

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เชื่อมโยงความรับผิดชอบต่อสังคม ชื่อเสียงองค์กร
คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี
มุมมองของพนักงานองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ
ภาคตะวันออกของประเทศไทย

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL LINKING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
CORPORATE REPUTATION, QUALITY OF WORK LIFE, ORGANIZATIONAL
COMMITMENT, AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR
IN THE PERSPECTIVES OF MODERN PHARMACEUTICAL INDUSTRY EMPLOYEES
IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR OF THAILAND

สุนีรัตน์ นาสมชัย¹ สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์² และอนวัตร แจ่มชัด³

Suneerat Nasomchai, Surasidh Boonchunone and Anuvat Jangchud

Article History

Received: 04-09-2022; Revised: 10-02-2024; Accepted: 10-02-2024

<https://doi.org/10.14456/issc.2024.34>

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยชื่อเสียงองค์กร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีพนักงานโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร มุมมองของพนักงานองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนข้อค้นพบ เก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 542 คน วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Ph.D. (Candidate), Philosophy Program in Social Sciences, Business Administration, Ramkhamhaeng University.

E-mail: suneerat_8@hotmail.com *Frist Author

²อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ทางสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Dissertation Advisor, Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University.

³อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Dissertation Advisor, Faculty of Agro-Industry, Kasetsart University.

ผลการวิจัยพบว่า

1) โมเดลวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ และ 3) ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้สามารถให้ข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์แก่บริษัท บุคคลที่ทำงานในองค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม; ชื่อเสียงองค์กร; คุณภาพชีวิตในการทำงาน; ความผูกพันต่อองค์กร; พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี; ระเบียบธุรกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย

ABSTRACT

In this dissertation, the researcher investigates (1) the congruence of a causal relationship model linking corporate social responsibility, corporate reputation, quality of work life, organizational commitment, and organizational citizenship behavior in the perspectives of modern pharmaceutical industry employees in the Eastern Economic Corridor (EEC) of Thailand with the empirical data; and examines, and (2) the effects of direct, indirect, and total influence of the factors of corporate social responsibility and corporate reputation on employees' organizational citizenship behavior through the quality of work life and organizational commitment from the perspectives of the employees under study.

The method of quantitative research was mainly employed and the technique of qualitative research was used to respond to the research objectives. Data were collected using a questionnaire with 542 subjects. In the qualitative research investigation, the technique of semi-structured interview was used with five executives of the modern pharmaceutical industry in the EEC. Descriptive statistics were used with the structural equation model (SEM) and path analysis.

Findings are as follows:

1. The causal relationship model linking corporate social responsibility, corporate reputation, quality of work life, organizational commitment, and organizational citizenship behavior from the perspectives of modern pharmaceutical industry employees in the Eastern Economic Corridor of Thailand exhibited congruence with the empirical data.

2. Corporate social responsibility exhibited a positive influence on the quality of work life and organizational commitment and a positive indirect influence on organizational citizenship behavior through the quality of work life and organizational commitment.

3. Corporate reputation exhibited a positive influence on the quality of work life and organizational commitment and a positive indirect influence on organizational citizenship behavior through the quality of work life and organizational commitment

Key words: Corporate Social Responsibility; Corporate Reputation; Quality of Work Life; Organizational Commitment; Organizational Citizenship Behavior; Eastern Economic Corridor of Thailand

