

ผลกระทบของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Effects of Accounting Social Responsibility Effectiveness on Organizational Image of Local Government Organization in Northeastern

พิสมัย สารชาติ¹ อัครเดช ฉวีรักษ์² และขจิต ก้อนทอง³

Pissamai Sarachat¹ Aukkaradej Chaveerug² and Khajit Konthong³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้างานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 280 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี ด้านการบัญชีเพื่อความยั่งยืนยาวนาน และด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยควรนำข้อเสนอแนะไปใช้ในวางแผนและกำหนดนโยบายด้านบัญชีให้เกิดความเชื่อมั่นและยั่งยืนยาวนาน มีการการเปิดเผยข้อมูลด้านพนักงาน เพื่อแสดงข้อมูลของส่วนราชการอย่างโปร่งใส กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และควรส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กรได้เห็นความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี โดยการจัดประชุม สัมมนา หรืออบรม ให้พนักงานทุกคนได้รับทราบและเข้าใจเรื่องการบริหารบัญชีที่มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

คำสำคัญ : ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี, ภาพลักษณ์องค์กร, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

¹ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Master's Student of Accounting Program, Faculty of Accountancy and Management. Mahasarakham University

^{2,3} Lecturer., Faculty of Accountancy and Management. Mahasarakham University

Abstract

This study is aimed at the investigation of the effects of accounting social responsibility effectiveness on organizational image of local government organization in Northeastern Thailand. A questionnaire is used as the data collection instrument. The data was collected from 280 heads of financial departments of local government organizations. Multiple correlation analysis and multiple regression analysis are employed as the statistical techniques of the investigation. The results indicated that the accounting social responsibility effectiveness in the aspects of sustainability accounting and employee reporting positively correlated and affected organizational image. The results of this study are beneficial for planning and setting of accounting policy resulting in convictions and long lasting disclosure of employee activities to represent the transparency of the government organizations. The results are beneficial for strategic setting, in accordance with the continuous environmental changes. In addition, organization should promote the importance of accounting social responsibility to their employees for good perceptions and understanding to enhance the organizational image.

Keywords : accounting social responsibility effectiveness, organizational image, local government organization

บทนำ

ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจหันมาให้ความสำคัญกับแนวคิด วิธีการ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยจะต้องมีการปรับตัวและการปรับโครงสร้างการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพให้องค์กรสามารถต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (ดวงมณี โกมารทัต, 2547 : 67) ประกอบกับ รัฐบาลมีการกำชับให้หน่วยงานราชการต่างๆ ปฏิบัติหน้าที่และใช้อำนาจตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดในการดูแลการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน ตามทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยบูรณาการมิติการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพของชุมชนให้เกิดความสมดุลทั้งระบบแล้วยังต้องส่งเสริมให้เกิดกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและชุมชน เพื่อนำไปสู่การสนองความ

คาดหวังของชุมชนได้อย่างแท้จริง (พิพัฒน์ ยอดพฤติ, 2554 : เว็บไซต์) นอกจากนี้ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้จัดทำร่างกำหนดมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะประกาศใช้ในปี 2553 เพื่อให้บริษัท องค์กรหน่วยงาน และสถาบันทั่วโลก รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรเพิ่มความตระหนักและมีการกำหนดมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการเฉพาะภายใต้บริษัทสังคมไทยเพื่อเป็นมาตรฐานสากลร่วมกันในระดับนานาชาติ (สมชาย ศุภชาติ, 2552 : 9) ทำให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนจะต้องหันมาสนใจต่อความคาดหวังในด้านการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรที่ใกล้ชิดกับประชาชน เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Government Organization) เป็นหน่วยงานของ

