

## บทที่ 4

### ผลการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัด ภาพลักษณ์องค์กร และการทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบวัด ภาพลักษณ์องค์กร

การทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กรนั้น ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติสำหรับการตรวจสอบโครงสร้าง โดยการลดจำนวนตัวแปรลงให้เป็นจำนวนองค์ประกอบ หรือลักษณะร่วม วิธีการวิเคราะห์เช่นนี้จะช่วยให้คำบรรยายพฤติกรรมต่างๆ ง่ายขึ้น

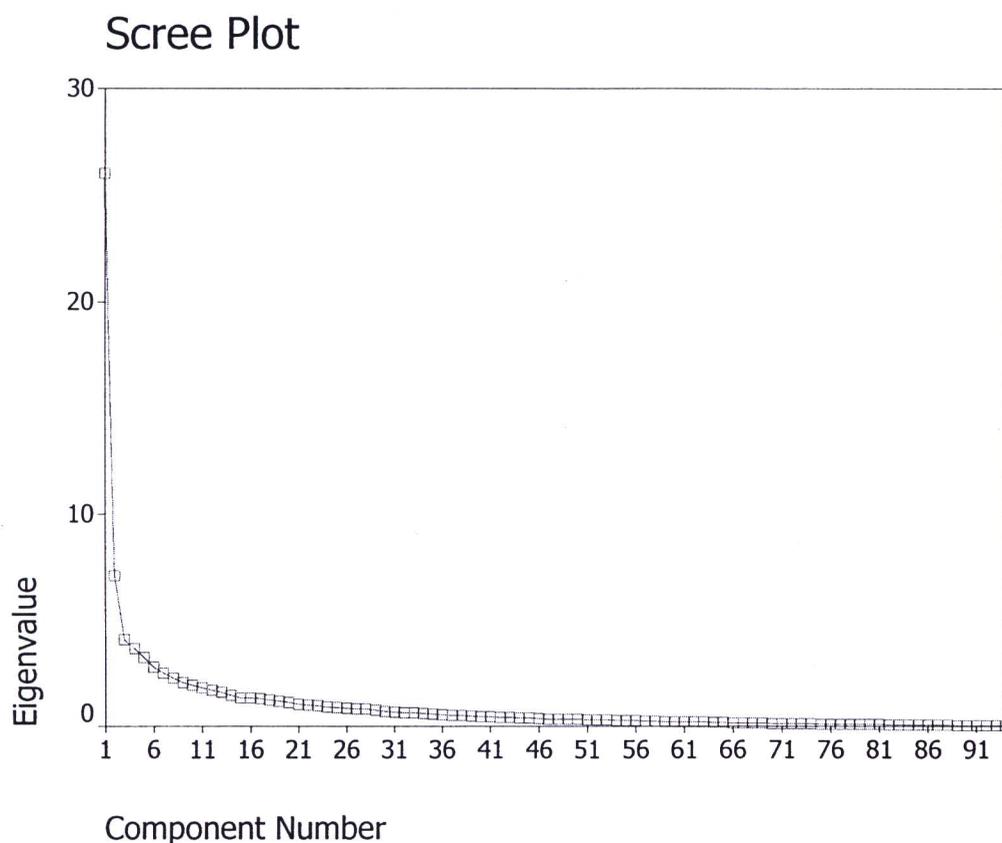
การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในครั้งนี้ใช้การแจกแบบสอบถามจำนวน 94 ข้อ ให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน จากหลากหลายทางด้านประเภทองค์กร ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์พบว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยค่า Bartlett's Test Sphericity มีค่าเท่ากับ 45858.86 มีค่าความน่าจะเป็น .000 ( $p = .000$ ) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี Kaiser-Meyer Olkin Measures of Sampling Adequacy ที่มีค่าเท่ากับ .819 ซึ่งพบว่ามีค่าเข้าใกล้ 1 นั้นหมายความว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเหมาะสมดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยใช้การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Component Analysis (PCA) ซึ่งเป็นวิธีที่มีวัตถุประสงค์ที่จะนำรายละเอียดของตัวแปรที่มีจำนวนตัวแปรหลายๆ มาไว้ในปัจจัยที่มีเพียงไม่กี่ปัจจัยโดยพิจารณาจากรายละเอียดทั้งหมดของตัวแปรแต่ละตัว และทำการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (Varimax Rotation) ซึ่งเป็นวิธีที่มุ่งไปที่ความแตกต่างของแต่ละองค์ประกอบเพื่อให้องค์ประกอบแตกต่างกันมากที่สุด โดยองค์ประกอบที่ผู้วิจัยจะนำมาพิจารณาจะเป็นองค์ประกอบที่มีค่าความแปรปรวนร่วม (Eigen Value) มากกว่า 1 ขึ้นไป (Field A.P.: 2005) ซึ่งพบว่ามียังองค์ประกอบทั้งหมด 21 องค์ประกอบที่มีค่าความแปรปรวนร่วมมากกว่า 1