1. บทนำ

องค์การธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดี และยั่งยืนได้ต้องพัฒนา ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการ (Wang 2015) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แผนยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 กำหนดธุรกิจเป้าหมายที่ใช้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศเพื่ออนาคต โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมยาถูกกำหนดอยู่ในอุตสาหกรรมที่ 5 อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร ในขณะที่พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย (Eastern Economic Corridor of Thailand: EEC) ประกอบด้วย จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และประเทศไทยได้ยกระดับมาตรฐานการผลิตยาเป็น Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme (PIC/S) การได้รับรองมาตรฐาน PIC/S GMP มีผลดีต่อประเทศไทยเป็นอย่างมากทำให้โรงงานผลิตยาในประเทศสามารถนำยาที่ผลิตไปจำหน่ายยังอาเซียน ตะวันออกกลาง และยุโรปได้ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2561) จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจขององค์การธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย องค์การจึงควรมุ่งขยายฐานการผลิตให้สามารถผลิตภักทยาแผนปัจจุบันให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เมื่อมีการขยายฐานการผลิตจะทำให้เกิดความต้องการพนักงานคุณภาพ นำไปสู่ภารกิจสำคัญที่องค์การต้องมุ่งเน้นสร้างพนักงานคุณภาพที่มีพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมพิเศษของพนักงานที่เกิดจากความสมัครใจ และความเต็มใจในการปฏิบัติเพื่อองค์การโดยไม่หวังรางวัล พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล และส่งผลดีต่อการดำเนินงานขององค์การ พฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดี ได้แก่ 1) พฤติกรรมให้ความช่วยเหลือ 2) พฤติกรรมคำนึงถึงบุคคลอื่น 3) พฤติกรรมความมั่นใจเป็นนักกีฬา 4) พฤติกรรมคุณธรรมของพลเมือง และ 5) พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ เป็นต้น

การศึกษานี้มุ่งเน้นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงาน โดยมีปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์การปฏิบัติจนถึงระดับที่พนักงานได้รับประโยชน์ และปัจจัยชื่อเสียงขององค์การที่องค์การปฏิบัติด้วยการสะสมชื่อเสียงด้านบวกพนักงานรับรู้เป็นที่ประจักษ์จนถึงระดับที่พนักงานชื่นชมองค์การเป็นปัจจัยเริ่มต้นให้เกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้น ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การ เชื่อมโยงสู่พฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานที่มีต่อองค์การ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยชื่อเสียง

องค์การที่มีผลต่อพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงาน โดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การ มุมมองของพนักงานองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย

3. สมมติฐานของการวิจัย

- H1a ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน
- H1b ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน
- H1c ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร
- H2a ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน
- H2b ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน
- H2c ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร
- H3a ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร
- H3b ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านความผูกพันต่อองค์กร
- H4a ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร
- H4b ชื่อเสียงองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านความผูกพันต่อองค์กร
- H5a คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร
- H5b คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยผ่านความผูกพันต่อองค์กร
- H6 คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร
- H7 ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์กร

4. การทบทวนวรรณกรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แนวคิดทฤษฎีพีระมิดแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับการบริหารด้วยคุณธรรม มี 4 มิติ คือ เศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และ สาธารณประโยชน์ (Carroll, 1991) จากองค์ประกอบทั้งสี่มิติของ Carroll ได้นำไปต่อยอดรวมมิติสิ่งแวดล้อม จากแนวคิดองค์การสหประชาชาติ (United Nations Division for Sustainable Development 1992) ที่ระบุให้ธุรกิจรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ชื่อเสียงองค์กร Chun (2005) แนวคิดชื่อเสียงองค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เช่น การรักษาพนักงาน Almeida and Coelho (2019) ชื่อเสียงองค์กรเกี่ยวข้องกับ การปฏิบัติต่อลูกค้า การเป็นนายจ้างที่ดี บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และแข็งแกร่งทางการเงิน สินค้า และบริการที่มีคุณภาพ (Barakat et al., 2016)

คุณภาพชีวิตในการทำงาน ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ Maslow (2017) และได้จัดแบ่งตามแนวคิดของ Singhapakdi et al. (2015) ประกอบด้วย คุณภาพชีวิตในการทำงานลำดับล่าง และคุณภาพชีวิตในการทำงานลำดับสูง ใช้องค์ประกอบจากแนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานความต้องการหลัก 7 ประการ Sirgy et al. (2001) ประกอบด้วย 2 มิติ ดังนี้ มิติสุขภาพ ความปลอดภัย และความรัก ประกอบด้วย ความต้องการสุขภาพที่ดี ปลอดภัย ครอบครัว และความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความรัก และ มิติศักยภาพ และความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ความต้องการความภาคภูมิใจ ความต้องการในฐานะมีอาชีพที่มีความชำนาญ และความต้องการความคิดสร้างสรรค์