ภาครัฐที่ให้บริการแก่ประชาชนดังกล่าว “ยึดมั่น
ธรรมาภิบาล บริการเพื่อประชาชน” ซึ่งเป็นการนำ
องค์กรในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมกรรมการดำเนิน
การที่มีจริยธรรมและผลการดำเนินการที่ดี รวมถึง
ระบบการกำกับดูแลตนเองที่ดีเกิดความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคม รวมทั้งการสนับสนุนชุมชน องค์กร
ปกครองท้องถิ่น เป็นส่วนราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่
ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่มีบทบาทภารกิจ
สำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนองค์กรโดยการ
พัฒนาและให้คำปรึกษา และการบริหารจัดการ เพื่อ
เกิดความเข้มแข็ง และมีศักยภาพในการให้บริการ
สาธารณะ โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic
Issues) ด้านการยกระดับขีดความสามารถของ
กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นให้มีสมรรถนะสูง
การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะและ
ระบบการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วน
ท้องถิ่นในการพัฒนาประเทศ และการสร้างและใช้
ภาคีเครือข่ายในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ
ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไปสู่เป้าหมายของ
หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (กรมส่งเสริม
การปกครองส่วนท้องถิ่น, 2554 : เว็บไซต์) ดังนั้น
การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถบริการ
ประชาชนได้อย่างทั่วถึงเป็นที่น่าพอใจของชุมชน
และสังคมได้นั้น สิ่งที่จะต้องเห็นและประเมินผล
ได้คือความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่นจะต้องยึดถือปฏิบัติต่อชุมชนและ
ประชาชนในเขตพื้นที่ที่ตนปกครอง

ความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี
(Accounting Social Responsibility) เป็นภาระ
ผูกพันขององค์กรที่มีต่อสังคมเพื่อทำให้เกิดผล
กระทบในทางบวกต่อผู้มีส่วนได้เสียให้มากที่สุด
โดยการแสดงข้อมูลทั้งที่เป็นตัวเลขทางการเงิน
และไม่ใช้ตัวเงินให้กับสังคมได้ถูกต้อง โปร่งใสการ
เสนอข้อมูลให้ฝ่ายบริหารเพื่อประโยชน์ต่อการ
วางแผนและปันส่วนทรัพยากรให้หน่วยงานอย่างมี
ประสิทธิภาพ (สลักจิต ดอนไสว, 2547 : 15) เพื่อก่อ
ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม โดย

เฉพาะอย่างยิ่งทำให้องค์กรเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์
สังคม ช่วยเหลือสังคมเพื่อสังคมนั้นคงอยู่ได้ อีกทั้ง
ยังเป็นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องกับองค์กรต่อไป (สุพานี สฤงษฎ์วานิช,
2544 : 37) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมทางการ
บัญชีเป็นการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูล
ที่ไม่ใช่ทางการเงิน ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูล
เชิงคุณภาพเกี่ยวกับกิจกรรมของกิจการ ประกอบ
ด้วย 1) งบมูลค่าเพิ่ม (Value Added State-
ment) 2) การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental
Accounting) 3) การบัญชีสำหรับความยั่งยืนยาวนาน
(Sustainability Accounting) และ 4) การเปิดเผย
ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน (Employee Reporting)
(นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันทเพชร,
2554 : 14-1 – 14-24) เพื่อเสนอข้อมูลที่องค์กรมี
ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการเปิดเผยข้อมูลทาง
บัญชีให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบ และยังเป็น
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป ดังนั้นองค์กร
ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีนั้นย่อม
ส่งผลให้ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น ซึ่งเป็นแนวคิด
ที่องค์กรต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญในการ
พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ
(พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2540 : 107-108)

ภาพลักษณ์องค์กร (Organizational
Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มี
ต่อหน่วยงานภาครัฐแห่งใดแห่งหนึ่ง (วิรัช ลภีรัตนกุล,
2546 : 77) ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ
ความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะ
ยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความ
เชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กร
นั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงานสามารถ
ทำให้หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ
ศรัทธา จากบุคคลที่เกี่ยวข้องและทำให้องค์กรนั้นๆ
มีความเจริญก้าวหน้าได้ (อมราพร ปะบุตร, 2551
: 2 ; อ้างอิงใน Jefkins, 1993 : 21-22) ภาพลักษณ์
องค์กรยังรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่
ประชาชนรู้จักเข้าใจและได้มีประสบการณ์ ในการ

