้าส่งผลระดับสูงต่อตัวแปรคุณภาพการบริการในทิศทางเดียวกันมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.918 รองลงมาคือ ด้านลักษณะของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน และด้านความรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลสูงต่อตัวแปรคุณภาพการบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.866 0.829 0.814 และ 0.794 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรคาโนนิคอลของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลระดับสูงต่อตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.918 รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการเอาใจใส่ ด้านความมั่นใจ และด้านการตอบสนอง จะส่งผลระดับสูงต่อตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.913 0.787 0.775 และ 0.693 ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน และหากขาดตัวแปรหนึ่งไปก็จะมีผลกระทบทางเดียวกันกับตัวแปรอื่นๆ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งสถาบันการศึกษามีระบบการเรียน

ทฤษฎีควบคู่กับการเรียนปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับงานบริการในสถานประกอบการตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ซึ่งนักศึกษามีการฝึกปฏิบัติงานโดยได้เรียนรู้งานในตำแหน่งเทียบเท่าพนักงานในร้าน และเมื่อสำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาจะได้บรรจุการทำงานทันทีในตำแหน่งพนักงานประจำร้าน และหากนักศึกษาสามารถปฏิบัติงานในช่วงเรียนและฝึกปฏิบัติได้คะแนนผลการศึกษาและผลทดสอบของสถานประกอบการดีเยี่ยม ทางสถานประกอบการจะมีการพิจารณาบรรจุตำแหน่งงานที่สูงกว่า ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาในสถานประกอบการ และให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษา โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรคาโนนิคอลของแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านมีความสัมพันธ์สัมพันธ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาพบปัจจัยต่อไปนี้ที่ส่งผลระดับสูงต่อตัวแปรคุณภาพการบริการในทิศทางเดียวกัน คือ 1) ด้านความก้าวหน้า มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นเมื่อสำเร็จการศึกษา ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถในงาน 2) ด้านลักษณะของงาน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สามารถทำงานตามความรู้ความสามารถ และความถนัด และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ที่จะปรับปรุงและพัฒนางานให้มีคุณภาพ 3) ด้านการยอมรับนับถือ มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับความไว้วางใจและการชมเชยจากหัวหน้างานมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างดี และได้รับมอบหมายให้ทำงานสำคัญอยู่เสมอ 4) ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถใช้ความรู้ในการทำงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในที่ทำงานได้เสมอให้ได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ และ 5) ด้านความรับผิดชอบ มีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำงานที่ได้รับมอบหมายทันตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบในหน้าที่และหากมีงานเร่งด่วนได้อย่างเต็มที่ ตามลำดับ

ผลวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Herzberg (1959) ที่ระบุว่าปัจจัยจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kinicki et al. (2011) Bangmo (2015) Yoder (1958) และ Domjan (1996) ที่พบว่า ความต้องการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ และแรงผลักดันซึ่งมาจากปัจจัยสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดการกระตุ้นในการทำงาน ทำให้พนักงานมีกำลังใจ เกิดความพึงพอใจ และตั้งใจในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vetrakova and Mazúchová (2015) ที่พบว่าเครื่องมือที่ใช้มากที่สุดในการจัดการแรงจูงใจในการทำงาน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้วยการศึกษาและค่าตอบแทนทางการเงินสามารถสร้างแรงจูงใจของพนักงานโรงแรม นอกจากนี้ ผลวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Manaschuen (2017) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของโรงแรม ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันกับความภักดีต่อองค์กร จะเห็นได้ว่าทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มุ่งเน้นถึงปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีกำลังใจในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ตัวแปรคาโนนิคอลของคุณภาพการบริการหน้าร้านกับแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาพบว่า 1) ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลระดับสูงต่อตัวแปรแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันมากที่สุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐาน สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และสามารถบอกรายละเอียดสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง 2) ด้านความเป็นรูปธรรม ได้แก่ สามารถใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพียงพอในการให้บริการสามารถรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีความรู้เกี่ยวกับบริการหน้าร้านได้เป็นอย่างดี และแต่งกายสุภาพเรียบร้อยตามกฎระเบียบของบริษัท 3) ด้านการเอาใจใส่ ได้แก่ อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ มีความใส่ใจในการบริการให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยต่อลูกค้า 4) ด้านความมั่นใจ ได้แก่ มีความเป็นมืออาชีพในการบริการ สามารถจดจำสินค้าและบริการตรงความต้องการของลูกค้า สามารถตอบคำถามข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สามารถบริหารจัดการความต้องการของลูกค้าได้ และ 5) ด้านการตอบสนอง ได้แก่ มีความพร้อมในการบริการให้แก่ลูกค้าทันเวลาที่ มีความกระตือรือร้นในการบริการให้แก่ลูกค้า และสามารถให้ข้อมูลการบริการเมื่อมีข้อคำถามจากลูกค้า ตามลำดับ

ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Zithaml et al. (1990) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งมอบให้กับลูกค้าเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการให้บริการที่มีคุณภาพที่สอดคล้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chai et al. (2017) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจในการทำงานในอาชีพนักกายภาพบำบัดในประเทศมาเลเซียขึ้นอยู่กับกลุ่มงาน ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน และสถานภาพ ที่เป็นปัจจัยกระตุ้นแรงจูงใจในการบริการให้มีคุณภาพ และกิจกรรมที่เน้นการให้บริการ โดยลูกค้าต้องการบริการของพนักงานที่มีแรงจูงใจในการให้บริการที่มีคุณภาพ และ Panda (2013) ที่พบว่า คุณภาพการบริการกับคุณลักษณะของพนักงานมีผลต่อความไว้วางใจและความสัมพันธ์ของลูกค้า จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีทำให้เกิดคุณภาพ

การบริการที่ดี สร้างความประทับใจเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการและทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งทางสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมให้มีคุณภาพในการบริการด้านความน่าเชื่อถือที่ทำให้ลูกค้าของธุรกิจเห็นถึงความมีมาตรฐานของสินค้าและบริการที่ได้รับจากการปฏิบัติงานของนักศึกษา และควรสร้างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานด้านความก้าวหน้าที่ทำให้นักศึกษาได้รับการกระตุ้นความรู้ความสามารถที่จะนำไปสู่ตำแหน่งงานเมื่อสำเร็จการศึกษา และสร้างความเข้มแข็งของสถาบันการศึกษาในรูปแบบระบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการเรียนปฏิบัติ (work-based education) นำไปสู่การสร้างแนวปฏิบัติที่ดี โดยให้นักศึกษานำความรู้สู่การปฏิบัติ

2. ข้อเสนอแนะของงานวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ซึ่งแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานกับคุณภาพการบริการหน้าร้านของนักศึกษาในสถาบันการศึกษายังคงมีความน่าสนใจ คือ

2.1 สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารในระดับสถาบันการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาในอนาคต

2.2 สามารถศึกษาตัวแปรอื่นที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุแรงจูงใจในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาในสถาบันการศึกษา

2.3 งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดเรื่องการประเมินคุณภาพบริการด้วยการประเมินตนเอง ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมการใช้การประเมินคุณภาพการบริการด้วยลูกค้าแทนการประเมินตนเองของนักศึกษา

บรรณานุกรม

- Bangmo, S. (2015). *‘Ongkañ læ kañchatkañ* (Phim khrang thi 7) [Organization and management (7th ed.)]. Bangkok: Wittayaphat.
- Chai, S. C., Teoh, R. F., Razaob, N. A., & Kadar, M. (2017). Work motivation among occupational therapy graduates in Malaysia. *Hong Kong Journal of Occupational Therapy*, 30(1), 42-48.
- Cronbach, J. L. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper and Row.
- Domjan, M. P. (1996). *The principles of learning and behavior*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.
- Hinkle, D. E, William, W., & Stephen, G. J. (1998). *Applied statistics for the behavior sciences* (4th ed.). New York, NY: Houghton Mifflin.
- Kinicki, A., Williams, B. K., Scott-Ladd, B. D., & Perry, M. (2011). *Management: A practical introduction*. North Ryde, NSW: McGraw-Hill Irwin.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Lovell, R. B. (1980). *Adult learning*. New York: John Wiley & Son.
- Manaschuen, T. (2017). Watthanatham ‘ongkoñ saphāpwætlōm nai ngān ræng chūngchāi nai ngān thi mī phon to khunnaphāp kān boṛikañ læ khwām phakdi khoṅg phanakngān phanæk hoṅg phak khoṅg rōnggrām nai khēt Krung Thēp Mahā Nakhōṅ [Organizational culture, working environment and motivation affecting service quality and room division personnel’s loyalty of hotels in Bangkok]. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*, 12(2), 57-70.

- Panda, T. K. (2013). Effects of service quality and salesperson characteristics on consumer trust and relationship commitment: An empirical study on insurance buyers in India. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 17(4), 285-292.
- Panyapiwat Institute of Management. (2019). Sathāban ‘udomsuksā dōī sī phī ‘ōñ. [Institution of education by CP all]. Retrieved May 24, 2019, from <https://www.pim.ac.th/en/pages/cpall>.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Vetrakova, M., & Mazúchová, L. (2015). Modeling of process work motivation in hotels. *Procedia Economics and Finance*, 34, 508-513.
- Vroom, V. H. (1970). *Work and motivation*. New York: John Willey & Son.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Yoder, D. (1958). *Personnel principles and policies*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Ziethaml, V. A., Parasuraman A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.