ความผูกพันต่อองค์กร Buchanan (1974) แนวคิดความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคคลไว้ว่า เป็นเรื่องของการยอมรับในค่านิยม กฎเกณฑ์ และเป้าหมายขององค์กรโดยยินดีที่จะปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับองค์กร Cheasakul and Varma (2016) และ Wang (2015) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ประกอบด้วย 3 มิติ

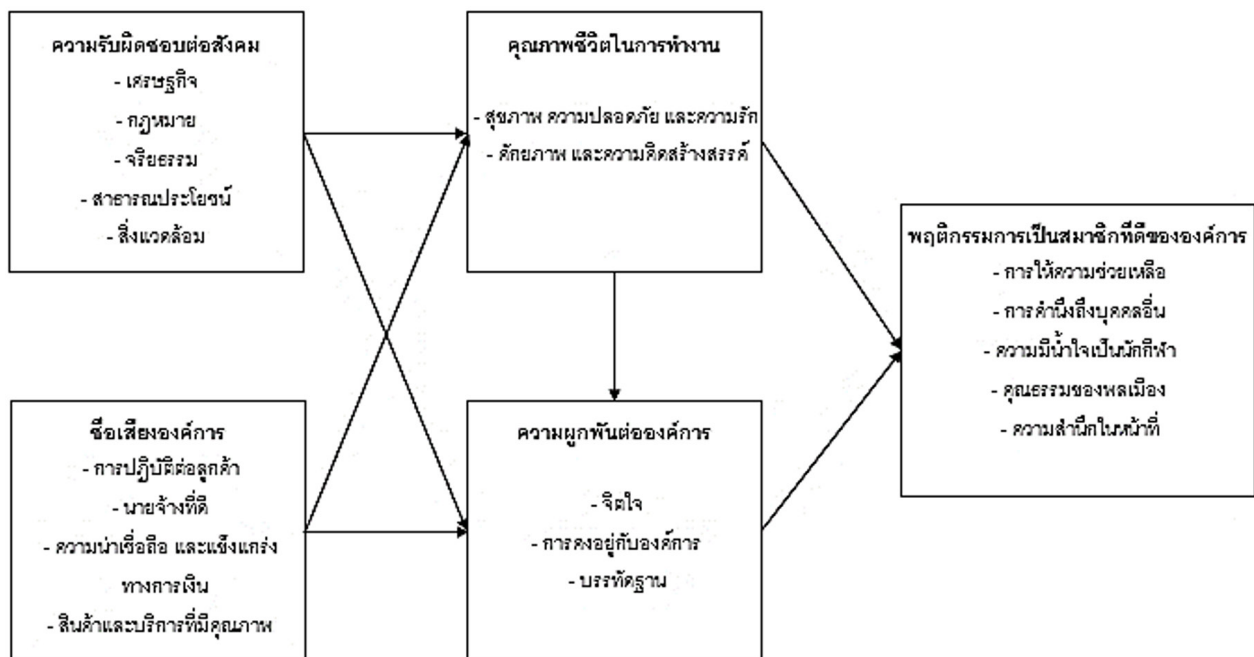
จิตใจ เป็นความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานกับองค์กรในความยินดีเต็มใจทำงานแบบทุ่มเท การคงอยู่กับองค์กร เป็นความผูกพันต่อความพอใจในอาชีพ และความภาคภูมิใจที่จะอยู่ร่วมงานกับองค์กร และบรรทัดฐาน เป็นความผูกพันเกี่ยวกับข้อผูกมัดที่ทำให้พนักงานยังคงยินดีอยู่ร่วมงานกับองค์กร

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร Organ (1994) ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือ เป็นการให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นทันทีเมื่อเกิดปัญหา การคำนึงถึงบุคคลอื่น เคารพสิทธิของเพื่อนร่วมงาน ไม่ทำให้ผู้ใดเดือดร้อน ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา อุดหนุน ดกกลั่น ไม่เสียเวลากับการเรียกร้อง รู้จักการให้อภัย การเป็นพลเมืองที่ดี เป็นความเต็มใจของพนักงานในการให้ความร่วมมือกับองค์กร ให้ความร่วมมือในการทำงาน และ ความสำนึกในหน้าที่ เป็นความเต็มใจของพนักงานที่มาจากจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่เกินกว่าข้อกำหนดขององค์กร