สร้างภาพลักษณ์องค์กรส่วนหนึ่งที่ต้องก็สามารถทำได้ โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ขององค์กร (อมรพร ปวระบุตร, 2550 : 2; อ้างอิงใน Jenkins, 1993 : 21-22) เพื่อให้ปรากฏแก่สายตาได้ง่ายและเกิดความประทับใจ สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนับเป็นหน่วยงานที่ได้รับความสนใจจากประชาชน ที่จะต้องอาศัยความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริหารจัดการสังคมและชุมชนให้อยู่เย็นเป็นสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชื่อเสียง (Reputation) การสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance)

การสร้างความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) และการสร้างคุณภาพการบริหารงาน (Management Quality) (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 82) เพื่อสร้างมูลค่าให้องค์กรและสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรต่อไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาค

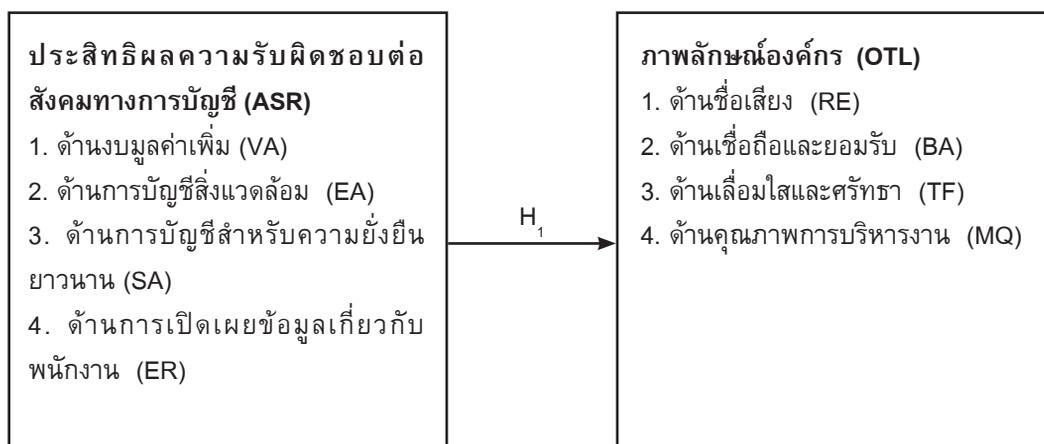
ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากหัวหน้างานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำมาปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการในด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี และภาพลักษณ์องค์กร



2.1 ประสิทธิภาพผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี (Accounting Social Responsibility Effectiveness)

ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี หมายถึง ภาวะผูกพันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อสังคมเพื่อทำให้เกิดผลกระทบในทางบวกต่อผู้มีส่วนได้เสียให้มากที่สุด โดยการแสดงข้อมูลทั้งที่เป็นตัวเลขทางการเงินและไม่ใช่ตัวเงินให้กับสังคมได้ถูกต้อง โปร่งใส การเสนอข้อมูลให้ฝ่ายบริหารเพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนและป็นส่วนทรัพยากรให้หน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพการควบคุมการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการดำเนินงาน (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันเพชร, 2554 : 14-1 – 14-24) ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 งบมูลค่าเพิ่ม (Value Added Statement) หมายถึง การมุ่งเน้นให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการนำส่งเงินรายได้ให้กับประเทศอย่างครบถ้วนและถูกต้องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลหมวดเงินรายได้แผ่นดินที่เรียกเก็บจากค่าธรรมเนียมและภาษีโรงเรือน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2 การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting) หมายถึง การมุ่งเน้นให้มีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างครบถ้วน การให้ความสำคัญกับการจัดทำรายจ่ายและ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสภาวะแวดล้อมในงบการเงิน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญในการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมและประมาณการค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งรวมถึงหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

2.1.3 การบัญชีเพื่อความยั่งยืนยาวนาน (Sustainability Accounting) หมายถึง การส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน

เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพและสูญเสียให้น้อยที่สุด มุ่งเน้นให้มีการรายงานทางการเงินเพื่อแสดงการใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ด้วยวิธีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมุ่งเน้นให้มีการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีอย่างครบถ้วน เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องต่อเนื่อง

