



รายงานสืบเนื่อง (Proceedings)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 และนานาชาติ ครั้งที่ 3

วิทยาการจัดการวิชาการ 2021

“ นวัตกรรมการวิจัยสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ”

The 10th National and the 3rd International Conference Management Sciences 2021

Innovation Management for Enhancing the Local Economy

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564

ณ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ระดับนานาชาติ

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.วาริพัฒน์ มงคลสมัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Eugenia Arazo, Ph.D.	มหาวิทยาลัยนเรศวร
Dr.GENEROSO GUDELIO P. PAJARILL	University of Northern Philippines
Dr.GILBERT P.VALDEZ JR.	University of Northern Philippines
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร วุฒชะพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จีรพงษ์ มหนิวงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เส็งพานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาภาญจน์ ปัทมดิลก	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กุลแก้ว คล้ายแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร.ธรรมรัตน์ จังศิริวัฒนา	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
อาจารย์ ดร.ชนิดา ยาระณะ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อาจารย์ ดร.ภักจิรา นักรบรแดง	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อาจารย์ ดร.ธัญทิพย์ คฤทยไธจีน	มหาวิทยาลัยพะเยา
อาจารย์ ดร.เอกรงค์ ปั้นพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร.ภัทรสิริ กุลเดชา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ ดร.วินยาภรณ์ พรหมณเฑาะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ ไอย์รัชชชา อมรพิพัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
อาจารย์ เกชา ดาดุเคล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์อรรถพล จรจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อาจารย์ธนพร บัวรอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องนำเสนอระดับนานาชาติ

Asst. Prof. Dr. Naphat Wuttaphan

Dr.Thamarat Jangsiriwattana

Dr. Eugenia A. Boa

Asst. Prof. Dr.Sudakran Patamadilok

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องนำเสนอระดับชาติ

รองศาสตราจารย์ ดร.อรกัญญา กันธะชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจิมขวัญ รัชชศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษติญา มูลศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณก นิลดำ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินไชย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิรญา จนาศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี นุสสิทธิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทิสินี ถิระธรรมสรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อุ้นปรีชาวนิชย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรม ไชยานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุมประดิษฐ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรพันธ์ หวาจ้อย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อธิกัญญา แพร่ต่วน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จากรุวรรณ ลิ้มปี่ไพบูลย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์ เจริญสุวรรณ

อาจารย์ ดร.วรารุช วัชรสรณ์

อาจารย์ ดร.รัฐ ใจรักษ์

อาจารย์ ดร.ปณิตทัต กัลยา

อาจารย์ ดร.เอนกวิณิต พรหมรักษา

อาจารย์ ดร.สุดารัตน์ แสงแก้ว

อาจารย์ ดร.พัชญ์ธนน ศิริกิจเสถียร

อาจารย์ ดร.ศุภานารี พิรส

อาจารย์ ดร.พลอยพรรณ สอนสุวิทย์

สารบัญ

	หน้า
International papers	
THE EFFECT OF CUSTOMER ORIENTATION ON CUSTOMER SATISFACTION AND PURCHASE INTENTION: A CASE STUDY OF AUTOMOBILE SERVICE IN INDIA Supa Malakar Sasithorn Suwandee Chairat Suriyapa Felicito Jabutay	1
THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE AND EMPLOYEE ENGAGEMENT ON NURSES' JOB SATISFACTION AND INTENTION TO STAY: A CASE STUDY OF A PUBLIC HOSPITAL IN THAILAND. Lilian Chinelo Uliem Sasithorn Suwandee Senee Suwandee Felicito Jabutay	11
Hermeneutics as an Influence on Ethical Behavior in Organizations: Strategy or Unethical? Naphat Wuttaphan Elias Jose Ruiz Borrego	24
Perspectives and Challenges of Green Hotel Operations in Thailand: A Case Study in Krabi Province Pornwajee Sangmanee and Sayamol Charoenratana	39
Cultural Tourism-Based Effective Logistic Management System in Lampang Municipality, Lampang Province Piranun Juntapoon Parnprae Chaoprayoon Udomraksasup Varaporn Duangsang and Chalermchai Panyadee	48
The Perception of COVID-19 on the Tourism and Hospitality Industry in Thailand Witsathit Somrak Jitthanan Metis and Rathirat Kheawmesuan	60
Drivers of firm performance in the digital age: Evidence from the disruptors Sompong Promsa-ad	73
THE DEVELOPMENT OF M-LEARNING MONITORING APPLICATION FOR HOME-SCHOOL INVOLVEMENT AT HIGH SCHOOL BASED ON CAMBODIA Bunrong Sok and Jongkol Janruang	83
A Relationship between Cash Flows and Firm Performance of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand. Laphatsawat Khlaisaeng Wasukarn Ngamchom Dararat Sukkaew	95
Social and Machine interactivity: The driving factors behind influence on Continuance intention purchase online Prasittichai Narakorn Tummatina Seesupan Khattiyada Chaiyo Generoso Gudelio P. Pajarillo	100
Government Expenditure of the Income Guarantee Program for Oil Palm Farmers in Thailand Somrak Choeyram	112
Customer Centricity of Government Savings Bank in Bangkok Wanwisa Thongkum Generoso Gudelio P. Pajarillo	126
EXPLORING THE PROTOTYPICAL MANAGEMENT STYLES AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION OF LEADERS IN THE CORDILLERA ADMINISTRATIVE REGION (CAR), PHILIPPINES ERNESTO CORDERO COLLO, JR.	135
Development of Flow Experience for Online Shopping Lasda Yawila Oranuch Suebboon Tummatina Seesupan Khattiyada Chaiyo GILBERT P.VALDEZ JR.	145
The 2020 Year in Review: Impact of Covid-19 on Aviation Industry in Thailand. Iratrachar Amornpipat	154