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ พนักงานองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ศูนย์ผลิตผลิตภัณฑ์-จากพลาสมา สภาภาษาชาวไทย 2) บริษัท โอสดอินเตอร์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด และ 3) บริษัท ยูนิซัน จำกัด จำนวนประชากร 1,379 คน กำหนดขนาดตัวอย่างใช้แนวทาง 20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรสังเกต (Hair

et al., 2010) เก็บตัวอย่างจำนวน 558 ชุด แบบสอบถามสมบูรณ์ 542 ชุด อัตราตอบกลับร้อยละ 97.13 การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา เลือกตัวอย่างแบบการคัดเลือกตามสะดวก

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ และข้อคำถามเกี่ยวกับการประเมินการปฏิบัติของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย เป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเกิตสเกล (Likert Type Scale) มีระดับการวัด 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด (= 1) น้อย (= 2) ปานกลาง (= 3) มาก (= 4) และมากที่สุด (= 5)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 1) ความตรงตามเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) พบว่า ค่า IOC มากกว่า .67 ทุกข้อคำถาม และ 2) การตรวจสอบค่าความเที่ยงของแบบสอบถามจริง ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ($n = 542$) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาขององค์ประกอบแต่ละมิติตัวแปรมีค่าตั้งแต่ .800 ถึง .902

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า โมเดลวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการประมาณค่าโมเดล (estimates) ด้วยวิธี Maximum Likelihood มีค่า $\chi^2/df = 105.820$, $df = 85$, χ^2/df เท่ากับ 1.225, $p\text{-value} = .076$ ค่า GFI = .980 ค่า AGFI = .950 ค่า CFI = 1.000 และค่า RMSEA = .021 ดังภาพที่ 2

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า 1) H1a ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .320 2) H1b ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -.022 3) H1c ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .211 4) สมมติฐาน H2a ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .580 5) H2b ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -.041 6) H2c ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .383 7) H3a ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .410 8) H3b ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .381 9) H4a ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -.190 10) H4b ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านความผูกพันต่อองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -.177 11) H5a คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .710 12) H5b คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .660 13) H6 คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -.070 และ 14)

H7 ความผูกพันต่อการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์-เส้นทางเท่ากับ .930 ดังสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย ตารางที่ 1

