

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน
เอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The Influences of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment of
employees working in Khlong Toei, Bangkok

ศศิวิมล กาญจนอรุ โนนทัย
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sasiwimon Kanchanaarunotai

E-mail: 6514060096@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขต คลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลความ รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขต คลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบ สมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาต่างกัน ด้านรายได้ต่างกัน มีความผูกพันองค์กรต่างกัน

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร; ความผูกพันองค์กร; พนักงานเอกชน

ABSTRACT

This research aims to achieve three objectives: 1) To study the factors of corporate social responsibility and organizational commitment of employees working in Klong Toey District, Bangkok. 2) To study the organizational commitment factors of employees working in Klong Toey District, Bangkok, classified by demographic factors; 3) To study the influence of corporate social responsibility on organizational commitment of employees working in Klong Toey District, Bangkok.

The sample group used in this research consists of 400 employees who work in Klong Toey, Bangkok. Questionnaires were used as a tool for data collection. The statistics used for analysis include frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing was conducted using Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA. If differences were found, pairwise comparisons were made using LSD method), and Multiple Regression statistics (Multiple Regression Analysis).

The results showed that employees working in Klong Toey, Bangkok, with different demographic factors in terms of education level and salary that influence their organizational commitment. Additionally, corporate social responsibility factors influence the organizational commitment of employees working in Klong Toey, Bangkok. These factors, in order of influence, are Community involvement and development, Labor practices, Consumer issues, Organizational governance and Fair Operating practices.

Keywords: Corporate Social responsibility (CSR); Organizational Commitment; Employees

บทนำ

ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี สังคม และเศรษฐกิจ ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยมุมมองในการดำเนินธุรกิจได้ขยายขอบเขตจากการมุ่งเน้นเพียงการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการให้บริการที่มีคุณภาพ สู่อำนาจถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินกิจการ องค์กรในประเทศไทยได้เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยหลายองค์กรได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อบรรเทาความขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ตลอดจนเพิ่มความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ก่อให้เกิดความสุขและความภาคภูมิใจ อันนำไปสู่การตระหนักถึงคุณค่าของตนเองและความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงานเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่ต้องอาศัยการตัดสินใจบนพื้นฐานของความคิดและความสามารถของบุคลากรที่มีศักยภาพ การให้ความสำคัญกับความผูกพันองค์กรของพนักงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์อัตราการเข้า-ออกงานของพนักงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จะช่วยให้องค์กรได้รับทราบถึงปัจจัยต่างๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ต่างกัน
2. ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย ระยะเวลาดำเนินการเดือนพฤษภาคม 2567 - มิถุนายน 2567

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) รายได้ และ 6) อายุการทำงาน และ ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 1) ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) ด้านคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน 3) ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน 4) ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม 5) ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม 6) ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค และ 7) ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความผูกพันองค์กรของพนักงาน ประกอบด้วย 1) ด้านความรู้สึกรัก 2) ด้านความต่อเนื่อง และ 3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทราบถึงปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. สามารถทราบถึงปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์
3. สามารถทราบถึงอิทธิพลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็น 7 ด้าน และปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรหรือ CSR ประกอบด้วยคำศัพท์ 3 คำ ได้แก่ “Corporate” คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร “Social” คือ สังคมและการอยู่ร่วมกัน และ “Responsibility” คือ ความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่ ดังนั้น CSR จึงหมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยองค์กรจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนสังคม (สถาบันไทยพัฒน์, 2552) ซึ่งต้องปฏิบัติด้วยความเต็มใจ ทั้งนี้ ผลของความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถวัดได้ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จในระยะยาวอย่างยั่งยืน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2555)

องค์ประกอบหลักของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันเพื่อธุรกิจ (2555) กล่าวว่า องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) ได้กำหนดมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) เพื่อเพิ่มความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร สำหรับประเทศไทย มาตรฐาน ISO 26000 ได้ประกาศใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 และได้กำหนดแนวคิดที่เป็นองค์ประกอบหลักไว้ 7 ประการ สรุปได้ดังนี้

1.1) ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี หมายถึง องค์กรควรมีกระบวนการที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยมีคณะกรรมการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถกำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กร และสามารถชี้แจงผลการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

