ความต้องการในงานและ ทรัพยากรในงาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกผ่านความเหนื่อยหน่ายในงานของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

Job demands and job resources affecting turnover intention due to burnout of sales representatives for leading car companies

ศิรวิชญ์ สุประดิษฐ์ (Sirawish Supradith)*
วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความต้องการในงาน ทรัพยากรในงาน ความเหนื่อยหน่ายที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ และศึกษาบทบาทของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญในอิทธิพลระหว่างความเหนื่อยหน่ายที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายในบริษัทรถยนต์ชั้นนำ การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย สถิติความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้าผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรในงานและการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ความต้องการในงานและความตั้งใจที่จะลาออกอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความต้องการในงาน และทรัพยากรในงานมีผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขาย ทั้งนี้ ความเหนื่อยหน่ายในงานยังเป็นตัวแปรกลางแบบเต็มจำนวน (Full Mediator) ของความต้องการในงาน ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนา แก้ไข นโยบายการบริหารจัดการภายในผู้แทนจำหน่าย เพื่อให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นไป

คำสำคัญ : ความต้องการในงาน ทรัพยากรในงาน ความเหนื่อยหน่ายในงาน ความตั้งใจลาออก การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

* นักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 0621453641, E-mail : sirawish_s@hotmail.com , Faculty of Management Science, Silpakorn University

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

Abstract

This research aims to study the influences of job demands, job resources and burnout towards turnover intention of sales representatives for leading car companies and to study the relationship between roles of customer orientation and burnout and its impacts on turnover intention of the sales representatives. The respondents of this research were sales representatives of leading car companies. A questionnaire was exploited to gather data for analysis. The data were analyzed using descriptive statistics to find out frequency, percentage, mean score and standard deviation. The correlation of independent variables was analyzed using Pearson's Correlation Coefficient analysis, and the hypotheses were tested by using Entered Multiple Regression Analysis. The results of the study revealed that the SD values of job resources and customer orientation were the highest, and those of job demands and turnover intention were moderate. According to the hypothesis analysis, job demands and job resources seemed to result in burnout which consequently influenced the turnover intention of the sales representatives. Moreover, job demands were a full mediator of burnout. The results of this research can be applicable to improving and modifying internal administrative and managerial policies of car dealers to increase more effective administration and management.

Keywords: Job Demands, Job Resource, Burnout, Intention to leave, Customer orientation

บทนำ

สถานการณ์ของเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ บางธุรกิจชะลอตัว และหลายธุรกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมรถยนต์ถือว่าเป็นธุรกิจที่อยู่ในช่วงชะลอตัว มีการแข่งขันกันสูงมาก ประกอบกับผู้บริโภคมีการทบทวน และใช้เวลาในการตัดสินใจมากขึ้น ทำให้บริษัทรถยนต์ชั้นนำหลายๆบริษัทมียอดขายลดลง จากสาเหตุข้างต้น ส่งผลให้ผู้แทนจำหน่ายมีการเข้มงวด และมีมาตรการหลายอย่างที่กระตุ้นยอดขาย ทั้งกดดันพนักงานขาย เช่น การเพิ่มยอดขาย การติดตามลูกค้า แต่พนักงานขายยังได้รับค่าผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเท่าเดิม ส่งผลให้พนักงานขายเกิดความกดดันในการทำงาน

พนักงานขายถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากสำหรับผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ สามารถทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เพราะธุรกิจรถยนต์เป็นธุรกิจที่ต้องใช้มีพนักงานขายคอยดูแลให้บริการ และแนะนำข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เกิดการตัดสินใจที่จะซื้อรถยนต์ ผู้แทนจำหน่ายควรจะต้องมีการใส่ใจและคอยกระตุ้นพนักงานของตนให้มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดี ความต้องการในงานจึงเป็นเรื่องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงาน ผู้แทนจำหน่ายต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ของการทำงานที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานขายนั้นรู้ว่าสถานะของตนเองเป็นอย่างไร ต้องปฏิบัติงานในแนวทางไหนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ทั้งนี้ พนักงานขายแต่ละคนมีความสามารถ และประสิทธิภาพการทำงานที่ต่างกัน แม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน แต่พนักงานบางคนทำงานอย่างไม่มีความสุข ไม่มีแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน และไม่ทำให้คุณภาพชีวิตของพนักงานขายดีขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลที่ทำให้ความผูกพันต่อองค์การลดลง และนำไปสู่การตัดสินใจลาออกในที่สุด จากที่กล่าวข้างต้นการที่จะเพิ่มยอดขายให้ผู้แทนจำหน่ายด้วยการเร่งรัดพนักงานขายให้เพิ่มยอดขายให้มากขึ้นทำให้พนักงานขายเกิดความกดดันและเกิดความเบื่อหน่ายในงานซึ่งเป็นสาเหตุจะทำให้พนักงานขายลาออกก และจากการศึกษาของของปวีณ์นุช งามวงศ์, (2548) พบว่าความเบื่อหน่ายในงานมีความสัมพันธ์กับการตั้งในที่จะลาออก

จากการศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงาน หรือ Burnout ตั้งแต่ปี ค.ศ.1970 (Helbesleben & Bowlwer, 2007) เป็นการศึกษาในเรื่องความเหนื่อยล้าในงาน โดยมีการศึกษาอาการของพนักงานขายในเรื่องของ ความเหนื่อยหน่ายอ่อนล้าด้านอารมณ์ (Emotional exhaustion) การลดคุณค่าความเป็นบุคคลลง (Depersonalization) และการลดความสำเร็จของตัวเองลง (Decreased occupational accomplishment) ถ้าพนักงานขายมีเกณฑ์ทางที่บวก จะส่งผลให้พนักงานมีโอกาสที่จะลาออกจากงานสูง

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าความเหนื่อยหน่ายเป็นสาเหตุของการลาออกจากงาน และยังมีปัจจัยอื่นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาคือ ความต้องการในงาน ทรัพยากรในงาน การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งที่ผ่านมาพบว่ามีผู้ที่ศึกษาในเรื่องดังกล่าวน้อยมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยของทรัพยากรในงาน ความต้องการในงาน และความเหนื่อยหน่ายในงาน ที่ส่งผลกับความตั้งใจลาออกของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางสะท้อนให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำข้อมูลจากการวิจัยไปปรับใช้ และพัฒนาองค์การให้สามารถที่จะดำรงธุรกิจได้อย่างดี และมีผลกำไรจากการขายของพนักงานขายต่อไป

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการในงาน ทรัพยากรในงาน ความเหนื่อยหน่าย การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และความตั้งในที่จะลาออกของนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความต้องการในงานที่มีผลต่อความเหนื่อยหน่ายของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทรัพยากรในงานที่มีผลต่อความเหนื่อยหน่ายของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเหนื่อยหน่ายที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

5. เพื่อศึกษาบทบาทของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญในอิทธิพลระหว่างความเหนื่อยหน่ายที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ

การสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

1. ความต้องการในงาน (Job Demands)

ความต้องการในงาน แสดงถึง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ทำให้เกิดความตึงเครียด เช่น กรณีที่มีข้อเรียกร้องในงานมากเกินกว่าความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน (Bakker, Hakanen, Demorouti, & Xanthopoulou, 2007) โดยความต้องการในงานหมายถึง แง่มุมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานในด้านกายภาพ สังคม หรือองค์การ ซึ่งทำให้พนักงานต้องใช้ความพยายามทั้งร่างกายและจิตใจเพื่อทำงานให้ประสบความสำเร็จ (Demerouti et al., 2001) เช่น เวลาและความกดดันที่มีในการทำงาน ความคลุมเครือของบทบาทการทำงาน ความขัดแย้งของบทบาทในการทำงาน และงานที่เกินบทบาทหน้าที่ (Hakanan & Roodt, 2010) ความต้องการในงานอาจจะเป็นตัวต้นเหตุที่ก่อให้เกิดความเครียดในงานได้เช่นกัน เพราะความต้องการในงานต้องใช้ความพยายามอย่างมากที่จะรักษาระดับของการปฏิบัติงานที่องค์การคาดหวังไว้ ดังนั้นข้อร้องเรียนในงานอาจทำให้เกิดผลเสียในการทำงานได้ อาจทำให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในงานอย่างต่อเนื่อง และความผูกผันต่อองค์การลดลง ส่งผลถึงการตั้งใจที่จะลาออกได้ในที่สุด (Schaufeli & Bakker, 2004; Bakker & Demorouti, 2007)

สรุปได้ว่าความต้องการในงาน หมายถึง ความต้องการของงานทางกายภาพ สังคมและองค์การในด้านงานที่ต้องใช้ความพยายามทางกาย อารมณ์ และจิตใจ ในการตอบสนองความต้องการซึ่งความพยายามนี้มีต้นทุนทางกายและจิตใจที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (Bakker,et al,2007)

2. ทรัพยากรในงาน (Job Resource)

ทรัพยากรในงาน เป็นสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีการจัดหาทรัพยากรให้สำหรับพนักงานแต่ละคน โดยทรัพยากรในงานเป็น แง่มุมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับด้านกายภาพ จิตใจ สังคม หรือองค์กร ซึ่งมีหน้าที่คือ 1) ทำให้เป้าหมายในงานบรรลุตามเป้าที่ตั้งไว้ 2) ทำหน้าที่ลดความต้องการในงาน ซึ่งสัมพันธ์กับต้นทุนทางด้านร่างกายและจิตใจ และ 3) ทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดการเติบโต เรียนรู้และพัฒนาตนเอง (Demerouti , 2001) โดยทรัพยากรในงานนั้นมีอยู่ในระดับองค์การ กล่าวคือ ทรัพยากรในงานที่เอื้อต่องาน เช่น โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความมั่นคงในหน้าที่การงาน การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ความ

ชัดเจนในบทบาทหน้าที่ของงานที่ทำ การที่พนักงานได้รับทรัพยากรในงานที่เอต่องานจะนำไปสู่ความผูกพันในงาน (Schaufeli & Bakker, 2004; Bakker & Demorouti, 2007)

สรุปได้ว่าทรัพยากรในงาน หมายถึง แหล่งทรัพยากรในด้านงานทั้งกายภาพ จิตใจ สังคม หรือองค์กรที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย สามารถลดผลกระทบจากความต้องการของงานที่เกี่ยวกับจิตใจและกาย (เช่น ความอ่อนล้า) และสามารถกระตุ้นให้พนักงานเติบโตหรือพัฒนาขึ้นได้ (Demerouti ,2001; Bakker & Demerouti ,2007)

ทรัพยากรในงาน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ 1) ทรัพยากรภายนอก เช่น เงิน การสอนงานจากหัวหน้า การสนับสนุนทางสังคม 2) ทรัพยากรภายใน เช่น ความมีอิสระในงาน ข้อมูลป้อนกลับที่ดี เป็นต้น มีงานวิจัยกล่าวไว้ว่า ทรัพยากรภายในมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก และยังช่วยส่งเสริมให้พนักงานทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย ลดผลกระทบความต้องการในงานของพนักงาน และเพิ่มความรู้สึกการเป็นเจ้าของในองค์การของพนักงาน (Xanthopoulou, et al.,2007)

3. ความเหนื่อยหน่าย (Burn Out)

Burnout หมายถึง กระบวนการที่มีความอ่อนล้าที่เกิดขึ้นจากการทำงาน ไม่อยากพบปะผู้คนและสูญเสียความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน (Schbracq, 1996) ความเหนื่อยหน่ายนี้มักพบในบุคคลที่ทำงานในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ครูอาจารย์ ตำรวจ ทนายความ เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา (Muldary, 1983) แต่ในปัจจุบันนี้พบว่าความเหนื่อยหน่ายนี้สามารถเกิดได้ในบุคคลทุกอาชีพ หรือเป็นกลุ่มอาการที่มีความอ่อนล้าทางร่างกาย อารมณ์ และจิตใจมีความรู้สึกหมดหวัง ขาดความสนใจและกระตือรือร้นในการทำงานและในการดำเนินชีวิต (Muldary, 1983) ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่จากความเครียดที่สะสมมาเป็นเวลานาน ซึ่งมาจาก 1) บรรยากาศในการทำงานที่เคร่งเครียดมากเกินไป และ 2) ปริมาณงานที่รับผิดชอบมากเกินไป แต่ความเหนื่อยหน่ายที่เกิดขึ้นสามารถที่จะแก้ไขได้ ด้วนการพักผ่อนให้เพียงพอ ออกกำลังกาย รับประทานอาหารที่เหมาะสม (Girdano, 1997) ความเหนื่อยหน่ายส่งผลกระทบที่เกิดจากความเครียดอย่างมากจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน อาชีพที่ต้องติดต่อกับผู้ที่มีความทุกข์ทั้งทางกาย และทางใจ ร่วมถึงผู้ที่ทำงานที่เกี่ยวข้องกับความตายและชีวิตมนุษย์ (Harris, 1989) และความเหนื่อยหน่ายเป็นความรู้สึกของการเบื่อหน่ายในการทำงาน เป็นความรู้สึกทางลบมีความรู้สึกเพิกเฉยกับเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้าที่มาติดต่องาน หมดหวังสิ้นหวังทั้งทางกายและใจ อันเนื่องมาจากสาเหตุของการที่พยายามที่จะบรรลุเป้าหมายของงานมากเกินไปแต่ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งความเหนื่อยหน่ายมีผลมาจากความเครียดในการทำงานที่สะสมมานาน (สร้อยตระกูล, 2541)

