

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INFLUENCING EMPLOYEE LOYALTY AND EMPLOYEE JOB PERFORMANCE

เจษฎา ทรัพย์อร่าม^{1*} และ วรณพงษ์ บุญศิริธรรมชัย²

Jesada Suparam^{1*} and Waranpong Boonsiritomachai²

Received 31 January 2022

Revised 19 April 2022

Accepted 11 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การวิจัยนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท ชินเทค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลพนักงานและได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 289 ฉบับ เพื่อนำมาวิเคราะห์สถิติพรรณนาโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่าความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมงานวิจัยชิ้นนี้ก็ยังพบว่าความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานเป็นตัวแปรส่งผ่านจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความจงรักภักดีต่อองค์กร ผลการปฏิบัติงาน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

*Corresponding Author, E-mail: Jesada.su@ku.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Assistant Professor Dr, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. Email: fbuswob@ku.ac.th



Abstract

This research aimed to study the influence of corporate social responsibility with employee loyalty to the organization and employees job performance. This research used a sample group of employees of Syntec Construction Public Company Limited and the instrument used in this research was a questionnaire. Employee data were collected and 289 complete questionnaires were obtained to analyze descriptive statistics using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. Structural equation analysis is also used to test hypotheses.

The results showed that corporate social responsibility had a positive direct influence on employee loyalty and job performance. Furthermore, this research found that employee loyalty had a direct positive influence on employee job performance. However, when considering indirect influence, the research found that employee loyalty is a mediating variable from corporate social responsibility to employee job performance.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Employee Loyalty, Employee Job Performance

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) หรือที่มักถูกเรียกว่า CSR ได้กลายเป็นหัวข้อที่บริษัทและนักวิจัยได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยต่างก็เห็นพ้องว่า ธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่สร้างผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม โดยธุรกิจจะอยู่รอดในระยะยาวต้องให้ความสำคัญในการพิจารณาประเด็นเรื่องการพัฒนา ธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย โดยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเกิดจากการมีส่วนร่วมของคนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง สำหรับประเทศไทยนั้น คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (Thailand Business Council for Sustainable Development - TBCSD) ก็มีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทต่าง ๆ และนักวิจัยทั่วโลกที่มุ่งเน้นด้าน CSR โดยคณะกรรมการมีเจตนารมณ์ในการเสริมสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้แก่องค์กรในภาคธุรกิจ ภายใต้แนวความคิด “การพัฒนาแบบยั่งยืน” (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2551) การส่งเสริม CSR จึงมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากบริษัทต่าง ๆ ดำเนินงานในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นในการตัดสินใจผู้บริหารควรคำนึงถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างผลกำไรระยะสั้นที่ต้องยอมเสียไปและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ในทางกลับกันความสำเร็จระยะยาวจะดำเนินการผ่านการลงทุนใน CSR ซึ่งผลประโยชน์อาจไม่สามารถวัดผลได้โดยตรง (Dos, 2017) โดยเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า การรวม CSR เข้ากับการดำเนินธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ

ทุกบริษัทที่แสวงหาการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรต่าง ๆ (Thao, Anh & Velencei, 2019)

ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีการศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจำนวนมาก แต่งานวิจัยส่วนมากกลับมุ่งเน้นไปที่ความเกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม (Branco & Rodrigues, 2006) แต่เมื่อพิจารณาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลับพบว่าม้งานวิจัยจำนวนน้อยมากที่ทำการศึกษาผลกระทบของ CSR ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของผู้พนักงานขององค์กร (Lee, Park & Lee, 2013) อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของพนักงาน ชี้ให้เห็นว่าพนักงานมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของบริษัท (Fortier, 2013; Lim & Greenwood, 2017) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม จะส่งผลการรับรู้ของพนักงานต่อความสำเร็จขององค์กรที่มาจากการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมนั่นเอง (Ali, Rehman, Ali, Yousaf & Zia, 2010)

จากการทบทวนวรรณกรรม จะเห็นได้ว่าในประเทศไทยยังขาดงานวิจัยที่ทำการศึกษาในส่วนของการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานในองค์กร ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์หาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานในองค์กร ได้แก่ ความภักดีของพนักงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อหาความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในด้านต่าง ๆ รวมไปถึง ความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