ตารางที่ 1

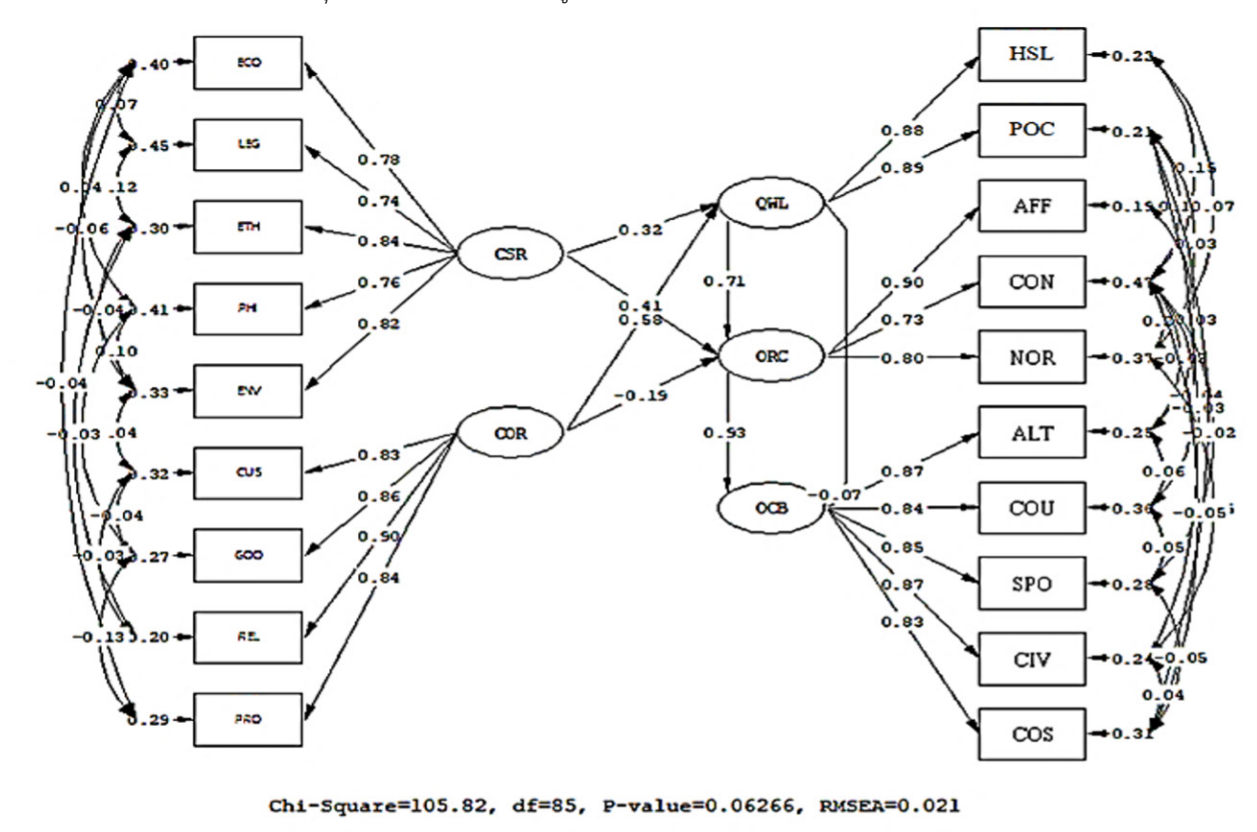
ผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	อิทธิพลเส้นทาง	ค่าสัมประสิทธิ์ ^a	p-value	ผลการทดสอบ(Sig.)
H1a	CSR->QWL	.320*	$p < .05$	สนับสนุนสมมติฐาน
H1b	CSR->QWL-	-.022	$p > .05$	ไม่สนับสนุน
	>OCB			สมมติฐาน
H1c	CSR->QWL->ORC-	.211**	$p < .01$	สนับสนุนสมมติฐาน
	>OCB			
H2a	COR->ORC	.580***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน
H2b	COR-> QWL->OCB	-.041	$p > .05$	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H2c	COR-> QWL->ORC-	.383***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน
	>OCB			
H3a	CSR-> ORC	.410**	$p < .01$	สนับสนุนสมมติฐาน
H3b	CSR-> ORC->OCB	.381***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน
H4a	COR->ORC	-.190	$p > .05$	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H4b	COR-> ORC->OCB	-.177	$p > .05$	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H5a	QWL->ORC	.710***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน
H5b	QWL->ORC->OCB	.660***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน
H6	QWL->OCB	-.070	$p > .05$	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H7	ORC->OCB	.930***	$p < .001$	สนับสนุนสมมติฐาน

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$), ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($2.576 \leq t\text{-value} < 3.290$), *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t\text{-value} \geq 3.290$)

ภาพที่ 2

โมเดลวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



7. ผลการวิจัย

ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim et al. (2018) และแนวคิดทฤษฎีของ Carroll (1991) เมื่อองค์กรมีแนวทางดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจนปฏิบัติจนก่อให้เกิดประโยชน์ที่เพิ่มพูนมากขึ้นต่อพนักงาน โดยมุ่งเน้นไปที่จริยธรรมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานพนักงานได้มากที่สุด องค์การประกอบธุรกิจด้วยการมีจริยธรรม มีความโปร่งใส มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ไม่เลือกปฏิบัติต่อพนักงาน ทุ่มเทดูแลพนักงานเป็นอย่างดี ช่วยเหลือทันทีที่พนักงานเจ็บป่วยขณะปฏิบัติงาน เมื่อองค์กรใช้พื้นฐานจริยธรรมเป็นหลักในการปฏิบัติงานถึงระดับที่พนักงานรับรู้ และสัมผัสได้ในมุมมองของพนักงานเชื่อว่าภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีจริยธรรมพนักงานจะได้รับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่สูงขึ้น รองลงมาการมุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อม โดยองค์การมีความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อความเสียหายของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานโดยมีกระบวนการดูแลสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนการผลิต การกำจัดสิ่งปฏิกูล การกำจัดน้ำเสีย การไม่ปล่อยสารพิษออกสู่อากาศ เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim et al. (2017) และแนวคิดทฤษฎีของ Carroll (1999); Bateman and Organ (1993) และ Organ (1997) กล่าวคือ เมื่อมีการปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายมิติอย่างสม่ำเสมอโดยผู้บริหารขององค์กรพนักงานได้รับประโยชน์ผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานมากขึ้นจะทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานที่มีต่อจิตใจ บรรทัดฐาน และการคงอยู่กับองค์การจนส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานที่มากขึ้นเรียงลำดับ