ฟิลด์ แอนดี้ (Field A.P.: 2005) กล่าวว่าสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีตัวแปรมากกว่า 30 ตัวแปร หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นมากกว่า 250 ตัวอย่างควรนำ Scree Plot มาใช้ในการวิเคราะห์หาองค์ประกอบที่มีค่าความแปรปรวนที่มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน

แผนภาพที่ 1 แสดงจำนวนองค์ประกอบและค่าความแปรปรวนรวม (Eigen Value)



จากแผนภูมิที่ 1 จะเห็นว่าจำนวนองค์ประกอบที่มีค่าความแปรปรวนรวม (Eigen Value) มากกว่า 1 ขึ้นไปมีทั้งหมด 21 องค์ประกอบ เนื่องจากจำนวนของตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ นั้นมีจำนวนมากกว่า 30 ตัวแปร การพิจารณาแผนภาพ Scree Plot เพื่อหาจุดที่ไม่ต่อเนื่องจะทำให้ทราบว่าจำนวนองค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดที่ควรนำมาประมวลผลนั้นมีทั้งหมด 6 องค์ประกอบด้วยกัน

หลังจากที่ทราบว่าจำนวนองค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันแล้วขั้นตอนต่อไป จึงทำการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยการตั้งค่าองค์ประกอบไว้ที่ 6 องค์ประกอบ แล้วทำการประมวลผลใหม่อีกครั้ง โดยน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรแต่ละตัว (Factor Loading) จะต้อง

ค่ามากกว่า 0.40 (Field A.P.: 2005) และหากค่าตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใน 2 องค์ประกอบขึ้นไปให้เลือกค่าตัวแปรที่มีน้ำหนักมากกว่า

ภายหลังจากการวิเคราะห์องค์ประกอบและพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนของตัวแปรที่บรรยายในแต่ละองค์ประกอบตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว พบว่าข้อความที่สามารถนำมาใช้วัดภาพลักษณ์องค์กรที่นำมาให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความสำคัญนั้น ถูกจัดแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยทำการกำหนดชื่อขององค์ประกอบในแต่ละด้าน โดยพิจารณาจากลักษณะที่ตัวแปรในองค์ประกอบมุ่งชี้ร่วมกันเพื่อให้ได้ ชื่อองค์ประกอบเพียงชื่อเดียวสำหรับบ่งชี้ภาพลักษณ์องค์กรในด้านนั้นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะเสนอผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กรในแต่ละด้านในตารางที่ 4.1 – 4.7

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร

องค์ประกอบข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร	Eigen value
องค์ประกอบที่ 1 ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	14.323
องค์ประกอบที่ 2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	3.687
องค์ประกอบที่ 3 ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร	2.680
องค์ประกอบที่ 4 ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	2.266
องค์ประกอบที่ 5 ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ	2.045
องค์ประกอบที่ 6 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	1.690

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กรประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ด้านองค์กร มีค่าไอเกน 14.323 รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ และภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ซึ่งมีค่าไอเกนเท่ากับ 3.687, 2.680, 2.266, 2.045 และ 1.690 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 1: ภาพลักษณ์ด้านองค์กร

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 1: ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	น้ำหนัก องค์ประกอบ
1	45	องค์กรเป็นองค์กรที่ไม่มีความมั่นคง	0.727
2	60	องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	0.699
3	43	องค์กรมีระบบการบริหารงานที่ดี	0.624
4	58	องค์กรเป็นองค์กรที่มีขนาดความรับผิดชอบ	0.589
5	61	องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ	0.580
6	46	องค์กรเป็นองค์กรที่ล้ำสมัย	0.573
7	55	องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่	0.554
8	62	องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม	0.530
9	50	องค์กรมีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ	0.505
10	44	องค์กรมีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน	0.500
11	73	องค์กรมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้บริโภค	0.494
12	47	องค์กร ไม่ได้ เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ	0.489
13	49	องค์กรเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้	0.486
14	56	องค์กรมีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ	0.482
15	68	องค์กรบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย	0.470
16	67	องค์กรสามารถอำนวยความสะดวกในทุกเรื่อง	0.444
17	74	บุคคลภายนอกอยากจะเข้ามาทำงานที่องค์กรของท่าน	0.430
		<b>ร้อยละของความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ</b>	<b>11.014</b>

จากตารางที่ 4.2 องค์ประกอบที่ 1 ด้านภาพลักษณ์องค์กร ประกอบไปด้วยข้อความทั้งหมด 17 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับองค์กร ในด้าน ความมั่นคง ความประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กร การบริหารงาน และประสิทธิภาพขององค์กรในภาพรวม เป็นต้น