1.2) ด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน หมายถึง องค์กรต้องเคารพสิทธิมนุษยชนตั้งแต่พื้นฐานที่ครอบคลุมถึง ถิ่นกำเนิด สัญชาติ เชื้อชาติเผ่าพันธุ์ สีผิว ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ฯลฯ อย่างเท่าเทียมโดยไม่เลือกปฏิบัติ

1.3) ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน หมายถึง องค์กรต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคารพสิทธิมนุษยชน โดยปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมและศีลธรรมด้านแรงงาน รวมทั้งส่งเสริมการดำรงชีวิตของแรงงานให้มีความสุข เพื่อสร้างความยุติธรรม ความมั่นคงและความเจริญเติบโตขององค์กร

1.4) ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม หมายถึง องค์กรคำนึงและยอมรับถึงผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดมลภาวะและของเสีย รวมถึงผลกระทบต่อแหล่งที่อยู่อาศัยของพืชและสัตว์ต่าง ๆ ทั้งในระดับมากและน้อย พร้อมทั้งพัฒนาระบบการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว พร้อมฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนมาเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม

1.5) ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม หมายถึง องค์กรควรแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม มีการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมต่อหน่วยงานภาครัฐ หุ้นส่วนทางธุรกิจ คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา ลูกค้า คู่แข่งขัน และสมาคมที่ตนสังกัดอยู่ เพื่อส่งเสริมผลลัพธ์ในทางบวก

1.6) ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค หมายถึง องค์กรต้องดูแลคุณภาพและข้อมูลของสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีกระบวนการเรียกคืนสินค้าหรือหยุดบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

1.7) ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน หมายถึง การร่วมมือและมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับชุมชนและสังคม มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาและฟื้นฟูสังคม และสิ่งแวดล้อมให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ รวมถึงคิดค้นวิธีการลดหรือหยุดผลกระทบทางลบที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานขององค์กร

2. ปัจจัยความผูกพันองค์กร

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีความผูกพันองค์กรที่มีหลากหลายทฤษฎี ทำให้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ Allen and Meyer (1990) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (กรวิชัย สันติจิต, 2563) และเป็นแนวคิดที่มีความครบถ้วน ชัดเจนครอบคลุมประเด็นสำคัญที่นักวิชาการคนอื่น ๆ ได้มีการกล่าวถึง

Allen and Meyer (1990) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกและพฤติกรรมของพนักงานที่แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

2.1) ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment)

Allen and Meyer (1990) กล่าวว่า พนักงานรู้สึกผูกพันและมีความคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมและสนับสนุนองค์กรอย่างเต็มที่ หากองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะสงสัยว่าค่านิยมของตนยังสอดคล้องกับองค์กรหรือไม่ และหากคิดว่าตนไม่สำคัญกับองค์กรแล้ว ก็อาจตัดสินใจลาออก

ปีราติ พันธุ์บงษ์ (2564) และทิพย์ชนก แสนผดุง (2563) กล่าวว่า เกิดจากความรู้สึกผูกพันกับองค์กร รู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง มีความคิดสอดคล้องกับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรจึงทำงานอย่างเต็มที่

จากการศึกษาความผูกพันด้านความรู้สึก ผู้วิจัยสรุปความหมาย ได้ว่า พนักงานรู้สึกผูกพัน และมีความคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมและสนับสนุน องค์กรอย่างเต็มที่ หากองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะสงสัยว่าค่านิยม ของตนยังสอดคล้องกับองค์กรหรือไม่ หากคิดว่าตนไม่สำคัญกับองค์กรแล้วอาจตัดสินใจลาออก

2.2) ความผูกพันด้านความต่อเนื่อง (Continuance Commitment)

Allen and Meyer (1990) กล่าวว่า พนักงานรู้สึกผูกพันเนื่องจากค่าตอบแทน สวัสดิการ และความเป็นอยู่ที่ดีที่ได้รับจากองค์กร การย้ายองค์กรอาจทำให้สูญเสียสิ่งที่ได้ลงทุนไว้ เช่น ผลประโยชน์จากการเกษียณอายุหรือมิตรภาพ พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะอยู่กับองค์กรเพราะ ไม่ต้องการสูญเสียสิ่งเหล่านี้