สมมติฐานการวิจัย

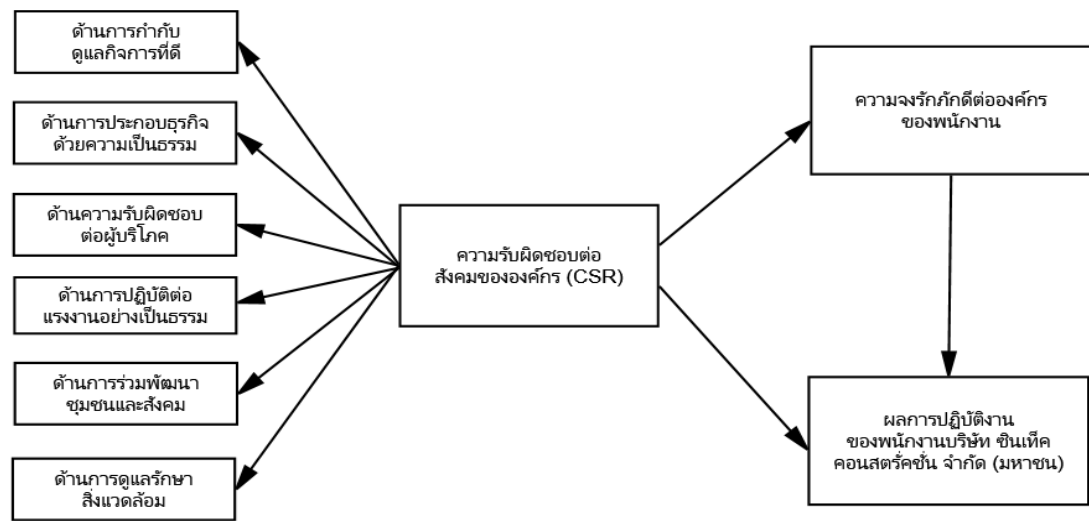
สมมติฐานที่ 1 (H1) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานที่ 2 (H2) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

สมมติฐานที่ 3 (H3) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ผ่านความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน

สมมติฐานที่ 4 (H4) ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นวิธีการที่องค์กรธุรกิจใช้ในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความสมดุลและอยู่ร่วมกันได้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับความเห็นที่องค์กรและนักวิจัยที่ได้ให้ความเห็นไว้ ตัวอย่างเช่น World Business Council on Sustainable Development (WBCSD, 2000) ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ คำนึงของบริษัท ที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกับลูกค้าและครอบครัวของพวกเขา ชุมชนและสังคมโดยกว้าง เพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม หรือในประเทศไทยเองสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2560) อธิบายความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือ การทำให้ธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Economic-Social-Environment: ESG) ให้มีความสมดุล อยู่ร่วมกันได้ อย่างยั่งยืน ซึ่งความหมายนี้ใกล้เคียงกับ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2555) ที่ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ

เมื่อพิจารณากระแสแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมจะเห็นได้ว่ามีพัฒนาการชัดเจนมากขึ้นตามลำดับ โดยได้มีการประกาศข้อตกลงระดับโลกแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact) เพื่อใช้เป็นกรอบดำเนินการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจโดยได้กำหนดหลักสากล 10 ประการสำหรับนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ให้ได้ชื่อว่าเป็น บริษัท พลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ Responsible Corporate Citizen ในสังคมโลก หลักสากล 10 ประการดังกล่าว เกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 4 เรื่อง ได้แก่ (1) เรื่องสิทธิมนุษยชน (human rights) ประกอบด้วย หลักประการที่ 1: สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนที่ประกาศในระดับสากล ตามขอบเขตอำนาจที่