สารบัญ

	หน้า
How Is Facebook Influencing English Skills of Thai University Students?	161
Dr. Chon Neville, Patcharaphon Chomphuteep, Wanwisa Maya	
Guided Reading in the Classroom: Thai Students Thinking Critically	170
Dr. Chon Neville, Mr. Don Delgado	
How Instagram is Influencing the Social Learning of Thai Students	175
Dr. Chon Neville, Chanakan Posala , Nisakorn Rinsanthia	
Work and Study: University Students Working Towards Success	182
Dr. Chon Neville, Mr. Ringyaomi Phungshok Shimray	
Let Students Choose: Thai Students Learning Korean at International College in Thailand	186
Dr. Chon Neville, Ms. Euen Hee Lee	
Consumer behavior: An integrated review	191
Meta Ketkaew Arthittiya Shangjan	
A Confirmatory Factor Analysis of Employee Work Engagement: A Case Study of Thai Airways International Public Company Limited	200
Nisakorn Suwansingha Supachok Suthichoti	
Business Model Canvas Effecting to the Successful in Performance of Software Vendors Business in Thailand	206
Suvimon Punto Subramanian Muthuraman Tummatina Seesupan Prasittichai Narakorn	
 การนำเสนอแบบบรรยาย	
กลุ่มด้านบริหารธุรกิจทุกสาขา	
รูปแบบปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นพันธมิตรและปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย	215
สรียาภรณ์ ประเสริฐศรี และ ภูรดา ประเสริฐศรี	
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ทางอากาศของท่าอากาศยานเชียงใหม่	228
ปิยารัตน์ ศรีศักดิ์	
แนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแพร่	242
เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง,ภาศิริ เขตปิยรัตน์,กมลวรรณ มั่งคั่ง,สุกัญญา สุจาคำ, ชัชวาล ภาณุศุภนิรันดร์, ฐิติวรดา แสงสว่าง, นันทมนัส หอมเพียร, กรรณิการ์ ธรรมสร้างกูร	
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกกลับแลของผู้บริโภคในจังหวัดอุดรดิตถ์	253
สมเกียรติ จิระวงศ์เสถียร ¹ ศิริกานดา แหยมคง ² วิไลวรรณ ศรีหาตา ³ สยาม เจติยานนท์ ⁴	
การรวมกลุ่มและการส่งเสริมการตลาดกลุ่มผู้ปลูกกล้วยน้ำว้าอินทรีย์ บ้านน้ำไคร้ ตำบลบ้านด่านนาขาม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์	266
เบญจวรรณ สุจริต ชัชชัย สุจริต	
การศึกษาแนวโน้มการบริโภคเครื่องสำอางค์ที่มาจากแพโรบัสต้าชุมชนพรสภักดิ์เย็น	275
ชัยศักดิ์ คล้ายแดง	
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของบริษัท Louis Vuitton เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	283
พันธ์ทิพา คุณูปการ วรพิชชา มุณีนารถ ทศนีย์ คำนุกดิษฐ์ พิชญ์รัตน์ ทับทิมศรี ชนิกันต์ แสงประเสริฐ และ พรพิมล ข้าเพชร	

