ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครู วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา

THE ORGANIZATIONAL IMAGE AFFECTING THE COMMITMENT OF TEACHERS AT AYUTTHAYA TECHNOLOGICAL COMMERCIAL COLLEGE

[1]เพชรพงษ์ ปานพันธ์ และ [2]ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข

[1]Pechpong Panpun and [2]Prapawan Trakulkasemsuk

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, ประเทศไทย

Panyapiwat Management Institute, Thailand

[1]Petpong.2012@Gmail.com

Received: December 30, 2023; **Revised**: March 26, 2024; **Accepted**: April 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูที่มีต่อวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา 2) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา และ 3) เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีประชากร คือ ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา จำนวน 83 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ตามการรับรู้ของครูในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ตามลำดับ 2) ระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาตามความคิดเห็นของครูในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม รองลงมาคือ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความรู้สึก ตามลำดับ และ 3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตัวแปรภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า R^2 เท่ากับ .85 สามารถอธิบายภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ได้ร้อยละ 85 โดยด้านชื่อเสียงและ

[1] นักศึกษา, คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยามากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .38 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .42 รองลงมา คือ ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .29 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .37 และด้านบุคลากร มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .19 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .22 ตามลำดับ

คำสำคัญ ภาพลักษณ์องค์กร, ความผูกพัน, อาชีวศึกษา

Abstract

This research has the following objectives: 1) to study the perception level of organizational image of teachers at Ayutthaya Technological Commercial College, 2) to examine the level of organizational commitment among teachers at Ayutthaya Technological Commercial College, and 3) to analyze the organizational image affecting the commitment of teachers at Ayutthaya Technological Commercial College. Data were collected from a population of 83 teachers at Ayutthaya Technological Commercial College, using a questionnaire as a research tool. The statistical methods employed included frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The results of this research revealed that: 1) the perception level of organizational image among teachers at Ayutthaya Technological Commercial College is high. When considering each aspect, it was found that the aspects with the highest average were reputation and credibility, personnel, and identity, respectively. 2) The level of organizational commitment among teachers at Ayutthaya Technological Commercial College is also high. The aspect with the highest average was found to be social norm, followed by continuity and feelings. 3) Results of stepwise multiple regression analysis on organizational image variables and teachers' organizational commitment at Ayutthaya Technological Commercial College indicated a statistically significant level of 0.05 (R^2 = .85). This demonstrates that 85 percent of the organization's image contributes to the organizational commitment of Ayutthaya Technological Commercial College teachers, with reputation and reliability having the highest impact. It has a multiple regression coefficient of .38 (B = .38) and standardized scores of .42 (β = .42). The identity aspect, with a multiple regression coefficient of .29 (B = .29) and

standardized scores of .37 (β = .37), follows. Lastly, the personnel aspect shows a multiple regression coefficient of .19 (B = .19) and standardized scores of .22 (β = .22)

Keywords: Organizational Image, Commitment, Vocational education

บทนำ

บุคลากรเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่ามีความสำคัญที่สุดขององค์กร เป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและนำทรัพยากรอื่นๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นการบริหารจัดการบุคลากร ก็ไม่ได้จำกัดขอบเขตอยู่แค่การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรเท่านั้น แต่สิ่งที่จะเกิดควบคู่กันไป คือ การปลูกฝังและการสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรภายในองค์กรเกิดความพึงพอใจ ความซื่อสัตย์ และความผูกพันเพื่อให้บุคลากรยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติงานให้กับองค์กรตลอดไป (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564) นอกจากนี้ความผูกพันยังเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กร การที่บุคลากรในองค์กรจะเกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานสูงหรือต่ำนั้น สิ่งจูงใจในการปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพื่อต้องการโน้มน้าวจิตใจบุคลากรให้มีความตั้งใจ ขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติงานไม่ขาดงานหรือลางานบ่อยๆ ตลอดจนไม่ลาออกจากงาน จึงทำให้เห็นได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญในการช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพและเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรมีการปฏิบัติงานได้ดีขึ้น (ณิชานันทน์ ศิริกุลสถิตย์, 2562)

