

อิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อ
ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)
Influence Performance Motivation, Organizational Commitment and
Perceived Corporate Image to Affecting Corporate Loyalty the
Employees'Italian-Thai Development Public Company Limited.

ปรียาภรณ์ เพ็งสุวรรณ
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Preyaporn Pengsuwan
E-mail: pyp.fern22@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 - 5 ปี แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) ความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ($\bar{X} = 4.45$) และความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พฤติกรรมที่แสดงออก ($\bar{X} = 4.47$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันต่อองค์กร มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ความจงรักภักดีต่อองค์กร

Abstract

The purpose of this study is to examine the Influence performance motivation , organizational commitment and perceived corporate image to affecting corporate loyalty the employees' Italian-Thai Development Public Company Limited factors include Demographic factors, performance motivation , organizational commitment and perceived corporate image The 400 sample were drawn from employees' Italian-Thai Development Public Company Limited. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most employees' Italian-Thai Development Public Company Limited of the respondents were female, 31 - 40 years old, marital , received Matthayom 6 Certificate (Grade 12) or Vocational Certificate, received monthly income of 10,001 – 20,000 bath and worked 3 - 5 years. Performance motivation was at highest level ($\bar{X} = 4.46$). Organizational commitment was at highest level ($\bar{X} = 4.45$). Perceived corporate image were at highest level ($\bar{X} = 4.42$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was treat the community with social responsibility ($\bar{X} = 4.45$). Corporate Loyalty the employees' Italian-Thai Development Public Company Limited was rated at a highest level ($\bar{X} = 4.44$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was expressive behavior ($\bar{X} = 4.47$).

The results of hypothesis test show that (1) The employees' Italian-Thai Development Public Company Limited with different age, education, income and working time had different overall corporate loyalty at statistical significance of 0.05 levels. (2) Performance motivation and organizational commitment had effect corporate loyalty the employees' Italian-Thai Development Public Company Limited at statistical significance of 0.05 levels. And (3) Perceived corporate image, corporate social responsibility activities, treat the community with social responsibility and perception including

community satisfaction the organizational had effect corporate loyalty the employees' Italian-Thai Development Public Company Limited at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Perceived Corporate Image, Corporate Loyalty

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายนอก ภายในทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ สืบเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในสภาวะตกต่ำ ความผันผวนทางการเมืองต่างต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์กรต้องมีการปรับตัวทั้งด้านโครงสร้าง กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กร และวิธีการจัดการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ส่งผลโดยตรงต่อบุคลากรที่ปฏิบัติงานทั้งในทางบวกและทางลบ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทำให้ตลาดมีการขยายตัวและมีความต้องการทางด้านแรงงานเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ขณะนี้ตลาดแรงงานอุตสาหกรรมไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรมประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน (ปฏิญญา ปิ่นทอง, 2561)

ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าและประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อองค์กรเพื่อมุ่งหวังใน ชื่อเสียง ความศรัทธาและจงรักภักดีต่อองค์กรหรือตราสินค้า (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2540) หากต้องการเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรให้มากขึ้น นอกเหนือจากบริการที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจต่อผู้บริโภคแล้ว ในภาคธุรกิจยังใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ซึ่งประกอบด้วย การใช้หลักธรรมาภิบาล การผลิตสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนแรงงานและความเท่าเทียมกันในสังคม (พัฒน์พงษ์ นาชัยลาน, 2557) โดยที่ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ต้องควบคู่กันไปทั้ง 3 ด้านคือ กำไร สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสังคมนั้น หมายถึง “ชุมชน” หรือ “คนในชุมชน” ที่องค์กรตั้งอยู่ หากแต่ยังสามารถสร้างสรรค์หรือลงทุน ด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพเยาวชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตคน เป็นต้น (Kotler & Lee, 2005)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบการเสริมสร้างและพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานในองค์กร และนำมาซึ่งผลประโยชน์ให้กับองค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) และจำแนกตามปัจจัยบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อิทธิพลความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีขอบเขตการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานจริงในปี พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 30,285 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ตัวแปรตาม คือ ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)
2. ทำให้ทราบถึงความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร
3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในการปรับปรุงพนักงาน ตลอดจนการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่ช่วยส่งเสริมแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรให้ดีขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อองค์กร

ความจงรักภักดีต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกรัก ความผูกพัน ความมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรพร้อมที่จะปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทและเต็มใจให้กับองค์กร และจะคงอยู่กับองค์กรนี้ต่อไป Kotler (2002) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคต้องการความหลากหลาย การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีความพยายามน้อยแต่สามารถรับรู้ในตราสินค้าแต่ละอย่างที่มีความแตกต่างกันได้ มักเปลี่ยนแปลงการเลือกตราสินค้าอยู่บ่อยครั้งการเปลี่ยนตราสินค้าที่มัก