สารบัญ

	หน้า
Factors Influencing the Decision of Buying Crispy Banana with Tamarind Jam VIA E-Marketplace	294
รัชชา ผูกพยนต์ วศิน เหลี่ยมปรีชา	
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการช่างภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์	307
ณภาพัช แก้วกำพล พุดตาน พันธุ์เนตร	
ปัจจัยที่สำคัญต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ	321
ปัทมิตา เดชบุรัมย์ สมยศ อวเกียรติ สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล	
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าข้าวเหนียวเขี้ยววง อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย	334
จิรายุทธ กาบปัญญา สถาพร ฟองสมุทร สุรพงษ์ วงษ์ปาน	
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสับปะรดภูเก็ตแบบแห้ง จังหวัดเชียงราย	342
นพดล พรหมปัญญา สุรพงษ์ วงษ์ปาน	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ในจังหวัดเพชรบูรณ์	352
กัญญา สายสิงห์เทศ เจน จันทรสุภาเสนา พิเศษ ชัยดิเรก	
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	362
ปนัดดา สุวรรณสุข	
คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	375
ชุตติกาญจน์ ไจมา ศิริกานดา แหยมคง ภาคิรี เขตปิยรัตน์	
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี	385
สารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	
อมรรัตน์ บุญอยู่ ภาคิรี เขตปิยรัตน์ ศิริกานดา แหยมคง	
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	397
พัชรี พันธุ์แดงไทย อีราวัฒน์ ชมระกา วิสุทธิ์ สุขบำรุง	
การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อศักยภาพการชำระหนี้คืนของเกษตรกรสมาชิก สำนักงานกองทุนฟื้นฟูและพัฒนา	408
เกษตรกรจังหวัดอุดรดิตถ์	
คศนารงค์ จันทร์ศรี ศิริกานดา แหยมคง ภาคิรี เขตปิยรัตน์	
กลุ่มด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ/การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ	
การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บ้านด่านนาขาม	417
จังหวัดอุดรดิตถ์	
สิทธิพร พรอุดมทรัพย์ ศรีไพร สกกุลพันธ์ ปติวีรชดา แก้วนาคแนว	
การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการขยะรีไซเคิลในสถานศึกษา	426
ณัฐกรณ์ เคลือบแก้ว ธนาธิป ลิ้มข้มงคล ภาคิร ประวัฒน์โต ฉันทากร อินสอาด ผณินทร เสือแพร	
ธิดารัตน์ วุฒิศรีเสถียรกุล	
การตลาดออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดน่าน	434
ศรีไพร สกกุลพันธ์ สีนีนาง วิกรมประสิทธิ์ วิศรดา ดวงตาน้อย สุพรรณษา จิตต์มัน	
การพัฒนากระบวนการฐานข้อมูลเพื่อการสั่งซื้อสินค้าและสะสมแต้มด้วยไลน์บอท	448
ชัยกรณ์ ปัญจวรรณ ธนดล ไหมศรีทอง อนุชาติ ศรีแก้ว ปรีชาพล บุญส่ง	
การพัฒนากระบวนการเว็บแอปพลิเคชันบันทึกรายรับ-รายจ่าย ร้าน Rika Taiyaki (สาขามน.)	457
ลลิตา บัวบุญ นวิศติกาญจน์ สันทพ สุชีรา พันธุ์พรม ผณินทร เสือแพร ปรีชาพล บุญส่ง	
การพัฒนากระบวนการจัดการสต็อกกล้วยตากแม่สุ่มันท์	467
ดวงกมล แซ่โจ้ว ศิริวรรณ อุบวงษา โสรญา ยงท้วม พัชย์ธนัน ศิริกิจเสถียร ปรีชาพล บุญส่ง	