สถานศึกษาเป็นหน่วยผลิตทางสังคมหนึ่งซึ่งมีบทบาทหลักในการพัฒนาเยาวชนให้เติบโตเป็นคนเก่ง คนดี และมีความสุข ประเทศชาติจะเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับศักยภาพของเยาวชน ดังนั้น ครูและบุคลากรทางการศึกษาจึงควรได้รับการพัฒนาโดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรแต่ละคนเป็นหลัก หากครูและบุคลากรทางการศึกษามีความผูกพันต่อสถานศึกษามาก ก็จะทุ่มเทความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพซึ่งจะช่วยให้เกิดผลดีต่อองค์การในระยะยาว สอดคล้องกับรุ่งโรจน์ อรรถานิทธิ์ (2554) อธิบายว่า ครูที่มีความผูกพันต่อสถานศึกษามาก มักจะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจ เสียสละประโยชน์ส่วนตน มีความเชื่อมั่น ยอมรับในเป้าหมายร่วมกัน และต้องการเป็นสมาชิกของสถานศึกษาแห่งนั้นตลอดไปในทางกลับกัน ครูที่ไม่มีความผูกพันต่อสถานศึกษาก็มักแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ขาดความรับผิดชอบ ไม่มีความกระตือรือร้นหรือขอโอนย้ายไปอยู่ที่อื่น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการบริหารงานภายในสถานศึกษาอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ สถานศึกษาที่จำทำให้ครูมีความผูกพันอาจมาจากภาพลักษณ์ที่ดีของสถานศึกษา

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงเพื่อส่งเสริมการตลาดซึ่งสื่อความหมายรวมถึงภาพลักษณ์ในทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ขององค์กรที่

สามารถส่งผลต่อความเคลื่อนไหวของภาวะทางการแข่งขันของวิทยาลัย (ปพณ ภัควรกาญจน์, 2559) ดังนั้น ภาพลักษณ์ในทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ขององค์กร จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือ หากสถานศึกษามีภาพลักษณ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยดึงดูดสร้างความสนใจและเพิ่มความต้องการเข้าศึกษาของนักเรียนหรือนักศึกษาใหม่ อีกทั้งอาจส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจ และเชื่อถือไว้วางใจต่อหลักสูตรและสถานศึกษาของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะนั้น ซึ่งหากสามารถทำให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกพึงพอใจจนนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย ด้วยวิธีการแนะนำหรือการบอกเล่าต่อจากความพึงพอใจส่วนตัวของตน ซึ่งความพึงพอใจดังกล่าวถือเป็นการรับรู้ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจนอาจกลายเป็นความผูกพันและมีความเชื่อที่ว่าวิทยาลัยที่ตนผูกพัน (ศรีสกุล งามบุญแถม, สมจิตร ล้วนจำเริญ และประพันธ์ วงศ์บางโพ, 2562) แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ คือสิ่งที่เกิดได้จากความรู้สึกหรือความประทับใจในภาพที่ปรากฏ แต่ในลักษณะของสถาบันจะมุ่งเน้นที่เกิดขึ้นในใจขององค์การเพียงส่วนเดียว ภาพลักษณ์ประเภทนี้จะเป็นภาพที่สะท้อน ถึงการบริหาร และการดำเนินงานขององค์การในแง่ระบบบริหารจัดการของผู้บริหาร ความมั่งคงก้าวหน้าของสถาบัน ความรู้ความสามารถ ความมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนในด้านบุคลากรหมายถึง รวมถึงประสิทธิภาพในการทำงาน และมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน ความมีจริยธรรม เป็นต้น (ภัทรพล พรหมมัญ,2562)