ตามความสำคัญได้ดังนี้ 1) คุณธรรมของพลเมือง 2) การให้ความช่วยเหลือ 3) ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา 4) การคำนึงถึงบุคคลอื่น และ 5) ความสำนึกในหน้าที่

ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bouraoui et al. (2019); Chaudhary and Akhouri (2019) และแนวคิดทฤษฎีของ Meyer and Allen (1991) เมื่อองค์การมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการทุ่มเททรัพยากรงานโดยใช้พื้นฐานหลักจริยธรรม การมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมชุมชน การให้โอกาสผู้ร่วมงานในท้องถิ่น จะส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มากขึ้นและยินดีอยู่ร่วมงานกับองค์การอย่างต่อเนื่องตามไปด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Chaudhary and Akhouri (2019) และแนวคิดทฤษฎีของ Buchanan (1974) และ Carroll (1999) กล่าวคือ เมื่อองค์การมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปฏิบัติเกี่ยวกับผลประโยชน์ของพนักงานให้มากขึ้น การสนับสนุนให้พนักงานเติบโตในหน้าที่ การให้โอกาส การเพิ่มผลประโยชน์ให้ตามความสามารถของพนักงาน จนถึงระดับที่พนักงานได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงเป็นการเพิ่มพูนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์การมากขึ้นส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานที่มากขึ้นตามไปด้วย พนักงานจะนำวิธีการต่าง ๆ ที่องค์การปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 5 มิติ ไปบอกเล่าเรื่องราวความดีอย่างมีคุณค่าขององค์การให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ในมุมมองที่เป็นบวก ผู้คนชื่นชมและอยากเข้าร่วมงานกับองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น

ชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Almeida and Coelho (2019) และแนวคิดทฤษฎีของ Chun (2005) และ Sirgy et al. (2001) กล่าวคือ ชื่อเสียงองค์การเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานได้มาก เมื่อมุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงองค์การเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ 1) บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และแข็งแกร่งทางการเงินส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานได้มากที่สุด รองลงมา 2) นายจ้างที่ดีมีความสำคัญส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และ 3) สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ชื่อเสียงองค์การยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Fu et al. (2014); Lee and Kim (2013) เมื่อองค์การมุ่งเน้นการปฏิบัติเกี่ยวกับการสร้างชื่อเสียงที่ดีส่งให้พนักงานได้รับประโยชน์จนเกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้นนำไปเพิ่มพูนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์การมากขึ้นตามไปด้วย โดยทั้งคุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การเป็นปัจจัยส่วนที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานในบทบาทพิเศษในที่สุดองค์การจะประสบความสำเร็จในระยะยาว

อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างไม่มีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Singhapakdi et al. (2015) และ Lee et al. (2015) กล่าวคือ ความเชื่อเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานที่สูงขึ้น และต่ำลงของพนักงานได้ ดังนั้นไม่ควรใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การเป็นกลยุทธ์ของผลกำไรเพียงอย่างเดียว ควรใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดการชนะร่วมกันระหว่างองค์การกับพนักงานในแง่ของความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน นอกจากนี้ชื่อเสียงองค์การยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การโดยผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างไม่มีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Prasetyo et al. (2017) กล่าวคือ องค์การจำเป็นต้องเพิ่มการปฏิบัติเกี่ยวกับการสร้างชื่อเสียงองค์การให้ชัดเจน มุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์การให้พนักงานรับรู้ องค์การต้องไม่ละเลยส่วนงานใดส่วนงานหนึ่งสื่อสารให้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับปฏิบัติการจนถึงระดับผู้บริหารสื่อสารให้พนักงานเข้าใจยินดีปฏิบัติตามการช่วยสนับสนุนการสร้างชื่อเสียงองค์การ และชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Beheshtifar