เอื้ออำนวย และหลักประการที่ 2: หมั่นตรวจตราดูแลให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่อลวงละเมิดสิทธิมนุษยชน (2) เรื่องแรงงาน (labour) ประกอบด้วยหลักประการที่ 3: ส่งเสริมสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มของแรงงานและการรับรองสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรองอย่างจริงจัง หลักประการที่ 4: จัดการใช้แรงงานเกณฑ์และที่เป็นการบังคับในทุกรูปแบบ หลักประการที่ 5: ยกเลิกการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจัง หลักประการที่ 6: จัดการเลือกปฏิบัติในเรื่องการจ้างงานและการประกอบอาชีพ (3) เรื่องสิ่งแวดล้อม (environment) ประกอบด้วย หลักประการที่ 7: สนับสนุนแนวทางการระแวดระวังในการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หลักประการที่ 8: อาสาจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการยกระดับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หลักประการที่ 9: ส่งเสริมการพัฒนาและการเผยแพร่เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (4) เรื่องการต่อต้านทุจริต (anti-corruption) ประกอบด้วย หลักประการที่ 10: ดำเนินงานในทางต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการกรรโชก และการให้สินบนในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ CSR ในบริบทของข้อตกลงระดับโลกแห่งสหประชาชาติ คือ การปรับแนวการดำเนินงานของธุรกิจโดยยึดหลัก 10 ประการนี้ เป็นรากฐาน และค่านิยมขององค์กร โดยการเข้าร่วมในข้อตกลงจะเป็นไปโดยสมัครใจ และไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมายแต่อย่างใด (United Nation, 2011) และจากกรอบการดำเนินการเพื่อการพัฒนายั่งยืนสำหรับองค์กรธุรกิจดังกล่าว และความสอดคล้องกับบริบทขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยตามแนวทางของ สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2555) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2560) จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ในสำหรับงานวิจัยนี้ออกเป็น 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม 3) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร 4) ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 5) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และ 6) ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะต้องเกิดจากคนในองค์กรที่มีส่วนร่วมในการทำตามนโยบายขององค์กร เมื่อพนักงานเหล่านั้นมีส่วนร่วมก็อาจจะเกิดความผูกพันในองค์กร มีงานวิจัยที่ศึกษาความผูกพันในองค์กรจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของ ชมพูนุท บุญประเสริฐ (2555) พบว่า กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้พนักงานในกลุ่มเจเนอเรชันวาย มีความผูกพันกับบริษัทมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริษัทดำเนินการตลาดเพื่อสังคมขององค์กร และเมื่อพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรก็ย่อมส่งผลถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยมีงานวิจัยที่สนับสนุนความสัมพันธ์นี้ไม่ว่าจะเป็น งานวิจัยที่ศึกษาในประเทศมาเลเซียของ Basheer, Hameed, Rashid & Nadim (2019) หรืองานวิจัยที่ศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาของ Book, Gatling & Kim (2019) เมื่อพิจารณาความหมายของความจงรักภักดีต่อองค์กร นั้นหมายถึงความรู้สึกและการแสดงออกของพนักงาน ซึ่งเคารพต่อองค์กร มีความเต็มใจปฏิบัติงานและอุทิศตนต่อองค์กร มีความผูกพัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรการที่บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กร ภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กรรู้สึก เป็นเจ้าของมีความตั้งใจจะทำงานอยู่กับองค์กรนี้ตลอดไป ทั้งนี้ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีมิติแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral



aspect) เป็นการแสดงออกถึงความไม่ยากย้ายไปจากบริษัทความต้องการที่จะย้ายตามบริษัท เมื่อบริษัทย้ายไปที่อื่น ประการหนึ่งที่จะคงความเป็นสมาชิกของบริษัทตลอดไป 2) ด้านความรู้สึก (Affective aspect) เป็นความรักที่จะทำงานกับบริษัท ความพึงพอใจในบริษัท มีความภูมิใจในการเป็นสมาชิกของบริษัท มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และ 3) ด้านการรับรู้ (Cognitive aspect) หมายถึง ความเชื่อมั่น และไว้วางใจในบริษัทความเชื่อถือในผู้บังคับบัญชา (Hoy and Rees, 1974) ความภักดีต่อองค์กรอันเกิดจากความพอใจที่องค์กรได้แสดงออกถึงความปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงชุมชนและสังคมให้ดีขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พนักงานอยากทำงานให้กับองค์กรนั้นต่อไป และยังช่วยขับเคลื่อนผลการปฏิบัติงานและผลการดำเนินงานของทั้งองค์กรได้อีกด้วย (Meister, 2012)