เกิดขึ้นเป็นเพราะต้องการหาความหลากหลายมากกว่าความไม่พอใจ ส่วน Barnard (1983) ได้กล่าวว่า ความเต็มใจของบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อองค์กร ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ขวัญและกำลังใจ และความเข้มแข็ง ในขณะที่ Sheldon (1971) กล่าวว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของพนักงานในองค์กร ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างความผูกพันของบุคลากรแต่ละคนในองค์กรให้มีความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กร ก่อให้เกิดความทุ่มเทพยายาม ความตั้งใจในการทำงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

Hoy and Rees (1974) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบความจงรักภักดีต่อองค์กรว่าเป็นสิ่งที่แสดงออก ระหว่างองค์กรกับบุคคล ถ้าคนมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากเท่าไร แนวโน้มที่การลาออก หรือทิ้งองค์กรก็จะลดน้อยลงเท่านั้น โดยได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความจงรักภักดีต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมที่แสดงออก ความรู้สึก และการรับรู้

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

Herzberg (1966) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของคนในองค์กรหรือแรงจูงใจในการทำงาน โดยได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน คือ (1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในงาน ช่วยให้บุคคลรักและชอบงานที่ทำอยู่ และทำให้บุคคลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรือปัจจัยสุขอนามัย คือ ปัจจัยที่สร้างความไม่พอใจในการปฏิบัติงานหรือปัจจัยที่ทำให้บุคคลยังคงปฏิบัติงานในองค์กรได้

3.แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันขององค์กร

นิจซิดา ชัยณรงค์ (2558) ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่พนักงานมีต่อองค์กร โดยการยอมรับค่านิยมขององค์กรและเป้าหมาย พร้อมทั้งจะทุ่มเทความสามารถที่ตนมีในทุก ๆ ด้าน เพื่อทำงานที่ตนได้รับมอบหมายให้ประสบผลสำเร็จและต้องการที่จะเห็นองค์กรเจริญก้าวหน้า

4.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม

Schiffman and Kanuk (1991) การรับรู้ คือ กระบวนการที่คนแต่ละคนมีการเลือก การประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา

Kotler (1989) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความประทับใจ ความเชื่อ และความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ต่อสิ่งนั้น ในขณะที่ Jefkins (1993) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ต่อองค์กรธุรกิจหรือต่อบริษัท คือ ภาพขององค์กรองค์กรหนึ่ง รวมถึงทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่บุคคลรู้จักและเข้าใจ มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ต่อองค์กร ซึ่งอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร

ไพศาล ฤทธิกุล (2559) กล่าวว่า การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร คือ ภาพรวมการดำเนินการปฏิบัติงานทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการจัดการสินค้าหรือบริการ ด้านความมั่นคงขององค์กร ปรากฏสู่สายตาสาธารณชน ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคคลนั้นอาจเป็นเชิงบวกหรือลบก็ได้

สถาบันไทยพัฒน์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคมหรือบรรษัทภิบาล คือ การดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรและในระดับใกล้เคียงโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในหรือนอกองค์กรที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยที่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2555) ได้กล่าวว่า ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 2 มิติ ประกอบด้วย (1) มิติภายใน คือการจัดการทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เมื่อองค์กร

ต้องเผชิญกับวิกฤติทางเศรษฐกิจ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร และธรรมาภิบาลและความโปร่งใส ส่วน (2) มิติภายนอก คือ การจัดการคู่ค้าและหุ้นส่วนที่รับผิดชอบต่อสังคม การดูแลผู้บริโภคให้ปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งราคา คุณภาพ จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 30,285 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาจากสูตร ของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบด้วย ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านจรรยาบรรณขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 14 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบด้วย พฤติกรรมที่แสดงออก ด้านความรู้สึก และด้านการรับรู้ มีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กร
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมายของตัวแปรต่าง ๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง
2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวม 0.921 ความผูกพันต่อองค์กรภาพรวม 0.904 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรภาพรวม 0.955 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 0.733 ด้านจรรยาบรรณขององค์กร 0.855 ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม 0.923 และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร 0.919 ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ภาพรวม 0.953 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ พฤติกรรมที่แสดงออก 0.818 ด้านความรู้สึกรัก 0.843 และด้านการรับรู้ 0.947
3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน)

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทอิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และระยะเวลาปฏิบัติงานจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 - 5 ปี

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ใน

ระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านจรรยาบรรณขององค์กร และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร

ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ พฤติกรรมที่แสดงออก ด้านการรับรู้ และด้านความรู้สึกรู้สึก

ผลการเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน สามารถสรุปได้ว่า พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยภาพรวมต่างกัน และพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุ และสถานภาพต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยภาพรวมไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปการวิจัย ในภาพรวมพบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม ส่วนการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านจรรยาบรรณขององค์กรไม่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความรู้สึกรู้สึก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากค่าตอบแทนเป็นหลักและเป็นรายได้ที่น้อย จึงทำให้บุคลากรมีความคิดเห็นว่าถ้าองค์กรอื่นเสนอตำแหน่งและค่าตอบแทนที่สูงกว่าเนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พฤติกรรมที่แสดงออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดชพงศ์ โพธิ์สุวรรณ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การให้ความสำคัญต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยยินดีปฏิบัติงานตามที่หัวหน้ามอบหมายอย่างเต็มความสามารถมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญกับการที่จะทำงานในองค์กรนี้ต่อไปแม้ว่าองค์กรอื่นจะเสนอตำแหน่งและค่าตอบแทนที่สูงกว่าน้อยที่สุด

2. ผลการศึกษาความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่า เพศ และระดับการศึกษา มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ไพรัช ศิลาศรี (2559) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับความจงรักภักดีและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทมหาชนรับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก ด้านความรู้สึก และด้านการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่า รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ นิจชิตา ชัยณรงค์ (2558) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมกรณีสศึกษาโรงแรมวังใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าอัตราเงินเดือนและระยะเวลาปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมวังใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุ และสถานภาพต่างกัน ทำให้ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าอายุ และสถานภาพไม่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ดังนั้น ไม่ว่าจะอายุเท่าไรอยู่ในสถานภาพใดมีความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน โดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ธัญธิภา แก้วแสง (2558) ที่ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) พบว่า อายุ และสถานภาพกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ควรมุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงานให้กับพนักงาน โดยเฉพาะการยกย่องความสำเร็จสมบูรณ์ของงานหรือความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานของพนักงาน จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ช่วยลดอัตราการขาดงาน การย้ายงาน และการลาออกจากงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดชพงศ์ โพธิ์สุวรรณ (2560) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปได้ดังนี้

ความผูกพันต่อองค์กร มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ควรใช้กลวิธีให้พนักงานมีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ให้พนักงานเชื่อว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่จะทำงานด้วยความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการเผยแพร่นโยบาย/วิธีการบริหารขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิจซิดา ซัยณรงค์ (2558) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมวังใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมวังใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปได้ดังนี้

การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าควรหาสิ่งจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร เช่น การแจกของที่ระลึก ประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับ กิจกรรมง่ายต่อการเข้าร่วม ควรอบรมพนักงานเป็นอย่างดี เพื่อปฏิบัติงานอย่างระมัดระวัง มีการวางแผนการแก้ไขปัญหาในหลายๆ กรณีที่เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อนการดำเนินงาน ควรพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้ประชาชนไม่อยากสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร เพื่อนำไปปรับปรุงกิจกรรมและทัศนคติของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูติณัฐ สุภาพร (2558) ทำการศึกษา การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อบริษัท แสงโสม จำกัด ของผู้ที่พักอาศัยในบริเวณตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของบริษัท แสงโสม จำกัด ของผู้ที่พักอาศัยในบริเวณตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านจรรยาบรรณขององค์กรเนื่องจากบริษัทอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์โดยที่บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ เพื่อใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการปรับปรุงและวางแผนการบริหารงานให้พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้นดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน ทำให้ระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงาน เพราะอาจเนื่องด้วยปัจจุบันบทบาทของเพศชายและเพศหญิงในสังคมไทยเปลี่ยนไป ค่านิยมเกี่ยวกับเพศและความจงรักภักดีต่อองค์กรก็เปลี่ยนไป เพศชายและเพศหญิงอาจมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ไม่เหมือนกัน องค์กรควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านระดับการศึกษา ดังนั้น การศึกษาที่ต่างกัน ทำให้มีวิถีคิด ทักษะคิด การดำรงชีวิตประจำวัน และมีระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ออกไปด้วย และพนักงานที่มีรายได้แตกต่างกัน องค์กรควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนของพนักงาน และควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงาน เพราะอาจเนื่องด้วยปัจจุบันความสำคัญของด้านระยะเวลาปฏิบัติงานในองค์กรได้เปลี่ยนไป ไม่ว่าพนักงานจะมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรมากหรือน้อย ส่งผลทำให้มีระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และสถานภาพของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุ และสถานภาพต่างกัน ทำให้ระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ดังนั้น องค์กรจึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านอายุ และสถานภาพของพนักงาน เพราะอาจเนื่องมาจากพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากเป็นพนักงานที่ทำงานมายาวนาน จึงส่งผลให้มีความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่ต่างกัน และองค์กรจึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานภาพของพนักงาน อาจเป็นเพราะความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานมีความสำคัญต่อการทำงานของพนักงานทุกสถานภาพ