ปีราติ พันธุ์จับสิงห์ (2564) และทิพย์ชนก เสนผดุง (2563) กล่าวว่า เกิดจากความรู้สึก ภาควุมใจ มีความเป็นอยู่ที่ดี หัวหน้ามีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดจากการคำนวณถึงต้นทุนที่ต้อง สูญเสียหากลาออก เช่น สวัสดิการ ผลประโยชน์ เงินเดือนจึงตัดสินใจทำงานต่อ

จากการศึกษาความผูกพันด้านความต่อเนื่อง ผู้วิจัยสรุปความหมาย ได้ว่า พนักงานรู้สึก ผูกพันเนื่องจากค่าตอบแทน สวัสดิการ และความเป็นอยู่ที่ดีที่ได้รับจากองค์กร การย้ายองค์กรอาจทำ ให้สูญเสียสิ่งที่ได้ลงทุนไว้ เช่น เวลา ผลประโยชน์จากการเกษียณอายุหรือมิตรภาพ พนักงานที่มี ความผูกพันด้านนี้จะอยู่กับองค์กรเพราะไม่ต้องการสูญเสียสิ่งเหล่านี้

2.3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Commitment)

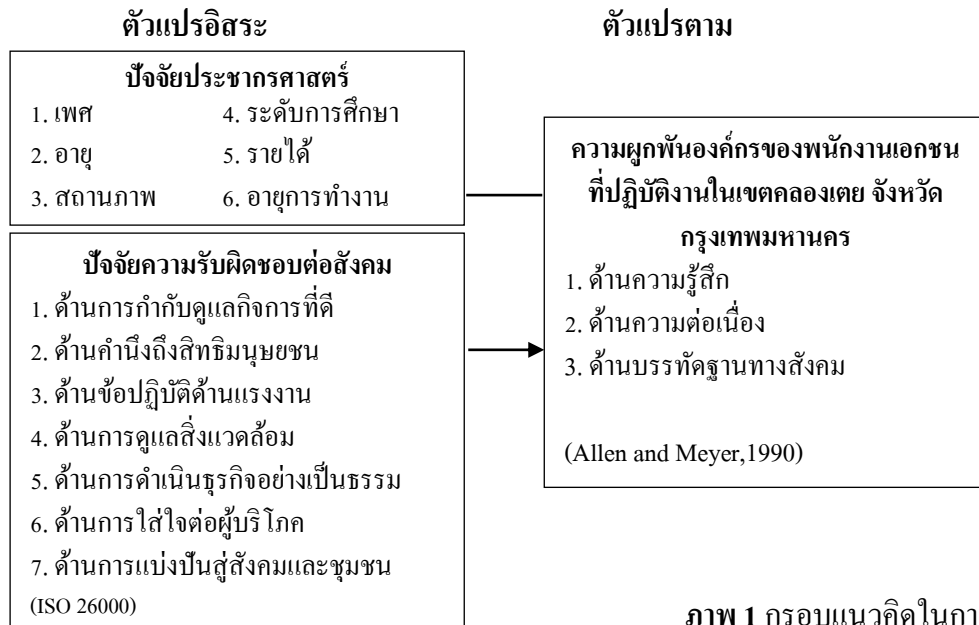
Allen and Meyer (1990) กล่าวว่า พนักงานรู้สึกจงรักภักดีและมีความรับผิดชอบต่อองค์กร สูง ต้องการคงสภาพสมาชิกในองค์กรต่อไป พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะกังวลมากหากต้อง ลาออก เพราะไม่อยากทำให้นายจ้างผิดหวังหรือเพื่อนร่วมงานมองตนในทางที่ไม่ดี

ปีราติ พันธุ์จับสิงห์ (2564) และทิพย์ชนก เสนผดุง (2563) กล่าวว่า เกิดจากความรู้สึก ผูกพันที่จะต้องทำงานกับองค์กรต่อไป เนื่องจากค่านิยมส่วนบุคคล หรือได้รับการปลูกฝังมาจาก สังคม จนถือเป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติในองค์กร

จากการศึกษาความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม ผู้วิจัยสรุปความหมาย ได้ว่า พนักงาน รู้สึกจงรักภักดีและมีความรับผิดชอบต่อองค์กรสูง ต้องการคงสภาพสมาชิกในองค์กรต่อไป พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะกังวลมากหากต้องลาออก เพราะไม่อยากทำให้นายจ้างผิดหวัง หรือเพื่อนร่วมงานมองตนในทางที่ไม่ดี

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน จากการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) มีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และแบบสอบถามแบบมาตรวัดแสดงความคิดเห็น (Likert Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันองค์กร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยประชากรศาสตร์