การที่องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคมมักจะเป็นตัวสะท้อนของประสิทธิภาพกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในขององค์กรเองด้วย การศึกษาเมื่อไม่นานมานี้ของ Almeida & Coelho (2019) ที่ศึกษาในสหกรณ์โคนมพบว่า ถ้าสหกรณ์โคนมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสหกรณ์ดีขึ้น และจะส่งผลในแง่บวกด้านทัศนคติของพนักงานให้มีความมุ่งมั่นต่อการทำงาน และในที่สุดผลปฏิบัติงานของพนักงานก็จะดีขึ้น เมื่อพิจารณาผลการปฏิบัติงาน สิ่งนี้เป็นเรื่องของความสำเร็จของการปฏิบัติงานของบุคคลที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ ซึ่งสามารถวัดออกมาได้ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นที่นักวิจัยหลายท่านได้ให้ความเห็นไว้ ตัวอย่างเช่น Gibson, John & James (1982) ได้ให้คำจำกัดความของประสิทธิผลไว้ว่า เป็นเรื่องของการทำงานใด ๆ ที่มีความมุ่งหมายจะได้รับผลอะไรสักอย่างให้เกิดขึ้น การกระทำหรือความพยายามจะมีประสิทธิผลสูงต่ำมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าผลที่ได้รับ ตรงนั้นตรง ครบถ้วน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และใช้พลังงานน้อยเพียงใด และ อนันท์ งามสะอาด (2551) ให้ความหมายของประสิทธิผล ว่าหมายถึงผลสำเร็จของงานที่เป็นไปตามความมุ่งหวัง (Purpose) ที่กำหนดไว้ในเป้าหมาย (Goal) ทั้งในรูปของเป้าหมายเชิงปริมาณ และเป้าหมายเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Cherrington (1994) ที่ได้กล่าวถึงการวัดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Success) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ ด้านของคุณภาพของงาน และด้านปริมาณของงาน

ระเบียบวิธีในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานบริษัทฯ ชินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิธีการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 289 คน และมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 289 ฉบับ

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยได้จัดทำขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบวิเคราะห์และสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการจะศึกษา มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close - ended Question) และลักษณะคำตอบแบบเลือกตอบ (Multiple choice) ส่วนการประเมินการรับรู้ความรับผิดชอบต่อ

สังคมขององค์กร ความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยลักษณะเครื่องมือเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale)

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา นอกจากนี้แบบสอบถามยังถูกนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือโดยผ่านการทดสอบใช้กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's alpha) พบว่าทุกข้อคำถามของแต่ละตัวแปรนั้นมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์สูง

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปสถิติพรรณนาเพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่ออธิบายถึงอิทธิพลของอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยในงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) เพื่อใช้ทดสอบและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ (จำนวนคน) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			ระยะเวลาการปฏิบัติงาน		
ชาย	201	69.6	ไม่เกิน 6 ปี	117	40.5
หญิง	88	30.4	6 - 10 ปี	71	24.6
อายุ			11 - 15 ปี	61	21.1
21 - 30 ปี	106	36.7	16 - 20 ปี	24	8.3
31 - 40 ปี	105	36.3	21 ปีขึ้นไป	16	5.5
41 - 50 ปี	57	19.7			
51 - 60 ปี	21	7.3			

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ (จำนวนคน) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
			อัตราเงินเดือน		
สถานภาพสมรส			ไม่เกิน 20,000 บาท	86	29.7
โสด	151	52.3	20,001 - 30,000 บาท	75	26.0
สมรส	118	40.8	30,001 - 40,000 บาท	61	21.1
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	20	6.9	40,001 - 50,000 บาท	25	8.7
ระดับการศึกษา			50,001 บาทขึ้นไป	42	14.5
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	29.1			
ปริญญาตรี	177	61.2			
สูงกว่าปริญญาตรี	28	9.7			
รวม	289	100	รวม	289	100

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 69.6 มีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.2 มีระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่เกิน 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีอัตราเงินเดือนไม่เกิน 20,000 - บาท คิดเป็นร้อยละ 29.7