2.1.4 การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน (Employee Reporting) หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานหรือการรายงานการจ้างงาน ขนาดและองค์ประกอบของแรงงานที่กิจการได้จากการทำงานของพนักงาน ผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับ

2.2 ภาพลักษณ์องค์กร (Organizational Image)

ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรนับตั้งแต่พฤติกรรมมองครกร การบริหารองค์กร การบริการและการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นผลรวมของการปฏิสัมพันธ์ของความเชื่อ ความคิด ความรู้สึก และความประทับใจของบุคคลที่มีต่อองค์กร (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 82) ประกอบด้วย

2.2.1 ชื่อเสียง (Reputation) หมายถึง ความดีงามขององค์กรหรือบุคคลที่สาธารณะรับรู้ เป็นภาพที่สาธารณะมองกลับไปยังองค์กร การดำเนินงานโดยสร้างชื่อเสียงให้อยู่ในความทรงจำและความประทับใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างต่อเนื่อง

2.2.2 ความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance) หมายถึง การให้ความไว้วางใจต่อองค์กรหนึ่ง ๆ ที่นำไปสู่การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและบริการของกิจการและตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบของสิ่งแวดล้อม

2.2.3 ความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) หมายถึง ความชื่นชอบในองค์กรที่เกิดจากความคิด ความรู้สึกภายใน

เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสะดวกได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการของกิจการโดยผ่านกระบวนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

2.2.4 คุณภาพการบริหารงาน (Management Quality) หมายถึง ผลการบริหารงานที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถตรวจสอบได้ทั้งจากภายในองค์กรและผู้ที่มีส่วนได้เสียต่อการบริหารองค์กรการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยนำมาใช้ทั้งในระบบการทำงานและในกระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพ จัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ดังนั้น หากองค์กรให้ความสำคัญต่อสังคมด้วยมีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะข้อมูลทางด้านบัญชีแล้ว ย่อมจะส่งผลให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจของผู้ที่เกี่ยวข้องได้

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร จึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย 1: ประสิทธิภาพความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ หัวหน้างานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2,967 คน (สำนักงานพัฒนาระบบรูปแบบและโครงสร้าง, 2554 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ หัวหน้างานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400

คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน และใช้วิธีการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้สุ่มตัวอย่างมาทั้งหมด จำนวน 400 คน ซึ่งได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 280 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 70 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001 : 1) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ต้องมีอัตราผลตอบแทนอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 72 วัน นับตั้งแต่วันที่ 25 สิงหาคม 2555 ถึง 5 พฤศจิกายน 2555

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ประสิทธิภาพความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี เป็นตัวแปรอิสระ จำนวน 18 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านงบประมาณค่าเพิ่ม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการนำส่งเงินรายได้ให้กับประเทศอย่างครบถ้วน ถูกต้อง การให้ความสำคัญกับการสนับสนุนความอยู่ดีกินดีให้กับชุมชน การสร้างและประกอบอาชีพของชุมชนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านการบัญชีสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสีย การจัดทำรายจ่ายและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสถานะแวดล้อมในงบการเงิน การประยุกต์ใช้แม่บทการบัญชีและมาตรฐานการบัญชีเพื่อนำมาปฏิบัติกับรายการและเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมในงบการเงิน 3) ด้านการบัญชีสำหรับความยั่งยืนยาวนาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา

เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมและใช้อย่างคุ้มค่า การใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ด้วยวิธีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีอย่างครบถ้วน และ 4) ด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการเปิดเผยเกี่ยวกับพนักงานหรือการรายงานการจ้างงาน การนำเสนอขนาดและองค์ประกอบของแรงงานที่องค์กรได้จากการดำเนินงานของพนักงาน การเปิดเผยข้อมูลเวลาการทำงานและเงินบำนาญการศึกษาและอบรมของพนักงาน เพื่อช่วยให้สามารถตรวจสอบได้