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมและตัวแปรความผูกพันองค์กร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 ศึกษาความผูกพันองค์กร โดยจำแนกตาม เพศ ใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test

2.2 ศึกษาความผูกพันองค์กร โดยจำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้และอายุการทำงาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช้วิธีของ LSD

2.3 ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis; MRA)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์

พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (54.25%) อายุ 26 - 35 ปี (51.20%) สถานภาพ โสด (62.50%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (80.25%) รายได้ต่อเดือนประมาณ 25,001 – 35,000 บาท (40.50%) และมีอายุการทำงานมากกว่า 7 ปี (37%)

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและปัจจัยความผูกพันองค์กร

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก โดยด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ด้านการกำกับดูแล

กิจการที่ดี ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ด้านคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ปัจจัยความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก โดยด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานทางสังคม ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

3.1. พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน สถานภาพต่างกัน และอายุการทำงานต่างกัน มีความผูกพันองค์กรไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2. พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน และรายได้ต่างกัน มีความผูกพันองค์กรต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จ.กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	b	Std. Error	B	t	Sig.	F	Sig.
(Constant)	0.451	0.156		2.895	0.004*	73.101	<0.001*
1.ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี	0.132	0.042	0.151	3.147	0.002*		
2.ด้านคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน	-0.007	0.049	-0.008	-0.145	0.885		
3.ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน	0.179	0.046	0.200	3.891	<0.001*		
4.ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม	0.059	0.049	0.065	1.206	0.229		
5.ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม	0.129	0.049	0.140	2.647	0.008*		
6.ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค	0.144	0.047	0.157	3.063	0.002*		
7.ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน	0.218	0.047	0.218	4.649	<0.001*		

$R = 0.752$, $R^2 = 0.566$, Adjusted R Square = 0.558, SEE = 0.408 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองมาคือ ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ สำหรับด้านค่านึงถึงสิทธิมนุษยชนและด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 56.6 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 56.6 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.408 สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.451 + 0.218 (\text{ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน}) + 0.179 (\text{ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน}) + 0.144 (\text{ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค}) + 0.132 (\text{ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี}) + 0.129 (\text{การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม})$$

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่ต่างกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1.1. พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน สถานภาพต่างกัน และอายุการทำงานต่างกัน มีความผูกพันองค์กรไม่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ชนก เสนผดุง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการข้าว” ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกัน อายุต่างกัน และสถานภาพต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการข้าวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชาติ อินสว่างภพ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการทหารชั้นประทวน หน่วยงานกองพันทหารสาธิต สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม” ผลการวิจัยพบว่า อายุงานต่างกัน ทำให้ความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวม ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านคงอยู่กับองค์กร ด้านทัศนคติ และด้านบรรทัดฐาน ไม่ต่างกัน

1.2. พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน และรายได้ต่างกัน มีความผูกพันองค์กรต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศพร ปัญจมะวัต (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสุขในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ของพนักงานประจำบริษัทแจ่มใสฟัซลิซซิ่ง” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชาติ อินสว่าง ภพ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการทหารชั้นประทวนหน่วยงานกองพันทหารสาธิตพรต สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม” ผลการวิจัยพบว่า รายได้ (เงินเดือน) ต่างกัน ทำให้ความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวม ด้านทัศนคติ และด้านคงอยู่กับองค์กร ไม่ต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1. ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ช่วยสร้างความรู้สึกรักภูมิใจ มีคุณค่า และเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในตัวพนักงาน ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันและภักดีต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา ทรัพย์ร่ำม (2565) ได้ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน” ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน และสอดคล้องกับงานวิจัย Khaskheli, Asadullah, และคณะ (2020) ได้ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยเพิ่มพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ผ่านตัวแปรของความผูกพันและความพึงพอใจในงาน ของพนักงานในองค์กรของประเทศปากีสถาน” ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชนของพนักงานมีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

2.2. ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่องค์กรเห็นความสำคัญและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานทำให้เกิดความยุติธรรมทั้งตัวพนักงานและองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความสุข องค์กรเกิดความสงบสุข และร่วมงานกันได้ในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณินวิช เกกينة (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์เชิงเหตุระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงานต่อผลการปฏิบัติงานและการธำรงรักษาพนักงานในธุรกิจโรงแรม” ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงานของโรงแรมส่งผลโดยตรงกับการธำรงรักษาพนักงานผ่านตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร

2.3. ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค ส่งผลให้พนักงานรู้สึกมั่นใจในองค์กร สร้างความรู้สึกลดความกังวลและมั่นคงในการทำงาน ตลอดจนรู้สึกภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรจนเกิดเป็นความผูกพันองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมล สุรจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัทเท็กซ์ อินเตอร์ เทรด จำกัด อ.จันทรา จ.ร้อยเอ็ด” ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้บริโภคส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน

2.4 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่องค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีสามารถสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนในระยะยาว ส่งผลให้พนักงานรู้สึกมั่นใจในการทำงานและมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานขึ้น ซึ่งช่วยลดอัตราการลาออกและสร้างความผูกพันที่มั่นคงยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกศักดิ์ จำริญวงศ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมกับผลกระทบที่มีต่อมูลค่าร่วมของกิจการ: กรณีประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า บรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน

2.5 ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานในเขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมต่อหน่วยงาน คู่ค้า หั้วส่วนทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความไว้วางใจของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งในส่วนหนึ่งของพนักงานจะเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในองค์กร มีความภาคภูมิใจ ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษญา ทรัพย์อร่าม (2565) ได้ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน” ผลการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. องค์กรควรให้ความสำคัญและนำปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยปรับให้สอดคล้องกับนโยบายและวิสัยทัศน์ของ

องค์กร ผ่านการจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ส่งเสริมความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ทั้งนี้ ควรมุ่งเน้นลำดับความสำคัญตามผลการวิเคราะห์ ดังนี้ ด้านการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการใส่ใจต่อผู้บริโภคน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ตามลำดับ

2. องค์กรควรตระหนักถึงและพัฒนานโยบายรวมถึงกิจกรรมในด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม แม้ว่าปัจจัยทั้งสองด้านนี้จะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความผูกพันองค์กร แต่การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาโดยขยายการวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในองค์กรที่หลากหลายเพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน

2. ควรศึกษาผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความผูกพันในองค์กรที่มีขนาดแตกต่างกัน เพื่อดูว่าขนาดขององค์กรมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนองของพนักงานอย่างไร

3. ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของพนักงานต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเมื่อเวลาผ่านไป เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาปรับใช้กับกลยุทธ์องค์กรในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กรวิษฐ์ สันติติ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน:กรณีศึกษาหน่วยงาน *Business Stakeholder Engagement* ของบริษัทแห่งหนึ่ง. สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

เจษฎา ทรัพย์อร่าม. (2565). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 9(1), 80-95.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2553). *ก้าวแรกสู่ CSR การสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืน*

ทิพย์ชนก เสนผดุง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการข้าว. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชนชาติ อินสว่างภพ. (2562). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการทหารชั้นประทวน หน่วยงาน กองพันทหารสาธิต สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีติ พันธุ์บงกช. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในเทศบาลเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปณิธิ เกษม. (2563). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมด้าน แรงงาน ต่อผลปฏิบัติงานและการรักษาพนักงาน ใน ธุรกิจ โรงแรม . วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 7(2), 124-141.
- ยศพร ปัญญาวัฒน์. (2561). ความสุขในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของ พนักงานประจำบริษัทแอมไสฟัปส์ซิง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- วิมล สุรจันทร์. (2561). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน บริษัท แทรีกซ์ อินเตอร์ เทรด จำกัด อำเภอจันทาร จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารของ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 12(1), 23-32.
- สถาบันไทยพัฒน์. (2552). 6 ทิศทาง CSR ปี 2553. กรุงเทพฯ: มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2555). แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. สถาบันธุรกิจเพื่อ สังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- เสกศักดิ์ จำเริญวงศ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมกับผลกระทบที่มีต่อมูลค่าร่วมของกิจการ: กรณีประเทศไทย. วารสารการจัดการ ภาครัฐและภาคเอกชน, 21(2), 150-175.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). *The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization*. Journal of Occupational Psychology, 63(1), 1–18.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Khaskheli, Asadullah, et al. (2020). *Do CSR activities increase organizational citizenship behavior among employees? Mediating role of affective commitment and job satisfaction*. Corporate social responsibility and Environmental Management, 27(6), 2941-2955.