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแต่ละตัวแปร

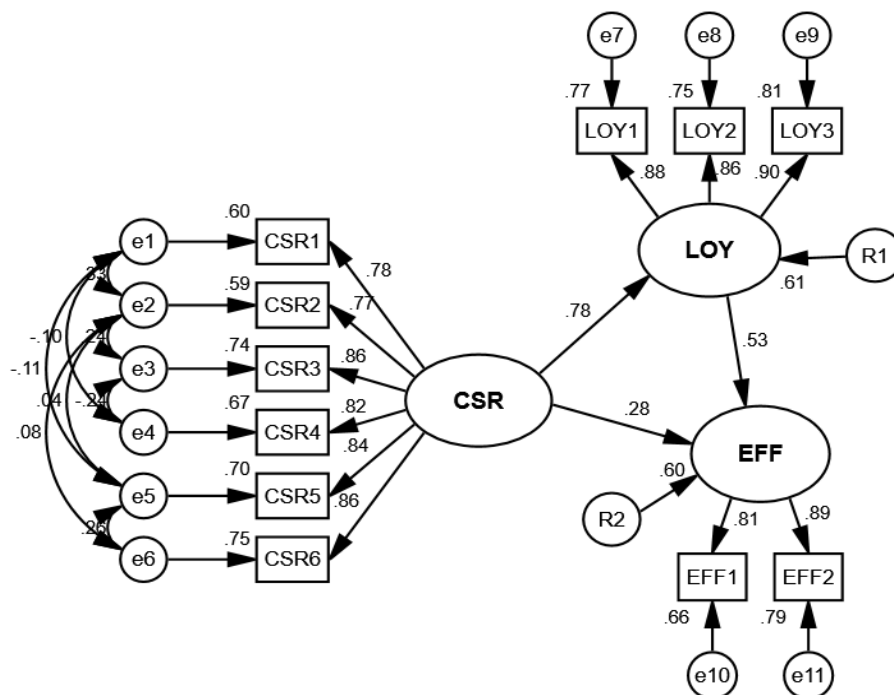
ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	4.34	0.47	ความจงรักภักดีต่อองค์กร	4.24	0.57
ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี	4.35	0.51	ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก	4.25	0.62
ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	4.36	0.53	ด้านความรู้สึก	4.26	0.59
			ด้านการรับรู้	4.19	0.64
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	4.41	0.50	ผลการปฏิบัติงาน	4.34	0.49
ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	4.22	0.65	ด้านคุณภาพของงาน	4.38	0.49
			ด้านปริมาณของงาน	4.29	0.55
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	4.36	0.55			
ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	4.33	0.57			

จากตารางที่ 2 พบว่า การรับรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้สูงสุด ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค รองลงมา คือ ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ส่วนความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับความจงรักภักดีสูงสุด ได้แก่ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก ในส่วนของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าอยู่ในระดับสูงทุกด้าน

โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับผลการปฏิบัติงานสูงสุด ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน รองลงมา คือ ด้านปริมาณของงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) เพื่อใช้ทดสอบและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผลการวิจัยสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ พบว่า สมการโครงสร้างตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 44.865 หรือค่า $\chi^2/df = 1.447$ (ไม่ควรเกิน 2) องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 31 p-value เท่ากับ 0.051 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.039 (ไม่ควรเกิน 0.08) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.973 (ควรเกิน 0.90) โดยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน (LOY) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ชินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผ่านตัวแปรความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน (LOY) ดังแสดงในภาพที่ 2 และตารางที่ 3



Chi-square = 44.865, df = 31, p=.051, CMIN/DF =1.447,
RMSEA = .039, CFI = .995, GFI = .973

ภาพที่ 2 สมการโครงสร้างแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ชินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)



ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ชินเทค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรสาเหตุ	ความจงรักภักดีต่อองค์กร			ผลการปฏิบัติงาน		
	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล	อิทธิพล
	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	0.784*	-	0.784*	0.281*	0.418*	0.699*
ความจงรักภักดีต่อองค์กร	-	-	-	0.534*	-	0.534*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์พบว่าระดับการรับรู้ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุด ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งแสดงว่าบริษัทชินเทค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) (กลุ่มตัวอย่าง) ได้ดำเนินธุรกิจภายใต้ความสมดุล ด้วยหลักการธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของ CSR (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2560) การดำเนินธุรกิจจึงอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควร เมื่อวิเคราะห์หลังก็จะพบว่า การรับรู้บทบาทของบริษัทที่มีความชัดเจนในเรื่องของการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม การนำนโยบายการให้บริการงานก่อสร้างที่มีคุณภาพ การเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับผลงานการก่อสร้างเมื่อได้รับ บริการที่ไม่เป็นธรรม บริษัทฯ ดำเนินการก่อสร้างโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยรอบพื้นที่ก่อสร้าง ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือสังคมด้วยการขยายโอกาสให้กับกลุ่มนักเรียน นิสิตและนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาก่อสร้าง เข้าถึงงานที่ดี มีความมั่นคง มีรายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัว ภายใต้โครงการ “เรียนจบมีงานทำกับ Syntec” เป็นต้น