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลอย่างมาก เนื่องจากเห็นความสำคัญในการขับเคลื่อนโรงเรียนให้เกิดการพัฒนา เจริญเติบโตและก้าวหน้าจึงมุ่งเน้นในเรื่องการบริหารและพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรครูให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพให้บรรลุตามเป้าหมายของวิทยาลัย การที่บุคลากรครูปฏิบัติหน้าที่ด้วยความผูกพันต่อวิทยาลัย ทำให้เกิดความเต็มใจ เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน อันเป็นพฤติกรรมที่ดีและพึงประสงค์ ความผูกพันเป็นแนวคิดและแนวทางในการรักษาบุคลากรครูให้คงทำงานอยู่กับวิทยาลัยได้ยาวนาน และเป็นแนวทางในการเพิ่มแรงจูงใจให้ครูแสดงความรู้ ความสามารถและทักษะ ในการที่จะสร้างสรรค์การจัดการเรียนการสอนให้พัฒนายิ่งขึ้น ซึ่งความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นด้านอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึก ส่งผลให้เกิดการแสดงออกของครู (ปาลิดา นิธิศวรดา,2564)

ตั้งแต่ปีการศึกษา 2562 ถึง ปีการศึกษา 2566 พบว่า มีครูและบุคลากรทางการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ลาออกไปประกอบอาชีพอื่น จำนวน 20 คน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจำนวนที่มากพอสมควรเมื่อเทียบกับจำนวนครูและบุคลากรทางการศึกษาทั้งหมด 83 คน โดยอัตราการลาออกคิดเป็นร้อยละ 24.09 นั้นหมายความว่า จำนวนบุคลากรที่ลาออกมีมากพอที่จะส่งผลกระทบในการดำเนินงานของวิทยาลัยจึงมีความจำเป็นที่ทางวิทยาลัยต้องหาแนวทางและวิธีที่จะรักษาบุคลากรเหล่านี้ไว้ด้วยการสร้างให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กรให้ได้มากที่สุด เพื่อให้

บุคลากรต้องการทำงานร่วมกับวิทยาลัยตลอดไปโดยไม่โยกย้ายไปทำงานที่วิทยาลัยอื่น (วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา, 2566)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำเรื่องภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา เพื่อจะนำไปวางแผนพัฒนาปรับปรุง เพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างครูและบุคลากร เพื่อให้ครูและบุคลากร มีความร่วมมือกันพัฒนาให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีครูและบุคลากรที่สามารถทำงานให้ความรู้นักเรียนเต็มประสิทธิภาพในองค์กรนั้นตลอดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูที่มีต่อวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา
3. เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา จำนวน 83 คน โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด (วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา, 2566)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert's scale) ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (Index of Objective Congruence : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีข้อคำถามผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.5 – 1.00 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับครูที่ไม่ใช่ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.984

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ผู้วิจัยได้ระดับภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (μ) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (**σ**) และการแปรผลระดับภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา สามารถแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ผลโดยรวม และแยกออกเป็นรายด้านประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือและด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน

ระดับภาพลักษณ์องค์กร	μ	**σ**	แปลผล
1. ด้านบุคลากร	4.20	.80	มาก
2. ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	4.20	.73	มาก
3. ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์	4.11	.85	มาก
รวม	4.17	.79	มาก

จากตาราง 1 พบว่าระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (μ =4.17, **σ** = .79) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (μ =4.20, **σ** = .73) และที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านบุคลากร (μ =4.20, **σ**= .80)และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ (μ =4.11 **σ** = .85)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา สามารถแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ผลโดยรวม และแยกออกเป็นรายด้านประกอบด้วยด้านความรู้สึก ด้านความต่อเนื่องและด้านบรรทัดฐานทางสังคม ทั้ง 3 ด้าน ดังรายละเอียดในตาราง 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน

ระดับความผูกพัน	μ	**σ**	แปลผล
1. ด้านความรู้สึก	4.16	.75	มาก
2. ด้านความต่อเนื่อง	4.22	.72	มาก
3. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	4.28	.79	มาก
รวม	3.16	.57	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่าระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ทั้ง 3 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (μ =3.16, **σ**= .57) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (μ =4.28, **σ**= .79)

และที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านความต่อเนื่อง (μ =4.22, σ= .72)และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความรู้สึก (μ =4.16, σ= .75)

3. ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาโดยภาพรวม

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตัวแปรภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา โดยภาพรวม

Variable	B	SE_b	β	T	Sig.	Zero order Correlation	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
(Constant)	.55	.18		3.08	.03			
X_2 : ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	.38	.06	.42	5.84	.01	.85	.36	2.74
X_3 : เอกลักษณ์อัตลักษณ์	.29	.05	.37	5.10	.01	.84	.36	2.76
X_1 : บุคลากร	.19	.05	.22	3.69	.01	.75	.49	2.02
	R = .92		R^2 = .85		Se_{est} = .26			

จากตาราง 3 พบว่าภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า R^2 เท่ากับ .85 สามารถอธิบายภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ได้ร้อยละ 85 โดย ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (X_2) ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .38 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .42 ลำดับต่อมา คือ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ (X_3) ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .29 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .37 และบุคลากร (X_1) ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ .19 และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .22 ตามลำดับ

ผลการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุของตัวแปรต้น ซึ่งพิจารณาจากค่า Collinearity Statistics พบว่าค่า Tolerance เท่ากับ .36, .36 และ .49 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF เท่ากับ 2.74, 2.76 และ 2.02 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Hair et al, 2009) ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (Unstandardized Score)

$$Y = 2.74X_2 + 2.76X_3 + 2.02X_1$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score)

$$Z = .36Z_2 + .36Z_3 + .49Z_1$$

อภิปรายผล

1. ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 1) ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ 2) ด้านบุคลากรและลำดับสุดท้าย คือ 3) ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์อยู่ในลำดับสุดท้าย ในด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คาดการณ์ได้ว่าครูรับรู้ว่าวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาวิทยาลัยมีชื่อเสียงและเปิดการเรียนการสอนมานานหลายปีจนรู้จักอย่างกว้างขวางในสังคม ชุมชน ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลภายนอก จากงานด้านวิชาการและการบริการชุมชน ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและด้านการแข่งขันต่างๆ ของนักเรียนนักศึกษามีความน่าเชื่อถือจากผู้ปกครอง วิทยาลัยมีสถาบันการศึกษาต่อทั้งภาครับและเอกชนหลายสถาบันทั้งภายในและภายนอกประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยวิศรุต เหล่ามาลา (2561) ความน่าเชื่อถือของโรงเรียนสามารถทำให้บุคคลทั้งภายในและภายนอกรับรู้ถึงคุณภาพของโรงเรียน เป็นโรงเรียนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เป็นองค์การที่มีความมั่นคงและมีบทบาทหน้าที่ในการบริการ และตอบสนองความต้องการของสังคม

ด้านบุคลากร คาดการณ์ได้ว่าครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ส่วนใหญ่มองว่าบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาวิทยาลัย ทำให้คนทั่วไปรู้จักและเลือกเรียนต่อวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา บุคลากรจึงต้องมีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ ซื่อสัตย์ และมีความรู้ความสามารถ มีทักษะที่ดี มีมนุษย์สัมพันธ์รวมถึงบุคลิกภาพและการวางตัวที่ดี สามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความสามารถ รวมถึงสามารถควบคุมอารณ์ได้ มีหัวใจของการบริการและมีวิสัยทัศน์ในการนำพาสถานศึกษาไปสู่ความเจริญเติบโต สอดคล้องกับงานวิจัยนฤมล คาถา (2564) ภาพลักษณ์ถือว่ามีความสำคัญต่อองค์กรทุก ๆ องค์กร เพราะจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้อื่นสามารถมองเห็นหรือนึกถึงความเป็นตัวตนของเราโดยที่ผู้อื่นอาจจะได้ยิน ได้สัมผัส และเกิดการสร้างความคิดว่าองค์กรของเรานั้นดีหรือไม่ดีมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการให้บริการ และสามารถสร้างประโยชน์ต่อสาธารณะจนได้รับความเชื่อถือ การยอมรับและความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการ

ในขณะที่ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์อยู่ในลำดับสุดท้ายโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันอาจเนื่องมาจากความโดดเด่นของวิทยาลัยอย่างเห็นได้ชัดเจนของวิทยาลัย ในด้านชื่อวิทยาลัย สัญลักษณ์วิทยาลัยสีประจำวิทยาลัย เครื่องแบบการแต่งกาย กิจกรรมพิธีการของวิทยาลัย รูปแบบการดำเนินการในด้านต่าง ๆ รวมถึง วิสัยทัศน์พันธกิจ หลักสูตรของวิทยาลัย และมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานศึกษาอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัย พิมชนก ไทยทองมุ่ม (2558) กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การหรือบุคคล เพื่อให้ประชาชนมีความประทับใจจึงเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควรและเมื่อภาพลักษณ์ที่ดีนั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมาคือชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือศรัทธาต่อองค์การหรือบุคคลนั้น และประทับแน่นอยู่ในความทรงจำ ของประชาชนตราบนานเท่านานดังนั้นภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญต่อโรงเรียนเช่นกันเพราะโรงเรียนเอกชนเป็นสถาบันที่บริการการศึกษา

แก่สังคม จะได้รับความนิยมหรือได้รับการยอมรับก็ต้องดูถึงภาพโดยรวมของสถาบันดังกล่าว จำเป็นต้องรู้ว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นอย่างไรและจะสามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนั้นไว้ให้ยืนยาวต่อไป

2. ระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าด้านความบรรทัดฐานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความรู้สึกในด้านความบรรทัดฐานทางสังคมคาดการณ์ได้ว่าครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา ส่วนใหญ่มองว่าครูแสดงออกถึงความผูกพันต่อวิทยาลัย มีความยึดมั่นและผูกพันต่อองค์กร มีความทุ่มเทในการทำงาน โดยมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ตลอดไป โดยทางวิทยาลัยสนับสนุนให้กำลังใจ และได้ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากเพื่อนร่วมงานที่ดีและพร้อมเสมอที่จะทำทุกอย่างให้วิทยาลัยมีความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ ทางวิทยาลัยได้ช่วยเหลือด้านสวัสดิการอื่นๆ ของวิทยาลัย เช่น ทุนการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของวินยุทธ นุชคง (2562) ได้กล่าวไว้ว่า ความผูกพันองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เต็มใจที่จะทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มที่เต็มความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร และผูกพันต่อองค์กร ไม่คิดจะละทิ้งไปจากองค์กร รวมถึงบรรทัดฐานทางสังคม ที่ได้กล่าวไว้ว่าพนักงานที่มีความผูกพันประเภทนี้เป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบแทนสิ่งที่บุคคลได้รับจากองค์กรแสดงออกในรูปของความจงรักภักดีของบุคคลที่มีต่อองค์กรหรือตอบแทนองค์กร เช่น การได้รับทุนการศึกษา การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี หรือได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงาน

รองลงมา คือ ด้านความต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยามีความเชื่อมั่นในความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ของวิทยาลัย มีแนวโน้มที่จะทำงานในวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้วิทยาลัยประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายและเป็นการกระทำที่สม่ำเสมอ วิทยาลัยนี้มีความมั่นคงและมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมากกว่าวิทยาลัยอื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Steers (1977, อ้างถึงใน วีระนนท์ กิจศิริสิน, 2559) ที่ได้กล่าวไว้ว่าความผูกพันองค์กร คือ ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร มีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกองค์กรคนอื่นๆ และเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อปฏิบัติภารกิจขององค์กร ความรู้สึกนี้จะต่างจากความผูกพันองค์กร อันเนื่องมาจากการเป็นสมาชิกขององค์กรโดยปกติตรงนี้พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสมย์สิรี มูลมองทิพย์ (2556) พบว่า ปัจจัยทีมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงานและปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงาน

ในขณะเดียวกัน ด้านความรู้สึก คือลำดับสุดท้ายของระดับความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา แต่ยังคงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะความรู้สึกของครูในวิทยาลัยมีความรู้สึกรัก เชื่อมั่นศรัทธาในเป้าหมายและผูกพันต่อวิทยาลัย มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวิทยาลัย มีความทุ่มเท แรงใจ แรงกาย การมีส่วนร่วมกับวิทยาลัย พร้อมที่จะทำงานอุทิศตนให้กับวิทยาลัยให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ไม่เคลือบแคลงใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาณิชญา มา

นิสสรณ์ (2558) กล่าวว่า ความรู้สึกภายในบุคคลจะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ยินดีที่จะเสียสละและทุ่มเทให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ

3. ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา

จากผลการวิเคราะห์พบว่าภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาโดยภาพรวม มีทั้งสิ้น 3 ด้าน ด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด 1) ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ รองลงมา 2) ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และด้านสุดท้ายคือ 3) ด้านบุคลากร ตามลำดับ จึงอาจกล่าวได้ว่าชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร เนื่องจากวิทยาลัยมีชื่อเสียงและเปิดการเรียนการสอนมานานหลายปี จนรู้จักอย่างกว้างขวางในสังคม ชุมชน ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลภายนอก จากงานด้านวิชาการและการบริการชุมชน ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและด้านการแข่งขันต่างๆ ของนักเรียนนักศึกษา มีความน่าเชื่อถือจากผู้ปกครอง วิทยาลัยมีสถาบันการศึกษาต่อทั้งภาครับและเอกชนหลายสถาบันทั้งภายในและภายนอกประเทศซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความผูกพันของครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาทำให้ครูมีความมั่นคง มีความรู้สึกในวิทยาลัย มีความรู้สึกรัก เชื่อมั่นศรัทธาในเป้าหมายและผูกพันต่อวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยธนวินท์ ทับสวัสดิ์ (2562) กล่าวว่า การที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์การ มีความเชื่อมัน ยอมรับเป้าหมาย และพร้อมสนับสนุนกิจการขององค์การ โดยแสดงออกด้วยการทุ่มเทพยายามทำงานให้แก่องค์การอย่างเต็มความรู้ ความสามารถ เพื่อประโยชน์ขององค์การ มีความจงรักภักดีต่อองค์การ ปรารถนาที่จะอยู่ปฏิบัติงานให้แก่องค์การต่อไปและมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การนั้น รองลงมา ด้านเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ซึ่งคาดการณ์ได้ว่า ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยามีความโดดเด่นของวิทยาลัยอย่างเห็นได้ชัดเจน ในด้านชื่อวิทยาลัย สัญลักษณ์วิทยาลัยสีประจำวิทยาลัย ด้านเครื่องแบบการแต่งกาย ด้านกิจกรรมพิธีการของวิทยาลัย ด้านรูปแบบการดำเนินการในด้านต่าง ๆ รวมถึงด้านวิสัยทัศน์พันธกิจ หลักสูตรของวิทยาลัย และมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานศึกษาอย่างชัดเจนทำให้ครูมีความตั้งใจที่เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร โดยมีการยอมรับในค่านิยมและวัตถุประสงค์และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จขององค์กรสอดคล้องกับวิจัย ดวิษา สังคหะ (2559) การที่บุคคลในสถานศึกษารับรู้ถึงสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามพื้นฐานความคิด และประสบการณ์เดิม โดยสภาพแวดล้อมของสถานศึกษาจะมีความเป็นเอกลักษณ์ หรือมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปและจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานในสถานศึกษารวมถึงผู้บริหารสถานศึกษาครูและบุคลากรมีความรัก ศรัทธา และมีความผูกพันตอสถานศึกษา

ในขณะที่ ด้านบุคลากร ที่เป็นภาพลักษณ์องค์กรตัวสุดท้ายที่ส่งผลต่อความผูกพัน แสดงให้เห็นว่า ครูวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยามองว่าภาพลักษณ์ของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะที่ดี มีมนุษย์สัมพันธ์และบุคลิกภาพและการวางตัวที่ดี สามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความสามารถ เป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ สามารถควบคุมอารณ์ได้ มีหัวใจของการบริการและได้รับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและด้านต่างๆ ได้รับความร่วมมือการให้กำลังใจ และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากเพื่อนร่วมงานที่ดีและพร้อมเสมอที่จะทำทุกอย่างให้วิทยาลัยมีความก้าวหน้าและมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัย ณฐพรรณ ชาญธัญกรรม