and Allahyary (2013) กล่าวว่า องค์การควรมุ่งเน้นสร้างชื่อเสียงองค์การที่ชัดเจนเพื่อเพิ่มพูนความผูกพันของพนักงานให้มากขึ้น จนเกิดชื่อเสียงในด้านบวก และชื่อเสียงองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมต่อการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานองค์การ โดยผ่านความผูกพันต่อองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของ Beheshtifar and Allahyary (2013) กล่าวว่า องค์การควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างชื่อเสียงองค์การโดยการปฏิบัติให้เกิดชื่อเสียงที่ดีให้เป็นที่รู้จักในด้านบวกเป็นภารกิจที่องค์การ ต้องดำเนินการเพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจ

สรุปการสัมภาษณ์ ผู้บริหารส่วนมากให้ความคิดเห็นสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณของพนักงาน และมีบางประเด็นที่ ผู้บริหารมีความคิดเห็นแตกต่างจากพนักงาน โดยผู้บริหารได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยชื่อเสียง องค์การว่า เมื่อองค์การมีความรับผิดชอบต่อสังคมจนถึงระดับที่พนักงานได้รับประโยชน์ จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของ พนักงานทั้งในแง่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น คุณภาพในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และความมั่นคงในหน้าที่การงาน ทำให้พนักงานเกิดความผูกพัน ที่มีต่อองค์การมากขึ้นตามไปด้วยเมื่อพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์การก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานที่ มากขึ้น ในขณะที่ปัจจัยชื่อเสียงองค์การเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารองค์การให้เกิดมูลค่าเพิ่ม องค์การจึงควรให้ความสำคัญในการ ปฏิบัติเพื่อสร้างชื่อเสียง การสะสมชื่อเสียงด้านบวกเพื่อผลดีต่อการเติบโตขององค์การ

8. องค์ความรู้ใหม่

แนวคิดทฤษฎีพีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวกับการบริหารด้วยคุณธรรมทั้ง 4 มิติ Carroll (1991) ได้นำไปต่อย อตรวมกับแนวคิดองค์การสหประชาชาติ (1992) ที่ระบุให้ธุรกิจรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเน้นการดำเนินธุรกิจภายใต้ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจขององค์การในฐานะความเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศ โดยข้อค้นพบ มิติที่สำคัญ คือ จริยธรรม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สามารถเพิ่มคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้นได้ส่งผลให้เกิดความผูกพัน ของพนักงานที่มากขึ้นตามไปด้วย และส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงาน ในขณะที่การนำแนวคิดทฤษฎีชื่อเสียง องค์การ Chun (2005) มาศึกษาโดยมีข้อค้นพบว่า ชื่อเสียงองค์การที่ดีส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์การ มิติที่สำคัญคือ บริษัท มีความน่าเชื่อถือ และแข็งแกร่งทางการเงิน การเป็นนายจ้างที่ดี การมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สามารถเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต ในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้นส่งผลให้เกิดความผูกพันของพนักงานที่มากขึ้นตามไปด้วย และส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็น สมาชิกที่ดีของพนักงาน พนักงานยินดีสนับสนุนการทำงานขององค์การด้วยพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ทำให้เกิดการผลิตราย สำเร็จรูปคุณภาพ องค์การประสบความสำเร็จแบบยั่งยืน

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

1. องค์การควรมุ่งเน้นการปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมมิติจริยธรรม โดยมุ่งเน้นการดูแลพนักงานบนหลักเกณฑ์ ของจริยธรรม โปร่งใส มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่น่าออกจำหน่ายอย่างชัดเจน ให้ความรู้เกี่ยวกับ การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัยที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการรักษาต่อผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อนำประโยชน์สู่พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า องค์การ และประเทศชาติต่อไป