ในด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร พบว่า พนักงานมีความจงรักภักดีอยู่ในระดับสูง โดยด้านที่มีระดับความจงรักภักดีสูงสุด คือ ด้านความรู้สึกรัก ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก และด้านการรับรู้ โดยคาดว่าเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานบริษัทฯ ได้ปฏิบัติงานตามที่หัวหน้ามอบหมายอย่างเต็มความสามารถ เต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ และพนักงานเห็นว่าการปกป้องชื่อเสียงขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำ ตลอดจนมีความภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่น ๆ ว่าเป็นพนักงานขององค์กรแห่งนี้ และมีความเชื่อถือนในความเป็นผู้นำของหัวหน้า

ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานของบริษัทฯ มีความรักดีต่อองค์กร โดยมีความผูกพันต่อองค์กร มีความภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กร รู้สึกเป็นเจ้าของโดยเสียสละและทุ่มเทในการปฏิบัติงานให้กับองค์กรเต็มที่ด้วยความเต็มใจ (Hoy and Rees, 1974)

ระดับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับสูง โดยด้านที่มีระดับผลการปฏิบัติงานสูง ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน และด้านปริมาณของงาน ซึ่งคาดว่าเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตรวจสอบความถูกต้องของงานที่ปฏิบัติ ความเข้าใจ และรอบรู้ในงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี และความสามารถของพนักงานที่จะตัดสินใจแก้ปัญหาขณะปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์ ตลอดจนสามารถปฏิบัติงานเสร็จลุล่วงทันตามเวลาที่กำหนดและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดได้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จากเหตุผลดังกล่าวจึงอาจกล่าวได้ว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การวัดผลงานที่ทำได้เทียบกับเป้าหมาย หากสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ก็แสดงว่าการทำงานมีประสิทธิภาพสูง (ธงชัย สันติวงษ์, 2537; อนันท์ งามสะอาด, 2551; Gibson et al., 1982)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า สมมติฐานที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงและทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ CSR มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรมากขึ้น โดยคาดว่าเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานมีความรู้สึกว่าการมีแนวทางการบริหารงานที่ให้คุณค่า ชำรงรักษาและพัฒนาให้พนักงานนั้นสามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตของตนเองควบคู่ไปกับการทำให้พนักงานเป็นทรัพยากรที่สร้างความก้าวหน้าขององค์กรไปพร้อมกันได้อย่างยั่งยืนโดยได้ดำเนินกิจกรรม และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ภายใต้นโยบาย CSR ได้อย่างเป็นรูปธรรม ที่สำคัญได้สร้างความรู้สึกในเชิงบวกดังกล่าวแก่พนักงานจากการที่ได้ดำเนินกิจกรรมในเรื่องของการที่บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด และการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพและฝึกอบรมพนักงาน การให้บริการงานก่อสร้างที่มีคุณภาพโดยมีการตรวจสอบคุณภาพของผลงานให้เป็นไปตามข้อกำหนด มีการพัฒนาชุมชนและสังคมด้วยการดำเนินการก่อสร้างโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบพื้นที่ก่อสร้าง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมล สุรจันทร์ และ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์ (2561) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาสังคม และด้านผู้บริโภค ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัทแท็กซี่ อินเตอร์ เทรด จำกัด หรือแม้แต่งานวิจัยของ ชมพูนุท บุญประเสริฐ (2555) ที่ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y พบว่า ชนิดกิจกรรม CSR สามารถพยากรณ์ความผูกพันของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ได้สูงสุด คือ การตลาดเพื่อสังคมขององค์กร รองลงมาคือ ข้อปฏิบัติทางธุรกิจ เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการบริจาคเพื่อการกุศล