(2560) กล่าวว่า การที่บุคลากรมีความรู้สึกดีๆ ให้กับองค์กร มีความภาคภูมิใจและมีความต้องการอยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยมีความเต็มใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายมาอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

1. วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาควรให้ความสำคัญในการพัฒนาให้คุณครูเข้าใจในความโดดเด่นของวิทยาลัย ในด้านชื่อวิทยาลัย สัญลักษณ์วิทยาลัยสีประจำวิทยาลัย เครื่องแบบการแต่งกาย กิจกรรมพิธีการของวิทยาลัย รูปแบบการดำเนินการในด้านต่างๆ รวมถึง วิสัยทัศน์พันธกิจหลักสูตรของวิทยาลัย และมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาสถานศึกษาอย่างชัดเจนและจัดการภาพลักษณ์ของวิทยาลัย ให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น

2. วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยาควรมีการพัฒนาด้านบุคลากรเพื่อสร้างความรู้สึกของครูในวิทยาลัยมีความรู้สึกรัก และสนับสนุนครูให้เก่ง และมีความโดดเด่นเพื่อให้ครูเชื่อมั่นศรัทธาในเป้าหมายและผูกพันต่อวิทยาลัย มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวิทยาลัย มีความทุ่มเทแรงใจ แรงกาย การมีส่วนร่วมกับวิทยาลัย พร้อมที่จะทำงานอุทิศตนให้กับวิทยาลัยให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่

เอกสารอ้างอิง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564.

รุ่งโรจน์ อรรถานิทธิ์. (2554) *Employee Engagement การสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กร.* กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

โสมย์สิรี มูลมองทิพย์. (2556) *ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วาณิชญา มานิสสรณ์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการท างาน การรับรู้บรรยากาศองค์การกับความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานโดยมีความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวแปรสื่อ. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

พิมชนก ไทยทองฝูม. (2558) *แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์โรงเรียนอนุบาลรือเสาะ อำเภอรือเสาะ จังหวัดนาราธิวาส.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วีระนนท์ กิจศิริสิน. (2559) *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ล็อกซเล่ย์ไวร์เลส จำกัด (มหาชน). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.*

ดวิษา สังคหะ. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานศึกษาธิการภาค 1-13.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ปพณ ภัควรกาญจน์. (2559). *ภาพลักษณ์ของมหาลัยวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของนิสิตปริญญาตรี.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณฐพรรณ ชาญธัญกรรม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน).* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกริก.

ธนวินท์ ทับสวัสดิ์. (2562). *ความผูกพันต่อองค์การของเจ้าหน้าที่ศูนย์สนับสนุนและบริการอุปกรณ์ไปรษณีย์ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกริก.

วิศรุต เหล่ามาลา. (2561). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณิชานันทน์ ศิริกุลสถิต (2562) *ความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนวัดพระปฐมเจดีย์.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศรีสกุล งามบุญแถม, สมจิตร ล้วนจำเริญ และประพันธ์ วงศ์บางโพ. (2562). *อิทธิพลของคุณภาพความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย และคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของนักศึกษาบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. วารสารรามคำแหง, 2(2), 17-31.

วินยุทธ นุชคง. (2562) ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการตำรวจ จังหวัดสิงห์บุรี. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภัทรพล, พรหมมัญ. (2562) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ปาลิดา นิธิศวรดา. (2564) *ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความภักดีต่อองค์กรของครูฏิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการอยุธยา.* บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

นฤมล คาถา. (2564) *การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

Steers, (1977). *ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร.*

Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcome of organizational commitment. Administrative Science Quarterly, 22, 46-56