สรุปได้ว่าความเหนื่อยหน่าย หมายถึง ความเหนื่อยหน่ายเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการรวมกันของความเหนื่อยล้าทางกาย ความอ่อนล้าทางอารมณ์ และความเหน็ดเหนื่อยทางความคิด ซึ่งมีผลทำให้เกิดความเหน็ดเหนื่อยอย่างมาก จนทำให้พลังงานของคนค่อยๆหมดลง ทั้งนี้เมื่อใดก็ตามที่คนมีระดับความเหนื่อยหน่ายสูงจะทำให้คนๆนั้นรู้สึกว่า ไม่สามารถช่วยตัวเองได้ สิ้นหวัง และมีอาการเศร้าสร้อยหดหู่ (Hobfoll, S.E. & Shirom, 2000)

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

อาการของความเหนื่อยหน่าย มี 3 อาการคือ 1) ความเหนื่อยหน่ายอ่อนล้าด้านอารมณ์ (Emotional exhaustion) แสดงอาการเบื่อ หมดกำลังใจ ไม่มีความกระตือรือร้นต่อการทำงาน ทำตัวแยกจากผู้อื่น มาทำงานสาย เป็นต้น 2) การลดคุณค่าความเป็นบุคคลลง (Depersonalization) จะมองคนอื่นในแง่ไม่ดี เกิดปัญหาความสัมพันธ์กับผู้อื่น ไม่เต็มใจที่จะให้บริการกับลูกค้า ขาดความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น 3) การลดความสำเร็จของตัวเองลง (Decreased occupational accomplishment) จะมีความรู้สึกว่าตัวเองไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีความสามารถ และมองตัวเองในแง่ร้าย (Maslach and Jackson)

ผลกระทบของความเหนื่อยหน่าย มี 2 ด้านคือ 1) ผลเสียต่อตัวบุคคล ความเหนื่อยหน่ายเกิดขึ้นนั้นจะเกิดผลเสียทั้งต่อร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ส่งผลเกิดความเสื่อมโทรมทางร่างกาย ขาดความกระตือรือร้นและใส่ใจในการทำงานบุคคลจะมีส่วนร่วมในงานน้อยลง โดยไม่คิดที่จะปรับปรุงการทำงานใดๆของตนให้ดีขึ้นจึงจะทำให้การทำงานไม่บรรลุเป้าหมายซึ่งส่งผลต่อเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาทำให้เกิดความไม่พอใจ และบุคคลที่มีความเหนื่อยหน่ายจะมีพฤติกรรมทางลบต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน นำไปสู่คุณภาพชีวิตครอบครัว ก็จะลดลงด้วย เนื่องจากบุคคลเหล่านี้จะนำเอาความเครียดจากที่ทำงานกลับมาที่บ้าน และแยกตัวอยู่เงียบๆจนไม่สนใจและไม่ใช้เวลากับครอบครัว ทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวลดลง (พรทิพย์, 2537) 2) ผลเสียต่อองค์การบุคคลที่มีอาการเหนื่อยหน่ายในการทำงานนั้นที่อยู่ในองค์การ จะเป็นบุคคลที่มักจะหลีกเลี่ยงงาน ประสิทธิภาพในการทำงานที่ได้รับมอบหมายลดลง จะมาทำงานสาย และมีการลาออกสูงจากองค์การโดยองค์การจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสรรหาคัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานใหม่ เพื่อเป็นการทดแทนพนักงาน ที่ลาออกไป (Muldary, 1983)

จากการศึกษารวบรวมแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องพบว่านักวิจัยทำการศึกษาในเรื่องของความต้องการในงาน และทรัพยากรในงานมีผลต่อความเหนื่อยหน่ายนั้นยังมีไม่มาก ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจจึงเลือกที่จะศึกษาในเรื่องนี้ จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความต้องการในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 1a ความชัดเจนในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 1b ความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 1c ภาระงานที่เหมาะสมมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 2 ทรัพยากรในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 2a การให้ความรู้ ฝึกอบรมมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 2b ค่าตอบแทน และสวัสดิการมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 2c การสนับสนุน และดูแลจากหัวหน้างานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

สมมติฐานที่ 2d ด้านสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์ในการทำงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย

4. ความตั้งใจที่จะลาออก (Intention to leave)

ความตั้งใจที่จะลาออก เป็นความตั้งใจลาออกจากงานโดยเป็นระดับความคิดที่จะลาออกจากองค์การด้วยความสมัครใจ (Rahim, 2001)

ความตั้งใจที่จะลาออก หมายถึง ความต้องการ หรือความตั้งใจของบุคคลที่จะได้รับ อิทธิพลมาจากความรู้สึกที่มีต่องาน และอิทธิพลที่ไม่เกี่ยวกับการทางาน ในอันที่เปลี่ยนแปลงหรือลาออกจากงานที่ทำอยู่ และหมายถึง ความพร้อมที่จะกระทำพฤติกรรมการลาออกจากงานในอนาคต (Mowday, R. T.,Porter, L. W. & Steer, R. M. (1982)

การลาออกมี 2 ประเภท คือ 1) การลาออกโดยสมัครใจ เป็นการสิ้นสภาพการเป็นสมาชิกขององค์การโดยที่พนักงานเป็นคนจัดการเอง 2) การลาออกโดยสมัครใจ เป็นการสิ้นสภาพการเป็นสมาชิกองค์การโดยการจัดการขององค์การ ซึ่งรวมถึงผู้เกษียณอายุ และการตาย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลาออกจากงาน มี 4 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยลักษณะองค์การ กล่าวคือ ขนาดขององค์การ ที่มีขนาดใหญ่ มีการติดต่อสื่อสารที่เป็นทางการสูง ส่งผลให้พนักงานในองค์การขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งระบบการทำงานแบบราชการที่เกิดขึ้นในองค์การมีผลให้เกิดการลาออกของพนักงานได้ง่าย ในเรื่องของนโยบายค่าจ้างต่ำ ขาดการสนับสนุน หรือส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในงาน ก็เป็นสาเหตุของการลาออกเช่นกัน 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน กล่าวคือ รูปแบบของการบังคับบัญชา พนักงานที่ลาออกนั้นไม่ชอบวิธีการในการให้ข้อมูลป้อนกลับที่หัวหน้างานให้แก่ตนเพื่อให้ปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และสาเหตุของความไม่ลงรอยของพนักงานกับหัวหน้างานก็มีผลทำให้เกิดการลาออกได้ รวมทั้งสาเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับเพื่อนร่วมงานก็เป็นสาเหตุของการลาออกได้ 3) ปัจจัยเนื้องานลักษณะของเนื้องาน กล่าวคือ ความพึงพอใจต่อเนื้อหางานโดยส่วนรวม เป็นจุดเริ่มต้นของพนักงานหวังว่าจะได้พบในการทำงาน เมื่อสิ่งที่คาดหวังแตกต่างกับความเป็นจริงในเนื้องานทำให้เกิดความไม่พอใจ ทั้งความซ้ำซากจำเจของงาน ความอิสระในการทำงานในความรับผิดชอบที่ได้รับ เหล่านี้เป็นสาเหตุของการลาออกจากองค์การ 4) ปัจจัยส่วนบุคคล กล่าวคือ อายุ อายุงาน ความสอดคล้องของลักษณะงานกับความสนใจ บุคลิกลักษณะส่วนบุคคล ขนาดของครอบครัวและความรับผิดชอบต่อครอบครัว อายุของพนักงานนั้นมีความสัมพันธ์กับการลาออก คือ คนที่มีอายุมากจะมีการลาออกจากงานน้อยกว่าคนที่มีอายุน้อย ความคล้ายคลึงของงานที่สอดคล้องกับความสนใจของพนักงานจะส่งผลให้พนักงานลาออกน้อย (อารมณ์, 2536)