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีผลต่อระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากฝ่ายบุคคลควรมุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงานให้กับพนักงาน โดยเฉพาะการยกย่องความสำเร็จสมรรถนะของงานหรือความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานของพนักงาน จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ช่วยลดอัตราการขาดงาน การย้ายงาน และการลาออกจากงานได้

ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร มีผลต่อระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ฝ่ายบุคคลควรใช้กลยุทธ์ให้พนักงานมีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ให้พนักงานเชื่อว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่จะทำงานด้วยมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการเผยแพร่นโยบาย/วิธีการบริหารขององค์กรให้พนักงานทราบอยู่เสมอ

การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร

การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร มีผลต่อระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของ

พนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ดังนั้น ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร องค์กรควรให้ความสำคัญด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นอย่างมาก ควรหาสิ่งจูงใจเพื่อให้ประชาชน เข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร เช่น การแจกของที่ระลึก ประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับ กิจกรรม ง่ายต่อการเข้าร่วม เป็นต้น ด้านการปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรควรให้ความสำคัญด้านการ ปฏิบัติต่อชุมชนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นอย่างมาก ควรอบรมพนักงานเป็นอย่างดี เพื่อปฏิบัติงานอย่าง ะมัดระวัง มีการวางแผนการแก้ไขปัญหาในหลายๆ กรณีที่เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อนการดำเนินงาน และด้าน การรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กร องค์กรควรให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความพึงพอใจที่ชุมชนมีต่อองค์กรเป็น อย่างมาก ควรพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้ประชาชนไม่อยากสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร เพื่อนำไปปรับปรุงกิจกรรมและ ทัศนคติของประชาชน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เน้นศึกษาเฉพาะแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กรและการรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ควรมีการเพิ่มปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อ ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน เพราะจะทำให้เข้าใจพนักงานในองค์กรในด้านอื่น ๆ ได้มากยิ่งขึ้นและควรมีการ เปรียบเทียบผลของความจงรักภักดีต่อองค์กรของหน่วยงานอื่นในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เข้าใจว่าหน่วยงานใดพนักงานมี ความจงรักภักดีต่อองค์กรในระดับที่มากกว่า เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพนักงานบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ใน การวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบว่าพนักงานแต่ละอุตสาหกรรมมีความ จงรักภักดีต่อองค์กรเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร อันจะเป็นการเข้าถึงความต้องการของพนักงาน และจะช่วย เสริมสร้างความจงรักภักดีที่พนักงานมีให้แก่องค์กรและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เดชพงศ์ โปธิสุวรรณ. (2560). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการใน องค์กรภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2555. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2563, จาก*

https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf

ธัญธิภา แก้วแสง. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากร สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*

นิจชิตา ชัยณรงค์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรกับความจงรักภักดี ต่อองค์กรของพนักงานโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมวังใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.*

- ปฎิญา ปิ่นทอง. (2561). *อิทธิพลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานวิศวกร กลุ่ม เจเนอเรชั่นวายในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พัฒนพงษ์ นาชัยลาน. (2557). *การรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมกับความภักดีในตราของธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน), คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
- ไพรัช ศิลาศรี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับความจงรักภักดีและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทิกซ์มา รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ไพศาล ฤทธิกุล. (2559). *อัตลักษณ์และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของกลุ่มลูกค้าธนาคารต่างชาติ กรณีศึกษา ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภูติณัฐ สุภาพร. (2558). *การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อ บริษัท แสงโสม จำกัด ของผู้ที่พักอาศัยในบริเวณตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันไทยพัฒนา. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. กรุงเทพมหานคร: เมจิกเพรส.
- Barnard, C. I. (1983). *Functions of an Executive*. MA:Harvard University Press, 84.
- Herzberg, F. (1966). *Work and nature of man*. Cleveland: Word Publishing Company.
- Hoy, W. K., & Rees, R. (1974). Subordinate Loyalty to Immediate Superior: A Neglected. Concept in the Study of Educational. *Administration Sociology of Education, Vol. 47, 274-275*
- Jefkins, F. (1993). *Planned press and public relations* (3rd ed.). Great Britain: Alden.
- Kotler, P. (1989). *Marketing Management* (10th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc, 553.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. NJ: Prentice Hall, 105.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, N.J.: Wiley.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer Behavior* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sheldon, M. E. (1971). Investments and Involvement as Mechanism Producing Commitment to the Organization. *Administrative Science Quarterly, Vol.16, 143*.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed.). New York: Harper and Row Publications.