สำหรับผลการวิเคราะห์ สมมติฐานที่ 2 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กล่าวคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น โดยคาดว่าเป็นผลเนื่องมาจากการทำกิจกรรม CSR ขององค์กรในช่วงที่ผ่านมา พนักงานได้รับรู้และมีความรู้สึกรู้ว่าองค์กรได้ใส่ใจที่จะส่งมอบงานก่อสร้างที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า และได้สร้างความดีให้กับชุมชนได้อย่างแท้จริง พนักงานจึงมีความเต็มใจ พอใจ และอยากที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการส่งมอบงานให้บริการที่ดีมีคุณค่าแก่ลูกค้าของบริษัทด้วย จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานออกมาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meister (2012) พบว่า 80% ของกลุ่มตัวอย่าง 1,800 คน ต้องการงานให้กับองค์กรที่ใส่ใจในผลกระทบและมีการช่วยเหลือสังคม และมากกว่าครึ่งกล่าวว่า จะปฏิเสธที่จะทำงานในองค์กรที่ไม่รับผิดชอบต่อสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จาริณีย์ คงแก้ว, ณัฐชนน นำนริตติชัย, ปิยาภรณ์ วัยนิพลี และ สุปราณี แสงเขียว (2561) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และสังคม และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมที่มีพนักงานที่มีความพร้อมในการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 3 พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ชินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ผ่านความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอิทธิพลในทางอ้อมในทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ผ่านความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน กล่าวคือ CSR มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น อันเกิดจากแรงผลักดันมาจาก CSR ของบริษัทฯ ในเรื่องของการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด และการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพและฝึกอบรมพนักงาน การให้บริการงานก่อสร้างที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบพื้นที่ก่อสร้าง ได้ทำให้พนักงานมีความรู้สึกพอใจ ภูมิใจ และอยากเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทฯ จึงรู้สึกผูกพัน เกิดความภักดีต่อองค์กร และอยากทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ จึงทำให้ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานออกมาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกนิวิช เกกนิยะ, วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ และ ศิริวิทย์ ศิริรักษ์ (2561) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงานของโรงแรม ส่งผลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานรายบุคคลของพนักงานโดยผ่านตัวแปร ความผูกพันต่อองค์กร หรือความภักดีของพนักงาน และสอดคล้องกับ Rochlin, Bliss, Jordan & Kiser (2015) ที่พบว่า การให้พนักงานได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์ CSR สามารถเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วมของพนักงานได้ถึง 7.5% ยิ่งไปกว่านั้นยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ 13% และลดอัตราการขาดงานไปได้ 37%

สำหรับสมมติฐานที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ชินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความจงรักภักดีต่อองค์กรมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

กล่าวคือ ความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานมีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น โดยคาดว่าเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานมีความรู้สึกและการแสดงออกของพนักงานซึ่งเคารพต่อองค์กร มีความเชื่อถือในความเป็นผู้นำของหัวหน้า ปฏิบัติงานตามที่หัวหน้ามอบหมายอย่างเต็มความสามารถ มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีความภูมิใจที่จะบอกกับคนอื่น ๆ ว่าเป็นพนักงานขององค์กรแห่งนี้ จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์สินี จันทร์หนู (2563) ทศนคติต่อการทำงาน และความจงรักภักดี ของพนักงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บมจ.นำสินประภัย พบว่า ความจงรักภักดีด้านความรู้สึก ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บมจ.นำสินประภัย และสอดคล้องกับ คณางค์ ภูมดี (2559) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและความภักดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน องค์กรบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดมหาสารคาม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทุกสมมติฐานที่ได้นำเสนอไว้ในกรอบแนวคิดงานวิจัยชิ้นนี้มีความสำคัญ โดยยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กำหนดให้ “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” เป็นนโยบายหลักที่มีความสำคัญกับดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ ทั้งในด้านของเชิงปริมาณ และคุณภาพ ให้มีผลเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า CSR เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกันยังมีผลในทางอ้อมเชิงบวกต่อการขับเคลื่อนผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ผ่านความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) องค์กรควรให้ความสำคัญในการน่านโยบาย “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” ไปสู่ในภาคของการปฏิบัติ ด้วยกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการเสริมสร้างความภักดีต่อองค์กร และเพิ่มผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เรียงตามลำดับตามผลที่ได้จากวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง ได้แก่ ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม รองลงมา ได้แก่ ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ด้านการปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม และด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามลำดับ

2) องค์กรควรสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น เช่น การเข้าไปมีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมโครงการโรงเรียนของหนู เพื่อส่งเสริมการศึกษาและมอบโอกาสทางการศึกษาแก่นักเรียนในถิ่นทุรกันดาร หรือโครงการเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมอื่น ๆ และโครงการรักษาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เป็นต้น