จากการที่ศึกษาแนวคิด และวรรณกรรมยังมีส่วนน้อยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของความเหนื่อยหน่ายและความตั้งใจที่จะลาออก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจอย่างมากเป็นเรื่องที่น่าจะศึกษา จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ความเหนื่อยหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะลาออก

5. การเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation)

การเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ หมายถึง การจัดการความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำในที่สุด เพราะพนักงานที่ให้บริการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าจะพยายามอย่างหนักที่จะหาความต้องการของลูกค้า ซึ่งลูกค้าเองจะค่อยๆถูกโน้มน้าวเพื่อที่จะใช้บริการนั้นๆในโอกาสต่อไป (William Marie and Sanchez Juan,1998) และ การเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ คือ การบริการและการเอาใจใส่ ให้ความสำคัญในตัวลูกค้าของพนักงาน โดยทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจในพนักงานที่ให้บริการ เป็นทัศนคติซึ่งแสดงพฤติกรรมของพนักงานที่สะท้อน ออกมาให้ลูกค้าได้ และความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงานและความผู้พันต่อองค์การ ว่าเมื่อพนักงานผู้ที่ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้บริการลูกค้าด้วยใจ เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจก็จะส่งผลให้เกิดความประทับใจในองค์การด้วย ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในบริการที่ตนเองได้ทำให้ลูกค้า และรู้สึกดีต่อองค์การทำให้มีความผูกพันต่อองค์การยิ่งขึ้น และเมื่อองค์การมีชื่อเสียงในด้านการบริการ ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงชื่อเสียง ทำให้พนักงานมีแรงผลักดันที่จะมุ่งมั่นดูแลลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้พนักงานที่มีพฤติกรรมหรือการแสดงออก ทัศนคติ และบุคลิกภาพควรอยู่ในระดับที่เหมาะสม องค์การต้องมีการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติที่คู่ควรก่อนรับเข้ามาทำงาน (Donavan and Mary Hocutt, 2001)

จากการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญนั้นพบว่าการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมีผลที่ดีทั้งสองฝ่าย ทั้งตัวพนักงานเองที่ได้รับคำชื่นชมในให้การบริการ ลูกค้าเองก็ได้รับความพึงพอใจจากการมาใช้บริการ และส่งผลต่อองค์การที่ได้ชื่อเสียงในการเป็นองค์การที่มีการบริการที่ดี ดังนั้นการมุ่งเน้นลูกค้าจึงน่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลการผูกพันต่อองค์การ มีการศึกษาในเรื่องของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญอยู่ไม่มาก จากการวิเคราะห์ทำให้เห็นถึงความสำคัญที่ต้องตรวจสอบตัวแปรแทรก คือ การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญส่งผลกระทบต่อความเหนื่อยหน่ายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย และยังไม่พบว่ามีนักวิจัยทำการศึกษามากนัก ซึ่งประเด็นนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นนี้น่าศึกษา จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

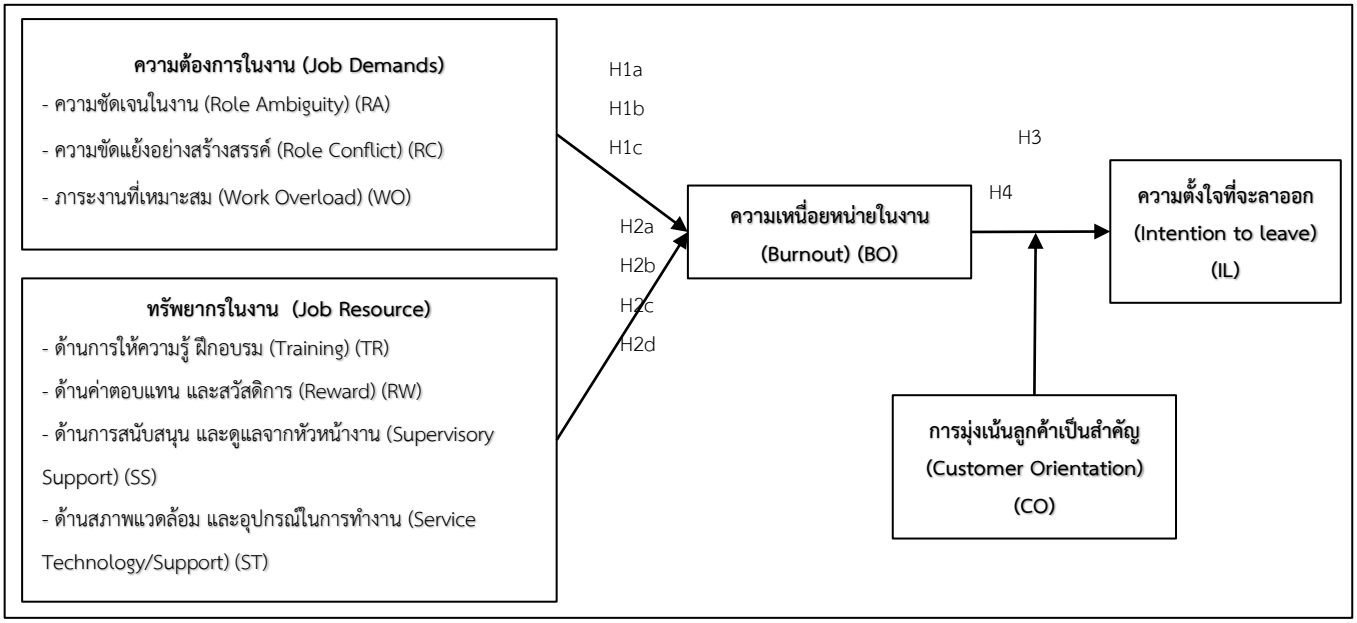
สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมีอิทธิพลด้านลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ายังไม่ปรากฏว่ามีผู้วิจัยท่านใดศึกษาในเรื่องของความเหนื่อยหน่ายในงาน ที่เป็นตัวแปรกลางที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในงาน และทรัพยากรในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก ผู้วิจัยจึงเห็นว่าเรื่องนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษา จึงนำมาสู่การสร้างสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ความเหนื่อยหน่ายในงานมีอิทธิพลกับความต้องการในงานส่งผลต่อความตั้งใจลาออก