ภาพลักษณ์องค์กร เป็นตัวแปรตามจำนวน 17 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านชื่อเสียง จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์กร มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนช่วยให้พนักงานรับรู้และเข้าใจนโยบายการทำงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากชุมชน 2) ด้านเชื่อถือและยอมรับ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการชุมชนและสังคม การสร้างศักยภาพในการพัฒนาการนำเสนอบริการต่อสังคม การติดต่อสื่อสารกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ 3) ด้านความเลื่อมใสและศรัทธา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการร่วมมือกับชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง การดึงดูดในการช่วยเหลือชุมชนให้อยู่อย่างยั่งยืนและมีความสุข และ 4) ด้านคุณภาพการบริหารงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สร้างระบบการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการทำงาน จัดระบบการบริหารงานระหว่างองค์กรกับชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี จำแนกองค์กร มีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.5118 – 0.8726 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978 : 12) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้านโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7991 – 0.9290 และภาพลักษณ์องค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8746 – 0.9105 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552 : 90) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับดีมาก

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ OTL} = \beta_0 + \beta_1 \text{VA} + \beta_2 \text{EA} + \beta_3 \text{SA} + \beta_4 \text{ER} + e$$

ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี และภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

| ตัวแปร | OTL | VA | EA | SA | ER | VIF |
|-----------|------|--------|--------|--------|--------|-------|
| \bar{X} | 3.99 | 4.30 | 3.62 | 3.80 | 4.10 | |
| S.D. | 0.61 | 0.57 | 0.77 | 0.77 | 0.70 | |
| OTL | | 0.408* | 0.504* | 0.581* | 0.605* | |
| VA | | | 0.506* | 0.504* | 0.532 | 1.558 |
| EA | | | | 0.747* | 0.528* | 2.391 |
| SA | | | | | 0.627* | 2.747 |
| ER | | | | | | 1.842 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า VIF พบ

ว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี มีค่าตั้งแต่ 1.558 – 2.747 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

| ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี | ภาพลักษณ์องค์กร | | t | p-value |
|--------------------------------------------|----------------------|------------------------|-------|---------|
| | สัมประสิทธิ์การถดถอย | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | | |
| ค่าคงที่ (a) | 1.468 | 0.218 | 6.729 | 0.000* |
| ด้านงบประมาณค่าเพิ่ม (VA) | 0.030 | 0.060 | 0.498 | 0.619 |
| ด้านการบัญชีสิ่งแวดล้อม (EA) | 0.078 | 0.055 | 1.418 | 0.157 |
| ด้านการบัญชีเพื่อความยั่งยืนยาวนาน (SA) | 0.203 | 0.059 | 3.420 | 0.001* |
| ด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน (ER) | 0.328 | 0.053 | 6.139 | 0.000* |

F = 53.575 p = 0.000 AdjR²= 0.430

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ประสิทธิภาพผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี ด้านการบัญชีสำหรับความยั่งยืนยาวนาน และด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแรงจูงใจทางธุรกิจ เกิดจากการมองผลประโยชน์ทางธุรกิจในระยะยาว เมื่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เห็นความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชี มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบและนำไปใช้ในการตัดสินใจ มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานหรือการรายงานการจ้างงาน ขนาดและองค์ประกอบของแรงงานที่กิจการได้จากการทำงานของพนักงาน ผลประโยชน์ที่พนักงานได้รับ ข้อมูลชั่วโมงการทำงานระหว่างปีของพนักงาน ข้อมูลเงินบำนาญ การศึกษาและการอบรม รวมถึงต้นทุนด้านพนักงานต่อรายงานทางการเงินประจำปี รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลนั้นถือเป็นส่วนสำคัญต่อความโปร่งใส และเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งจะทำให้เกิดความเชื่อใจ มั่นใจในการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

ดังนั้น เมื่อให้ความสำคัญกับการบัญชีเปิดเผยและรายงานข้อมูลทางการเงินอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืนแล้ว ย่อมเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทั้งให้เกิดความโปร่งใสต่อประชาชนทั่วไป ถึงการบริหารจัดการองค์กรที่เน้นบริการประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 94) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีบทบาทสำคัญกับองค์กรซึ่งเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมองค์กรต่อสังคมภายนอก จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรทำให้เกิดการยอมรับจากสังคมการปฏิบัติขององค์กรจะต้องอยู่ภายในความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ ธนอินทร์ตระกูล (2552 : บทคัดย่อ) พบว่า การพัฒนาการบัญชีสิ่งแวดล้อม ด้านการรับรู้ค่าชดเชย และด้านการเปิดเผยข้อมูลและรายงาน