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 2: ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 2: ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	น้ำหนัก องค์ประกอบ
1	18	พนักงานขององค์กรประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	0.667
2	17	พนักงานขององค์กรทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	0.644
3	26	พนักงานขององค์กรมีความรับผิดชอบ	0.623
4	16	พนักงานขององค์กรขาดทักษะในการสื่อสาร	0.593
5	24	การแต่งกายของพนักงานขององค์กรไม่เหมาะสม	0.577
6	13	พนักงานขององค์กรมีบุคลิกภาพดี	0.542
7	21	พนักงานขององค์กรมีมนุษยสัมพันธ์ดี	0.540
8	28	ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน	0.434
9	22	พนักงานขององค์กรให้ข้อมูลตรงกับความต้องการ	0.421
		<b>ร้อยละของความแปรปรวนรวมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ</b>	<b>9.926</b>

จากตารางที่ 4.3 องค์ประกอบที่ 2 ด้านภาพลักษณ์พนักงาน ประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 9 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับพนักงานในด้าน การประพฤติตน การแต่งกาย ความสามารถในการทำงาน ความรับผิดชอบ และทักษะในการสื่อสาร เป็นต้น

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 3: ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 3: ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร	น้ำหนัก องค์ประกอบ
1	6	ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ความสามารถ	0.779
2	5	ผู้บริหารขององค์กรไม่เป็นที่ยอมรับนับถือ	0.747
3	9	ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์	0.693
4	2	ผู้บริหารขององค์กรมีบุคลิกภาพดี	0.590
5	10	ผู้บริหารขององค์กรเป็นคนซื่อสัตย์	0.520
6	1	ผู้บริหารขององค์กรมีความเป็นผู้นำ	0.520
7	12	ผู้บริหารขององค์กรทำธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา	0.408
		ร้อยละของความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ	9.079

จากตารางที่ 4.4 องค์ประกอบที่ 3 ด้านภาพลักษณ์ผู้บริหาร ประกอบไปด้วย ข้อความทั้งหมด 7 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้บริหารในความรู้ ความสามารถ การเป็นที่ยอมรับนับถือ วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และเรื่องบุคลิกภาพ เป็นต้น

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 4: ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อ

เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 4: ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	น้ำหนัก องค์ประกอบ
1	94	องค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ	0.690
2	86	องค์กรเป็นองค์กรที่ละเลยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม	0.616
3	90	องค์กรเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน	0.590
4	85	องค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการจ้างงาน	0.574
5	88	องค์กรเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของสถาบันการศึกษา	0.555
6	91	องค์กรเป็นองค์กรที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน	0.514
		ร้อยละของความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ	7.916

จากตารางที่ 4.5 องค์ประกอบที่ 4 ด้านภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วยข้อความทั้งหมด 6 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การที่องค์กรมีส่วนร่วมเพื่อช่วยสนับสนุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน การให้การความสำคัญต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม และการเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ เพื่อช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศมีการพัฒนา เป็นต้น

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 5: ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 5: ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ	น้ำหนักองค์ประกอบ
1	39	สินค้า/บริการขององค์กรสามารถให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้	0.717
2	31	สินค้า/บริการขององค์กรได้มาตรฐาน	0.673
3	35	สินค้า/บริการขององค์กรมีความหลากหลาย	0.659
4	42	สินค้า/บริการขององค์กรมีคุณภาพดี	0.640
5	36	สินค้า/บริการขององค์กรมีความคุ้มค่าด้านราคา	0.633
6	30	สินค้า/บริการขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการได้	0.581
		ร้อยละของความแปรปรวนรวมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ	7.915

จากตารางที่ 4.6 องค์ประกอบที่ 5 ด้านภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ ประกอบไปด้วยข้อความทั้งหมด 6 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับสินค้าและการบริการขององค์กรทั้งสิ้น โดยประเด็นส่วนใหญ่จะอยู่ที่ด้านคุณภาพของสินค้าและการบริการ ความหลากหลาย และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นต้น

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ 6: ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

ลำดับที่	ข้อความที่	องค์ประกอบที่ 6: ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	น้ำหนัก องค์ประกอบ
1	78	องค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว	0.625
2	76	องค์กรมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม	0.544
3	81	องค์กรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน	0.495
4	82	องค์กรมีระบบการดูแลความสะอาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ	0.465
5	75	องค์กรมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน	0.454
		ร้อยละของความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้จากองค์ประกอบ	6.486

จากตารางที่ 4. 7 องค์ประกอบที่ 6 ด้านภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ประกอบไปด้วยข้อความทั้งหมด 5 ข้อความ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ขององค์กร โดยประเด็นส่วนใหญ่จะเน้นอยู่ที่ ลักษณะการออกแบบอาคารสถานที่ การตกแต่งภายใน การรักษาความปลอดภัย ความสะอาด และอุปกรณ์ เครื่องใช้ในสำนักงาน

จากผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่าข้อความในการวัดภาพลักษณ์องค์กรแบ่งได้ เป็น 6 องค์ประกอบ 50 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

**องค์ประกอบที่ 1 ภาพลักษณ์ด้านองค์กร** ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 17 ข้อความ ดังนี้

- 1 องค์กรเป็นองค์กรที่ไม่มีความมั่นคง
- 2 องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
- 3 องค์กรมีระบบการบริหารงานที่ดี
- 4 องค์กรเป็นองค์กรที่มีขาดความรับผิดชอบ
- 5 องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ
- 6 องค์กรเป็นองค์กรที่ล้ำสมัย
- 7 องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่
- 8 องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม

- 9 องค์กรมีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ
- 10 องค์กรมีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน
- 11 องค์กรมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บริโภค
- 12 องค์กร ไม่ได้ เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ
- 13 องค์กรเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้
- 14 องค์กรมีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ
- 15 องค์กรบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย
- 16 องค์กรสามารถอำนวยความสะดวกในทุกเรื่อง
- 17 บุคคลภายนอกอยากจะทำมาทำงานที่องค์กรของท่าน

**องค์ประกอบที่ 2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน** ประกอบด้วยข้อความวัด  
ภาพลักษณ์ 9 ข้อความ ดังนี้

- 18 พนักงานขององค์กรประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 19 พนักงานขององค์กรทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ
- 20 พนักงานขององค์กรมีความรับผิดชอบ
- 21 พนักงานขององค์กรขาดทักษะในการสื่อสาร
- 22 การแต่งกายของพนักงานขององค์กรไม่เหมาะสม
- 23 พนักงานขององค์กรมีบุคลิกภาพดี
- 24 พนักงานขององค์กรมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- 25 ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน
- 26 พนักงานขององค์กรให้ข้อมูลตรงกับความต้องการ

**องค์ประกอบที่ 3 ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร** ประกอบด้วยข้อความวัด  
ภาพลักษณ์ 7 ข้อความ ดังนี้

- 27 ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ความสามารถ
- 28 ผู้บริหารขององค์กรไม่เป็นที่ยอมรับนับถือ
- 29 ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์
- 30 ผู้บริหารขององค์กรมีบุคลิกภาพดี
- 31 ผู้บริหารขององค์กรเป็นคนซื่อสัตย์
- 32 ผู้บริหารขององค์กรมีความเป็นผู้นำ
- 33 ผู้บริหารขององค์กรทำธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา

**องค์ประกอบที่ 4 ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม** ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 6 ข้อความ ดังนี้

- 34 องค์การเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ
- 35 องค์การเป็นองค์กรที่ละเลยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม
- 36 องค์การเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน
- 37 องค์การเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการจ้างงาน
- 38 องค์การเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของสถาบันการศึกษา
- 39 องค์การเป็นองค์กรที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน

**องค์ประกอบที่ 5 ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ** ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 6 ข้อความ ดังนี้

- 40 สินค้า/บริการขององค์กรสามารถให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้
- 41 สินค้า/บริการขององค์กรได้มาตรฐาน
- 42 สินค้า/บริการขององค์กรมีความหลากหลาย
- 43 สินค้า/บริการขององค์กรมีคุณภาพดี
- 44 สินค้า/บริการขององค์กรมีความคุ้มค่าด้านราคา
- 45 สินค้า/บริการขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการได้

**องค์ประกอบที่ 6 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่** ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 5 ข้อความ ดังนี้

- 46 องค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว
- 47 องค์กรมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม
- 48 องค์กรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน
- 49 องค์กรมีระบบการดูแลความสะอาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ
- 50 องค์กรมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน

หลังจากทำการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร และได้ องค์ประกอบของข้อความแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ รวมข้อความทั้งสิ้น 50 ข้อความแล้วนั้น ขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อความนั้นไปสร้างเป็นแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรชุดใหม่ โดยยึดตาม แบบของศุภลิน วนาเกษมสันต์ เพื่อทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบวัด ภาพลักษณ์องค์กร กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยคำนวณด้วยสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach เพื่อหาค่า Alpha ( $\alpha$ ) โดยมีสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$  คือ ค่าความเชื่อมั่น

K คือ จำนวนข้อ

$V_i$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ



ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach พบว่า ค่า  $\alpha$  ของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรมีค่าดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach

ภาพลักษณ์	ค่า Alpha ( $\alpha$ )
ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	.9287
ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	.9178
ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร	.9185
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม	.8318
ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ	.9686
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	.9000
แบบสอบถามทั้งหมด	.9808

ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรฉบับนี้มีความเที่ยงตรงอยู่ในระดับดี มาก หลังจากนั้นจะนำไปพัฒนาเป็นแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งจะรายงานผลในบทที่ 5 ต่อไป