สมมติฐานที่ 6 ความเหนื่อยหน่ายในงานมีอิทธิพลกับทรัพยากรในงานส่งผลต่อความตั้งใจลาออก

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยของทรัพยากรในงาน ความต้องการในงาน และความเหนื่อยหน่ายในงาน ที่ส่งผลกับความตั้งใจลาออก ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยดังรูป



รูปที่1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานขายในบริษัทรถยนต์ชั้นนำ เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ แฮร์ (Hair, 2006) ซึ่งเสนอว่ากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 เท่าต่อตัวแปรในงานวิจัย 1 ตัวแปร กล่าวคืองานวิจัยนี้มีทั้งหมด 12 ตัวแปร ได้กลุ่มจำนวนตัวอย่างในการวิจัยรวมทั้งสิ้น 240 คน และผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) คือ การเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน โดย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านความต้องการในงาน จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลด้านทรัพยากรในงาน จำนวน 16 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลด้านความเหนื่อยหน่ายในงาน จำนวน 16 ข้อ ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อมูลด้านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ 12 ข้อ ส่วนที่ 6 แบบสอบถามข้อมูลด้านความตั้งใจที่จะลาออก 5 ข้อ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความถูกต้องของโครงสร้างเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.50 – 1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของสัมประสิทธิ์- แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) ระหว่าง 0.80 - 0.95

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานขายในบริษัทรถยนต์ชั้นนำ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ชุด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 3 มกราคม – 14 มกราคม พ.ศ. 2561

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร ได้แก่ เพศ สถานะ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน จำนวนปีที่ทำงาน และระดับของรายได้ และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter)

5. การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

แบบสอบถามส่วนที่ 2 - 4 เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับคือ ดีมาก ดี ปานกลาง ไม่ดี ไม่ดีอย่างมาก สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายในตอนที่ 2 ได้กำหนดโดยใช้มาตรวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์ ผู้วิจัยให้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ คือ (1) คะแนน 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด (2) คะแนน 3.41-4.20 คือ ระดับมาก (3) คะแนน 2.61 -3.40 คือ ระดับปานกลาง (4) คะแนน 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย (5) คะแนน 1.00 -1.80 คือ ระดับน้อยมาก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

สรุปผลการวิจัย

พนักงานขายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 พนักงานขายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 พนักงานขายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในพนักงานฝ่ายขาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 รองลงมาอยู่ในตำแหน่งหัวหน้าทีมฝ่ายขาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และพนักงานขายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงาน 2-4 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมามีอายุงาน 5-7ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยด้านความต้องการในงานอยู่ในระดับปานกลาง (Job Demand) ($\bar{x}$ = 3.00 ,S.D = 0.74) และเมื่อศึกษารายปัจจัยพบว่าปัจจัยภาระงานที่ไม่เหมาะสม (Work Overload) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.38, S.D = 0.94) รองลงมาคือ ปัจจัยความคลุมเครือชัดเจนในบทบาทหน้าที่ (Role Ambiguity) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.21 ,S.D = 1.09) ส่วนลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ (Role Conflict) อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ = 2.41 ,S.D = 0.91)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทรัพยากรในงาน (Job Resources) พบว่า อยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 3.41, S.D = 0.68) เมื่อศึกษารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านการให้ความรู้ ฝึกอบรม (Training) อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.00, S.D = 0.90) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุน และดูแลจากหัวหน้างาน (Supervisory Support) อยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 3.50 ,S.D = 0.87) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทน และสวัสดิการ (Reward) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.71 ,S.D = 0.87)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความเหนื่อยหน่ายในงาน (Burnout) พบว่า อยู่ในระดับไม่ดี($\bar{x}$ = 2.44 ,S.D = 0.76) หมายถึง พนักงานขายมีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานมาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation) พบว่า อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}$ = 4.61 ,S.D = 0.41) หมายถึง พนักงานขายเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้ามาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะลาออก (Intention to leave) พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.21 ,S.D = 1.13) หมายถึง พนักงานขายมีความตั้งใจที่จะลาออก และไม่ตั้งใจที่จะลาออก

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบปัญหา Collinearity และ Multicollinearity

	RA	RC	WO	TR	RW	SS	ST	BO	CO	IL	VIF
RA											1.2899
RC	.297**										1.7256
WO	.240**	.411**									1.2645
TR	.140*	0.065	0.097								1.4997
RW	0.076	0.057	0.051	.296**							1.6586
SS	0.016	0.107	0.042	.402**	.334**						1.4867
ST	.165*	0.012	0.007	.459**	.603**	.504**					2.0987
BO	.429**	.581**	.364**	.148*	0.024	0.022	0.020				1.8148
CO	0.118	.195**	0.081	.323**	0.052	.153*	0.115	.214**			1.2026
IL	.266**	.343**	.259**	0.105	.262**	.288**	.309**	.586**	0.026		
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กันเอง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาร่วมกับค่า VIF เพื่อทดสอบ Multicollinearity พบว่า ค่า VIF ตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 1.202 – 2.098 ซึ่งน้อยกว่า 20 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม			
	ความเหนื่อยหน่ายในงาน	ความเหนื่อยหน่ายในงาน	ความตั้งใจที่จะลาออก	ความตั้งใจที่จะลาออก
ความชัดเจนในงาน	0.184** (0.036)			
ความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์	0.387** (0.047)			
ภาระงานที่เหมาะสม	0.095** (0.046)			
การให้ความรู้ ฝึกอบรม		0.160** (0.061)		
ค่าตอบแทน และสวัสดิการ		0.014** (0.064)		
การสนับสนุน และดูแลจากหัวหน้างาน		0.069** (0.059)		
สภาพแวดล้อม และอุปกรณ์ในการทำงาน		0.026** (0.067)		
ความเหนื่อยหน่ายในงาน			0.895** 0.080	
ความเหนื่อยหน่ายในงาน x การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ				0.144** 0.016
Adjust R^2	0.413	0.014	0.340	0.247

**p<0.001 (ตัวเลขแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน)

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความชัดเจนในงาน ความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ และภาระงานที่เหมาะสม ผ่านความเหนื่อยหน่ายในงานด้วยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีการนำเข้า (Enter) พบว่า

1. ความต้องการในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงาน โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 41.30 โดยแบ่งเป็น ความชัดเจนในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.184, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1a ความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.387, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1b ภาระงานที่เหมาะสมมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.095, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1c

2. ทรัพยากรในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงาน โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 1.40 โดยแบ่งเป็น การให้ความรู้ ฝึกอบรมมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.160, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2a ค่าตอบแทน และสวัสดิการมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.014, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2b การสนับสนุน และดูแลจากหัวหน้างานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.069, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2c สภาพแวดล้อมและอุปกรณ์ในการทำงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย (β = 0.067, p<0.001) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2d

3. ความเหนื่อยหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะลาออก (β = 0.895, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 34.00 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

4. การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมีอิทธิพลด้านลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย (β = 0.144, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 24.70 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

วิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในงานซึ่งเป็นตัวแปรกลาง โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณโดยปฏิบัติตามสถิติทดสอบของ Baron and Kenny (1986) เมื่อควบคุมตัวแปรกลาง

1. ความเหนื่อยหน่ายในงานมีอิทธิพลกับความต้องการในงานทางลบที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก ผลการทดสอบพบว่า

1.1 ความต้องการในงานมีอิทธิพลทางลบต่อการตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย (β = 0.563, Std. Error = 0.144, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 5.50

1.2 ความต้องการในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงานของพนักงานขาย (β = 0.668, Std. Error = 0.087, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 19.10

1.3 ความเหนื่อยหน่ายในมีอิทธิพลทางลบต่อการตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย (β = 0.895, Std. Error = 0.080, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 3.40

1.4 ความต้องการในงาน และความเหนื่อยหน่ายในงานไม่มีอิทธิพลทางลบต่อการตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย

ดังนั้นยอมรับสมมติฐานที่ 5 แสดงว่า ความเหนื่อยหน่ายในงานมีอิทธิพลต่อความต้องการในงานเป็นตัวแปรกลางแบบเต็มจำนวน (Full Mediator) ที่ส่งผลต่อการตั้งใจที่จะลาออกจากขายของพนักงานขาย

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

2. ความเหนื่อยหน่ายในงานมีอิทธิพลกับทรัพยากรในงานทางลบที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก ผลการทดสอบพบว่า

2.1 ทรัพยากรในงานมีอิทธิพลทางลบต่อการตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานขาย (β = 0.506, Std. Error = 0.096, p<0.001) โดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 9.90

2.2 ทรัพยากรในงานไม่มีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพนักงานขาย

ดังนั้นปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 แสดงว่า ความเหนื่อยหน่ายในงาน ไม่เป็นตัวแปรกลางที่มีอิทธิพลต่อทรัพยากรในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยความต้องการในงานและ ทรัพยากรในงาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกผ่านความเหนื่อยหน่ายในงานของพนักงานขายรถยนต์ชั้นนำ ดังนี้

1. ความต้องการในงานมีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่ายในงาน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า 1) ความชัดเจนในงานมีผลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย เมื่อพนักงานรู้สึกถึงความไม่ชัดเจนของงานของตนเอง เช่น วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขอบเขตหน้าที่ และกระบวนการทำงาน ส่งผลให้พนักงานขายมีความเหนื่อยหน่ายในงาน ผู้บริหารควรมีการแจ้งถึงหน้าที่งานที่พนักงานต้องรับผิดชอบให้ชัดเจนตั้งแต่พนักงานขายเริ่มทำงานวันแรก และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในขอบเขตของงานที่พนักงานขายรับผิดชอบต้องมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้พนักงานขายทราบทุกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Youngshin Kim, PhD, (2016) พบว่าความต้องการในงานมีความสัมพันธ์ความเหนื่อยหน่ายในงานส่งผลกับการลาออกจากงาน และงานวิจัยของ Rebecca Brauchli, (2013) พบว่า ความต้องการในงานและความเหนื่อยหน่ายมีความสัมพันธ์กัน เมื่อบทบาทหน้าที่ไม่ชัดเจนจะส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน 2) ความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์มีผลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย เนื่องจากพนักงานขายเกิดความขัดแย้งในการทำงานกับหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานที่มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน และไม่มีข้อสรุปในข้อขัดแย้งนั้นๆทำให้พนักงานขายเกิดความเหนื่อยหน่ายในงาน ผู้บริหารควรที่จะจัดอบรมการเป็นหัวหน้างานที่ดีให้กับหัวหน้างาน และการทำงานเป็นทีมให้กับพนักงานขายเพื่อลดความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งเมื่อเกิดข้อขัดแย้งขึ้นผู้บริหารควรที่จะมีการไกล่เกลี่ยหาข้อยุติที่เป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Tara F. Mckinley, (2016) พบว่า ความขัดแย้งในการทำงานส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายทางด้านอารมณ์ในการทำงาน 3) ภาระงานที่เหมาะสมมีผลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย เมื่อพนักงานขายทำงานมากเกินขอบเขตที่รับผิดชอบส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายไม่สำเร็จตามกำหนด ทำให้พนักงานมีความเหนื่อยหน่ายในงาน ผู้บริหารควรที่จะมีการบริหารงาน และกระจายงานให้เหมาะสมกับจำนวนของพนักงานขายที่มีอยู่เพื่อให้พนักงานขายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ Kenneth E. Nelson, (2017) พบว่า ความเครียดและภาระงานที่เพิ่มขึ้นอาจนำไปสู่ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และส่งผลต่อการเปลี่ยนงานหรือการลาออกจากงาน

2. ทรัพยากรในงานไม่มีอิทธิพลทางลบต่อความเหนื่อยหน่าย เนื่องจากพนักงานขายได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถยนต์รุ่นใหม่ๆ และมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพในการขาย มีค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และสวัสดิการในการทำงานที่มีความเหมาะสม ทั้งยังได้รับการสนับสนุนและดูแลในการทำงาน

จากหัวหน้างาน บรรยากาศสภาพแวดล้อมในการทำงานมีพื้นที่ในการทำงาน และมีอุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสมนั้น ไม่มีผลทำให้พนักงานขายเกิดความเหนื่อยหน่ายในงาน เพราะเมื่อพนักงานขายมีความตั้งใจที่จะลาออก ต่อให้มีผู้แทนจำหน่ายมีการจัดสรรทรัพยากรในงานที่ครบถ้วนเหมาะสม พนักงานขายก็ยังคงลาออกจากงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Jeffrey P. Guenette, (2018) พบว่า การที่มีการสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือที่ดี การแนะนำหรือเสนอแนะที่ดี จากเพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างานทำให้ไม่ส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในงาน

3. ความเหนื่อยหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะลาออก เนื่องจากในการทำงานพนักงานขาย ต้องประสบกับเรื่องราวต่างๆมากมายที่ส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในงาน ไม่ว่าจะเป็นความเหนื่อยหน่ายที่เกิดจากอารมณ์ของตนเอง ความรู้สึกไม่ดีต่อผู้ร่วมงานลูกค้าที่มาใช้บริการทำให้ไม่อยากที่จะทำงาน และการดูถูกตัวเองมองตัวเองในด้านลบ คิดว่าตัวเองทำงานไม่ดี ทำอะไรก็ไม่ประสบความสำเร็จ ยอดขายไม่เป็นไปตามที่เป้าของผู้แทนจำหน่ายตั้งไว้ ส่งผลให้พนักงานขายมีความตั้งใจที่จะลาออกจากงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Giovanni B. Moneta พบว่า พนักงานต้องการพักผ่อนหรือผ่อนคลายทางอารมณ์ ไม่ชอบการกดดัน เพื่อให้ทำงานได้อย่างสบายใจยิ่งขึ้น ส่งผลให้เมื่อมีแรงกดดันก็จะเหนื่อยหน่ายและอยากจะลาออกจากงาน และงานวิจัยของ Li-Feng Zhang, (2014) พบว่า เมื่อมีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานสูง และความพึงพอใจในงานต่ำจะส่งผลให้พนักงานต้องการที่จะลาออกจากงาน

4. การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญจะมีอิทธิพลทางลบกับความเหนื่อยหน่ายในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออก เนื่องจากในการทำงานพนักงานขายจะให้ความสำคัญกับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการดูแล การให้บริการที่ดี มีกริยาที่นอบน้อมถ่อมตน และให้เกียรติลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งยังเป็นผู้รับฟังที่ดี ค่อยให้คำปรึกษาและดูแลลูกค้าเสมือนเป็นญาติของพนักงานขายเอง มีการดูแลความเรียบร้อยของรถยนต์ที่ต้องส่งมอบให้ลูกค้าเป็นอย่างดี และมีการติดตาม แจ้งความคืบหน้าของรถยนต์ใหม่ของลูกค้า ดูแลปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับในในการมาใช้บริการ เมื่อลูกค้าประทับใจก็จะเกิดการชื่นชมในบริการ เมื่อมีคนรอบตัวลูกค้าต้องการที่จะซื้อรถยนต์ใหม่ ลูกค้าก็จะเป็นคนแนะนำให้มาใช้บริการกับพนักงานขายคนนี้ หรือลูกค้าต้องการซื้อรถยนต์ใหม่เพิ่มเติมหรือทดแทนคันเดิมก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้พนักงานขายมีกำลังใจในการทำงานต่อไปต่อให้พนักงานขายมีความเหนื่อยหน่ายในงานก็จะไม่ส่งผลให้พนักงานขายลาออก แต่ถ้าหากการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของพนักงานขายไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ยิ่งทำยิ่งทำให้ลูกค้าตำหนิก็จะส่งผลให้พนักงานขายท้อแท้ในการทำงานและส่งผลให้เกิดการตั้งใจที่จะลาออก ซึ่งสอดคล้องกับ Woo Gon Kim, (2005) และวรพัชร์ ชุมวรฐายี (2558) พบว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานของพนักงาน ส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้น แสดงว่าเมื่อพนักงานขายมีความพึงพอใจในงาน ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่พนักงานขาย

5. ความเหนื่อยหน่ายในงานเป็นตัวแปรกลางในอิทธิพลความต้องการในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก การหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของความเหนื่อยหน่ายในงานเป็นตัวแปรกลางแบบเต็มจำนวน (Full Mediator) เนื่องจากหากพนักงานรับรู้ขอบเขตหน้าที่ และกระบวนการทำงานที่ไม่ชัดเจน ทำให้ปฏิบัติงานได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ จะส่งผลให้เกิดความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน เช่น การที่รู้สึกว่าตัวเองไม่เหมาะสมกับงานที่ทำอยู่ หรือทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกจากพนักงานขาย ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาของ M.

Gökhan Bitmiş, (2015) พบว่า ทุนทางจิตวิทยาส่งผลกระทบต่อความเหนื่อยหน่ายและความไม่มั่นคงในงาน นอกจากนี้ความไม่มั่นคงของงานเป็นตัวกลางไกล่เกลี่ยความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยากับความเหนื่อยหน่าย จากงานวิจัย ยังพบว่ามีงานวิจัยน้อยมากที่นำความเหนื่อยหน่ายในงานมาเป็นตัวแปรกลาง ส่วนใหญ่จะใช้ความเหนื่อยหน่ายในงานเป็นตัวแปรตาม

6. ความเหนื่อยหน่ายในงานไม่เป็นตัวแปรกลางในอิทธิพลกับทรัพยากรในงานส่งผลต่อความตั้งใจลาออก การหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของความเหนื่อยหน่ายในงานพบว่าไม่เป็นตัวแปรกลาง เนื่องจากพนักงานงานขายได้รับการอบรมในด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และวิธีการเทคนิคในการขาย สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีหัวหน้างานคอยให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือ และได้รับสวัสดิการ ค่าตอบแทนที่มีความเหมาะสม หรือแม้กระทั้งสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น พนักงานไม่ได้รับอย่างเหมาะสม ก็ไม่ส่งผลต่อความเหนื่อยหน่ายในงาน เพราะหากพนักงานตั้งใจที่จะลาออกแล้วต่อให้ได้รับสิ่งต่างๆที่เหมาะสมแล้ว พนักงานก็ยังคงจะลาออกตามที่ตั้งใจ ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาของ Sang-Sook Han, (2017) พบว่า การมีส่วนร่วมในการทำงานของพนักงานจะมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่ทำให้การที่จะบริการลูกค้า เพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ จากงานวิจัย ยังพบว่ามีงานวิจัยน้อยมากที่นำความเหนื่อยหน่ายในงานมาเป็นตัวแปรกลาง ส่วนใหญ่จะใช้ความเหนื่อยหน่ายในงานเป็นตัวแปรตาม

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

ได้กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎีความต้องการในงาน ทฤษฎีทรัพยากรในงาน ทฤษฎีความเหนื่อยหน่ายในงาน ทฤษฎีการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และทฤษฎีการตั้งใจที่จะลาออก ได้แก่ ความสำคัญ สภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งทางกายภาพ จิตใจ สังคม และองค์การต่อพนักงานขาย กระบวนการที่ทำให้เกิดความอ่อนล้า หมดหวัง ในการทำงานที่มีผลมาจากร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ การจัดการความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากากรบริการของพนักงานขาย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการลาออกจากงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ใหม่

2. ประโยชน์จากการวิจัยเชิงการจัดการ

2.1 ผู้แทนจำหน่ายสามารถนำข้อมูลมาวางแผนในการสร้างความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ และกระบวนการทำงานของพนักงานขายมีผลต่อการทำงานของพนักงานขาย ซึ่งเมื่อผู้แทนจำหน่ายทราบถึงแนวทางในการจัดการความต้องการในงานที่ชัดเจน จะส่งผลให้ผู้แทนจำหน่ายสามารถจะดำเนินการจัดอบรมหรือชี้แจงบทบาทหน้าที่ และกระบวนการทำงานให้กับพนักงานที่เข้ามาทำงานใหม่ให้ทราบ และมีการจัดประชุมชี้แจงเน้นย้ำถึงบทบาทหน้าที่ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

2.2 ผู้แทนจำหน่ายสามารถนำข้อมูลมาจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร จัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถยนต์ใหม่ของค่ายตัวเองและคู่แข่ง แนวทางเทคนิคการขาย การเป็นหัวหน้างานที่ดี ทักษะในการจัดการความขัดแย้งในงาน การทำงานเป็นทีม เป็นต้น เพื่อให้พนักงานขายได้รับความรู้มีทักษะที่ดีพร้อมรับกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของตลาดอุตสาหกรรมรถยนต์ในอนาคต