2. องค์การควรมุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงองค์การมิติบริษัทมีความน่าเชื่อถือ และแข็งแกร่งทางการเงิน การสร้างธุรกิจให้มีผล กำไร เติบโตแบบยั่งยืน และมั่นคง เพื่อนำผลกำไรแบ่งปันผู้มีส่วนได้เสียขององค์การ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันกับองค์การธุรกิจที่ใกล้เคียงบริษัทในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย
2. ควรศึกษาอิทธิพลของปัจจัยตัวแปรต้นอื่น ๆ เพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้อาทิเช่น การทำโครงการกิจกรรมดนตรีเพื่อสังคม การทำโครงการกิจกรรมพื้นที่การผลิตอาหารเพื่อสังคม เป็นต้น

รายการอ้างอิง

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2561, 25 พฤษภาคม). *รายนามสถานที่ผลิตยาแผนปัจจุบันที่ได้มาตรฐานวิธีการที่ดีในการผลิต*. [http://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Post/Shared% 20Documents/Modern_GMP_THAI.pdf](http://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Post/Shared%20Documents/Modern_GMP_THAI.pdf)
- Ahmad, R., Ahmad, S., Islam, T., & Kaleem, A. (2020). The nexus of corporate social responsibility (CSR), affective commitment and organisational citizenship behaviour in academia. *Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 232-247.
- 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.
- Barakat, S. R., Isabella, G., Boaventura, J. M. G., & Mazzon, J. A. (2016). The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction. *Management Decision*, 54(9), 2325-2339.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of organizational behavior*, 14(2), 103-118.
- Beheshtifar, M., & Allahyari, M. H. (2013). Study the relationship among organizational reputation with organizational commitment and employees' turnover intention. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 6(10), 1467-1478.
- Bouraoui, K., Bensemmane, S., Ohana, M., & Russo, M. (2019). Corporate social responsibility and employees' affective commitment. *Management Decision*, 57(1), 152-167.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative science quarterly*, 19(4), 533-546.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Chaudhary, R., & Akhouri, A. (2019). CSR perceptions and employee creativity: examining serial mediation effects of meaningfulness and work engagement. *Social Responsibility Journal*, 15(1), 61-74.
- Cheasakul, U., & Varma, P. (2016). The influence of passion and empowerment on organizational citizenship behavior of teachers mediated by organizational commitment. *Contaduría y Administración*, 61(3), 422-440.

- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 91-109.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Pearson Upper Saddle River, NJ.
- Kim, H., Woo, E., Uysal, M., & Kwon, N. (2018). The effects of corporate social responsibility (CSR) on employee well-being in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1584-1600.
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M., & Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management*, 61(1), 26-34.
- Lee, M., & Kim, W. (2013). The Effect of Perceived Corporate Social Responsibility on Hotel Employee's Attitude and Behavior toward the Organization. *International Journal of Tourism Sciences*, 13(3), 51-74.
- Lee, Y.-W., Dai, Y.-T., & McCreary, L. L. (2015). Quality of work life as a predictor of nurses' intention to leave units, organisations and the profession. *Journal of Nursing Management*, 23(4), 521-531.
- Maslow, A. H. (2017). *A Theory of human motivation*. Dancing Unicorn Books.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- Organ, D. W. (1994). Personality and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of management*, 20(2), 465-478.
- Prasetio, A. P., Yuniarsih, T., & Ahman, E. (2017). Job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behaviour in state-owned banking. *Universal Journal of Management*, 5(1), 32-38.
- Shanker, M. (2018). Organizational citizenship behavior in relation to employees' intention to stay in Indian organizations. *Business Process Management Journal*, 24(6), 1355-1366.
- Singhapakdi, A., Lee, D.-J., Sirgy, M. J., & Senasu, K. (2015). The impact of incongruity between an organization's CSR orientation and its employees' CSR orientation on employees' quality of work life. *Journal of Business Research*, 68(1), 60-66.
- Sirgy, M. J., Efraty, D., Siegel, P., & Lee, D.-J. (2001). A New Measure of Quality of Work Life (QWL) Based on Need Satisfaction and Spillover Theories. *Social indicators research*, 55(3), 241-302.
- United Nations Division for Sustainable Development. (1992, 21Decembe). *United nations conference on environment & development*. [https:// sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf)
- Wang, Y. (2015). Examining organizational citizenship behavior of Japanese employees: a multidimensional analysis of the relationship to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(4), 425-444.