ต่อบุคคลภายนอก มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม ด้านชื่อเสียง ด้านความเชื่อถือและยอมรับ และด้านความเลื่อมใสและศรัทธา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมราพร ปะบุตร (2551 : บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลและการเงิน และความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันสูง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความประทับใจ ด้านความศรัทธา ด้านชื่อเสียง และด้านการมีบุคลากรที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ภาวะผู้นำ ความยุติธรรมในการทำงาน เป็นต้น เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ควรศึกษาตัวแปรภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวแปรอื่น เช่น ความสำเร็จขององค์กร คุณภาพรายงานทางการเงินบัญชี เป็นต้น เพื่อให้ทราบปัจจัยจากประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีมีผลต่อบ้างปัจจัยอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานต่อไป นอกจากนี้ ควรศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่หัวหน้างานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น หัวหน้างานคลังที่สังกัดหน่วยงานของรัฐในประเทศไทย หรือผู้บริหารของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่นแล้วนำมาเปรียบเทียบผลการวิจัยดังกล่าวต่อไป

2. ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยนี้ สามารถนำผลจากการศึกษาวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการเปิดเผยข้อมูลด้านพนักงาน เพื่อแสดงข้อมูลของส่วนราชการอย่างโปร่งใสและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงประจักษ์ต่อไป

นอกจากนี้ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กร ได้เห็นความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี โดยการจัดประชุม สัมมนา หรืออบรมให้พนักงานทุกคนได้รับทราบและเข้าใจเรื่องการบัญชีที่มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติและถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิผลความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี ด้านการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ยาวนาน และด้านการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยควรนำข้อเสนอแนะไปใช้ในวางแผนและกำหนดนโยบายด้านบัญชีให้เกิดความเชื่อมั่นและยั่งยืน ยาวนาน มีการเปิดเผยข้อมูลด้านพนักงาน เพื่อแสดงข้อมูลของส่วนราชการอย่างโปร่งใส ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กรได้เห็นความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี โดยการจัดประชุม สัมมนา หรืออบรมให้พนักงานทุกคนได้รับทราบและเข้าใจเรื่องการบัญชีที่มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2554). *ประวัติความเป็นมา*. ค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2554. จาก www.thailocaladmin.go.th/servlet/DLAServlet?visit=history.
- ดวงมณี โกมารทัต. (2547). *การบัญชีบริหาร*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ ธนอนันต์ตระกูล. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการบัญชีสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจกระดาษในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาพร ศรีจันทเพช. (2554). *ทฤษฎีการบัญชี*. กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพรส.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ปรายพริก.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติ. (2554). *จากองค์กรธุรกิจสู่องค์กรพลเมือง*. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2554. จาก <http://csrthailand.net/th/expert/detail/319>.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และชนวรรณ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สมชาย ศุภชาติดา. (2552). *เมื่อสิ้นไม่ทำอะไร! แล้วควรจัดการอย่างไรด้วย Lean accounting*. กรุงเทพฯ : อี ไอ แสควร์.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สลักจิต ดอนไสว. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยข้อมูลการบัญชี ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านทรัพยากรมนุษย์และด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและสินค้าอุตสาหกรรม*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนารูปแบบและโครงสร้าง. (2554) *สรุปข้อมูลจำนวน อปท. ทั่วประเทศ*. ค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2554. จาก <http://www.thailocaladmin.go.th/work/apt.jsp>.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2544). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมราพร ปวะบุตร. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจที่รับการส่งเสริมการลงทุน*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York : John Wiley & Sons.
- Back, H. J. (2006). *The Effects of Image Congruence on Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Lodging Industry*. Doctor's Thesis. New York : The Pennsylvania state University.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill Inc.