2.3 ผู้แทนจำหน่ายสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการปรับทัศนคติในการทำงานของพนักงานขาย เพื่อให้ผู้บริหารสามารถที่จะเข้าถึงพนักงานขายได้มากขึ้น เมื่อผู้บริการใส่ใจในการทำงาน ให้ความช่วยเหลือและเข้าใจรูปแบบการทำงานของพนักงานขาย ก็สามารถที่จะปรับรูปแบบการทำงาน กำหนดเส้นทางในการทำงาน เพื่อให้พนักงานขายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ลดปัญหาการลาออกจากองค์การและยังส่งผลต่อยอดขายของผู้แทนจำหน่ายอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถที่จะศึกษาผลกระทบที่เกิดจากตัวแปรในด้านอื่นๆ หรือเพิ่มตัวแปรแทรกอื่น เช่น ความเครียดจากการทำงาน หรือปรับเปลี่ยนตัวแปรกลางเป็นเรื่องอื่นๆ เช่น ความผูกพันต่อองค์การ ความพึงพอใจในงาน การรับรู้ความยุติธรรม เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ และผลกระทบที่ส่งผลต่อต่อการตั้งใจที่จะลาออก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการรูปแบบในการทำงานของพนักงานขายในอนาคต

2. นำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามจากพนักขายบริษัทรถยนต์ชั้นนำที่ท่านให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ปวีณ์นุช งามวงศ์. (2548). ความเหนื่อยหน่ายที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและการตั้งใจลาออกของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม, วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตว์.

พรทิพย์ สุรโยธี ณ ราชสีมา. (2537). “อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล สิ่งแวดล้อมในการทำงานและแรงสนับสนุนทางสนับสนุนทางสังคม ที่มีผลต่อความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของพยาบาลโรงพยาบาลศูนย์/โรงพยาบาล สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข”: วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล

วรพัชร์ ชุมวรฐายี. (2558). “อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)” Veridian E-Journal Silpakorn University. ปีที่ 8, ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2558) :1001-1018.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ, กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อารมณ์ จินดาพันธ์. (2536). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเปลี่ยนงานของข้าราชการครู สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, ปริญญานิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒประสานมิตร

ภาษาต่างประเทศ

Bakker, A. B., & Demerouti. E. (2007). The job demands-resources model: State of the art: Journal of Managerial Psychology, 22(3), 309–328.

Baron, R.M, Kenny, D.A., (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychology research: Conceptual, strategic, statistical consideration: Journal or Personality and Social Psychology 51(6), 1173-1182.

Donavan and Mary Hocutt (2001). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors: Journal of Marketing, 68(1), 12-33.

Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout: Journal of Applied Psychology, 86(3), 499–512.

Giovanni B. Moneta. (2011). Need for achievement, burnout, and intention to leave: Testing an occupational model in educational settings: Journal Personality and Individual Differences, 50 (2), 274-278.

Giordano, D.A. (1997). Controlling Stress and Tension. U.S.A.: A Viacom Company

Hakanen, J.J. & Roodt, G. (2010). Using the job demands-resources model to predict engagement: Analyzing a conceptual model. In A.B. Bakker & M.P. Leiter (eds.) Work engagement: A Handbook of Essential Theory and Research, 85-101.

Harris, R.B. (1989). "Reviews Nursing Stress According to a Proposed Copping Adaptation Framework." Advances in Nursing Sciences. 11, 12-28.

Hobfoll, S.E. & Shirom, (2000). Conversation of resources theory: Application to stress and management in the workplace. In R.T. Golembiewski (Ed.), Handbook of organization behavior (2nd), New York:Dekker.

Jeffrey P. Guennette, Stacy E. Smith, (2018). Burnout: Job Resources and Job Demand Associated With Low Personal Accomplishment in United States Radiology Residents: Journal Academic Radiology, (2018)

Kenneth E. Nelson III, (2017). Nurse Manager Perception of Work Overload and Strategies to Address It: Journal Nurse Leader, 15(6), 406-408

Li-feng Zhang. PhD, Li-ming You. PhD, Ke Liu. PhD, Jing Zheng. PhD, Jin-bo Fang. PhD, Min-min Lu, Ai-li Lv. PhD, Wei-guang Ma MSN, Jian Wang MSN, Shu-hong Wang MSN, Xue Wu MSN, Xiao-wen Zhu. PhD, Xiu-qing Bu MSc, (2014). The association of Chinese hospital work environment with nurse burnout, job satisfaction, and intention to leave: Journal Nursing Outlook, 62(2), 128-137.

M. Gökhan Bitmiş, Azize Ergeneli, (2015). How Psychological Capital Influences Burnout: The Mediating Role of Job Insecurity: Procedia - Social and Behavioral Sciences, 207(20), 363-368.

Mowday, R. T.,Porter, L. W. & Steer, R. M. (1982). Employee organization linkage: The psychology of commitment, absenteeism and turnover. New York: Academic Press

Muldary, T.W, (1983). Burnout and Health Professionals: Manifestations and Management. California: Capistrano Press.

Rebecca Brauchli, Wilmar B. Schaufeli b, Gregor J. Jenny a, Désirée Füllemann c, Georg F. Bauer (2013), Disentangling stability and change in job resources, job demands, and employee well-being — A three-wave study on the Job-Demands Resources model: Journal of Vocational Behavior 83, 117-129.

Sang-Sook Han, Jeong-Won Han, Yun-Hyung Kim, (2017), Effect of Nurses' Emotional Labor on Customer Orientation and Service Delivery: The Mediating Effects of Work Engagement and Burnout, Safety and Health at Work: Available online 9 December 2017.

Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Van Rhenen, W. (2009). How change in job demands and resources predict burnout, work engagement, and sickness absenteeism: Journal of Organizational Behavior, 30, 893–917.

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study: Journal of Organizational Behavior, 25, 293–315.

Schbracq, M.J. (1996). Handbook of Work and Health Psychology. New York: John Wiley & Sons Co. Ltd.,

Tara F. McKinleya, Kimberly A. Bolanda, John D. Mahanb, (2017). Burnout and interventions in pediatric residency: A literature review: Journal Burnout Research 6, 9-17.

William Marie and Sanchez Juan, (1998). “Customer Service-oriented Behavior: person and situational antecedents”. Journal of Quality Management 3:101-116.

Woo Gon Kim, Jerrold K. Leong, Yong-Ki Lee, (2005). Effect of service orientation on job satisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant: International Journal of Hospitality Management, 24(2), 171-193.

Xanthopoulou, D., et al. (2007). The role of personal resources in the job demands-resources model. International Journal of Stress Management.

Youngshin Kim, PhD. (2016). Music Therapists’ job demand, job autonomy, social support, and their Relationship with burnout and turnover intention: Journal the Arts in Psychotherapy 51, 17-23.