3) องค์กรจำเป็นต้องดำเนินกิจกรรม “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร” อย่างสม่ำเสมอและมากขึ้น โดยอาจทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้า พนักงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เป็นผู้ร่วมประชาสัมพันธ์ CSR เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และช่วยสร้างจิตสำนึก ความรักที่ดีต่อองค์กร และประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดียิ่งขึ้นในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กานต์สินี จันทร์หนู. (2563). *ทัศนคติต่อการทำงาน และความจงรักภักดี ของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บมจ.นำสินประภัย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- คนางค์ ภูมดี. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและความรักดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดมหาสารคาม. *สยามวิชาการ*, 17(29), 31-49.
- จาริณีย์ คงแก้ว, ณัฐชนน นานิรัตติย, ปิยาภรณ์ วัยนิพลี และ สุปราณี แสงเขียว. (2561). อิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจากมุมมองของการวัดผลเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(160), 24-66.
- ชมพูนุท บุญประเสริฐ. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y. *วารสารการจัดการ*, 1(2), 24-36.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *การบริหารงานบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุราษฎร์ธานี: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปณิวิช เกกينة, วรพงศ์ ภูมิป้อพลับ และ ศิริวิทย์ ศิริรักษ์. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงานต่อผลการปฏิบัติงานและการดำรงรักษาพนักงานในธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 7(2), 124-241.
- วิมล สุรจันทร์ และ ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2561). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัท แท้รักซ์ อินเทอร์เน็ต จำกัด อำเภอจันทราจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 12(1), 23-32.
- สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2551). *คณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (ธวท.)*. สืบค้นจาก http://www.tei.or.th/publications/2008-download/AR2008-06_tbcstd.pdf.
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*. กรุงเทพฯ: เมจิกเพรส.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). *ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/th/pages/overview/cgandsustainablebusinessdevelopment.aspx#2>.
- อนันท์ งามสะอาด. (2551). *การพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคเดชอุดม ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการ*. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.

- Ali, I., Rehman, K., Ali, S., Yousaf, J. & Zia, M. (2010). Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance. *African Journal of Business Management*, 4(12), 2796-2801.
- Almeida, M. D. G. M. C. & Coelho, A. F. M. (2019). The antecedents of corporate reputation and image and their impacts on employee commitment and performance: The moderating role of CSR. *Corporate Reputation Review*, 22(1), 10-25.
- Basheer, M. F., Hameed, W. U., Rashid, A. & Nadim, M. (2019). Factors effecting employee loyalty through mediating role of employee engagement: evidence from proton automotive industry, Malaysia. *Journal of Managerial Sciences*, 13(2), 1-14
- Book, L., Gatling, A. & Kim, J. (2019). The effects of leadership satisfaction on employee engagement, loyalty, and retention in the hospitality industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 18(3), 368-393.
- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132.
- Cherrington, D. (1994). *Organizational behavior: the management of individual and organizational performance* Boston: Allyn and Bacon.
- Dos, A. (2017). Multi-criteria decision methods for CSR management-literature review. *Managerial Economics*, 18(1), 63-86.
- Fortier, A. P. (2013). The Effects of Corporate Social Responsibility on Employees' Job Satisfaction: An Empirical Study with Cross Cultural Dimensions. In *Dynamics of International Strategy* (pp. 2-21). Western Australia, AUS: Curtin University.
- Gibson, J.H., John, M.I. & James H.D. (1982). *Orgionizations: Behavior structure and Processes* (4th ed.). Austin, TX: Business Publications.
- Hoy, W. K. & Rees, R. (1974). Subordinate Loyalty to Immediate Supperior: A Neglected Concept in the Study of Educational Administration. *Sociology of Education*, 47, 268-286.
- Lee, E., Park, S. Y. & Lee, H. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66(10), 1716-1724.
- Lim, J. S. & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review*, 43(4), 768-776.



- Meister, J. (2012). *The Future of Work: Corporate Social Responsibility Attracts Top Talent*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/jeanne-meister/2012/06/07/the-future-of-work-corporate-social-responsibility-attracts-top-talent/?sh=451e12763f95>.
- Rochlin, S., Bliss, R., Jordan, S., & Kiser, C. Y. (2015). *Defining the competitive and financial advantages of corporate responsibility and sustainability*. Retrieved from chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.charities.org/sites/default/files/Project%20ROI%20Report.pdf>
- Thao, L. H. H., Anh, D. N. P., & Velencei, J. (2019). Measuring corporate social performance. *Serbian Journal of Management*, 14(1), 193-204.
- United Nation. (2011). *The ten principles: United nations global compact*. Retrieved from <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2000). *Corporate social responsibility: making good business sense*. Retrieved from [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=22241](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=22241)