สารบัญ

	หน้า
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลพี่น้องสายรหัส	477
ยุวลักษณ์ แฉงแหยม สุนิสา ทองคำ ณิชกรณ นงนุช ชลาสัย มิไพฑูย์ ปรีชาพล บุญส่ง	
การใช้เทคนิคการคัดเลือกคุณลักษณะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแบบจำลองเพื่อการพยากรณ์ผลการสอบการรู้	488
ดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	
ชยภัทร พุ่มจันทร์ ศุภชัย มุกดาสนิท พิเชษฐ์ ศิริรัตนไพศาลกุล	
การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันบนพื้นฐานแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา : อำเภอห้วยแถลง จังหวัด	501
นครราชสีมา	
เจนภพ สุขขุนทด จงกล จันทร์เรือง	
การพัฒนาระบบการจัดการขอฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้วยผลิตภัณฑ์กูเกิล และแจ้งเตือนผ่านไลน์แอปพลิเคชัน	512
สุทัศน์ มุกดาอ่อน ดาริกา คำมูล พีระพล วิรุณพันธ์ นที แป้นต่วน ปรีชาพล บุญส่ง	
การพัฒนาโปรแกรมระบบบริหารจัดการการสรรหาบุคคลกรณศึกษา บริษัท เอสบีอาร์ เมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย)	525
จำกัด	
ธนากร ลีมกุล และ นันทินี เอ็บอิม	
แอปพลิเคชันบริหารจัดการโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมสวนหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	536
ชญาทศ ทรัพย์จรรยา และชุตินา นิมนวล	
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลโรงสี: กรณีศึกษาโรงสีทรัพย์ถาวร	546
เอนกพงศ์ วงษ์ทองดี และ จันจิรา ดีเลิศ	
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลหอพัก กรณีศึกษา: หอพักบ้านสุรทัศน์	557
สุทธิดา ปลอดภัย และจันจิรา ดีเลิศ	
เว็บแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนการตลาดออนไลน์สินค้าโอท็อปหมู่ฝอยกรอบโกเนียร	568
อรสา เตตวิวัฒน์ และจงดี ศรีนพรัตน์วัฒน์	
ความพึงพอใจต่อการใช้เทคโนโลยีฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์	578
จักรพันธ์ ศรีสวัสดิ์ กัลยรัตน์ คำพรม สิทธิพร พรอดมทรัพย์ และสมเกียรติ ดอนทองแดง	
การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวการขยายของวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรผักเชียงดา อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ตาม	589
หลักการของระบบธุรกิจอัจฉริยะ	
กุสุมา สีดาเพ็ง	
กลุ่มด้านนิเทศศาสตร์	
การกำหนดบทบาทหน้าที่สื่อหนังสือภาษามือไทยของคนหูหนวก	601
ศุภณิชา จันทร์สอง	
ศึกษาและออกแบบอินโฟกราฟิกส์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน	615
พระบรมราชูปถัมภ์	
จุฑามาศ เถียรเวช	
การสื่อสารในการขับเคลื่อนพี่เลี้ยงงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดลำปาง	627
ชุตินิษฐ์ ปานคำ อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก	
การออกแบบลายกราฟิกส์ จากแรงบันดาลใจลายบนภาชนะดินเผาบ้านโป่งตะขบ จังหวัดสระบุรี	637
ธนัง ชาญกิจชัยโย	
กลุ่มด้านเศรษฐศาสตร์	
ต้นทุน ผลตอบแทนการผลิตโคเนื้อคุณภาพของสมาชิกสหกรณ์โคเนื้อคุณภาพติจังหวัดแพร่ จำกัด	646
นลินี คงสุบรรณ วันวสา วิโรจนารมย์ วิวัฒน์ พัฒนาวงศ์ จุฬากร ปานะถึก สุบรรณ ฝอยกลาง	
และ อานนท์ ปะเสระกั้ง	

สารบัญ

	หน้า
แนวทางบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญระดับพื้นที่ ตามแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก (Agri-Map) จังหวัดพิษณุโลก	657
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 2 (พิษณุโลก)	
การศึกษการผลิตและการตลาดกาแฟอาราบิก้าของวิสาหกิจชุมชน ผู้ปลูกกาแฟ จังหวัดน่าน	672
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 2 (พิษณุโลก)	
ปัจจัยที่มีผลต่อกำไรของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดสุพรรณบุรี	683
ปัญญาพร พึ่งเกียรติไพโรจน์ อนุคุณ ธรณินิติญาณ	
แนวทางพัฒนาการตลาดของร้านค้าโชห่วยแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี	695
จิรพล แสงสว่าง แก้วตา ผิวพรรณ และวศิน พรหมพิทักษ์กุล	
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมส่งเสริมสหกรณ์	703
อนวัฒน์ ธนเสนีวัฒน์ อรรถพล สืบพงศกร	
รูปแบบการทำเกษตรของเกษตรกรรุ่นใหม่หลังวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด 19 มนัสนยา นันทสาร พิมพิมล แก้วมณี เกศสุดา สิทธิสันติกุล วราภรณ์ นันทะเสน	717
กลุ่มด้านการจัดการท่องเที่ยวและบริการ	
สภาพและศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุจังหวัดแพร่	730
วรัญญา ธีรมย์	
ปัจจัยการเลือกที่พัก: ศึกษาจากความคิดเห็นนักท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ บุคกิ่งตอทคอม และเฟสบุ๊ก ชันไชน์ พาราไดซ์ รีสอร์ท ตำบลอ่างทอง อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	746
นภสร นุชสุ่ม นัฐชา อนุจี อนุพันธ์ ชัยนุวัฒนาพล จิระพงศ์ เรืองกุน วิทยา นามเสาร์	
อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์	753
ธีรภัทร ดีเอม	
การประยุกต์ใช้การจัดกลุ่มเชิงพื้นที่ตามความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก	766
กรณีศึกษา อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์	
สุภาวดี พบพิมาย* และ จงกล จันทรเรือง	
กลุ่มด้านสหวิทยาการ	
แนวโน้มการพัฒนาพลังงานลมเพื่อการผลิตพลังงานไฟฟ้าเข้าระบบ	779
จักรกฤษณ์ เคลือบัวง สวัสดิ์ ยุคะลิ่ง	
การยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศึกษาพื้นที่ : บ้านเนินตุม ตำบลเนินเพิ่ม อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก	784
ภาณุพงศ์ อัจจงค์ นพรัตน์ ก้าวัน นवलนภา หอมสิงทอง รัตนาภรณ์ แก้วเข้ม วสันต์ ปวนปันวงศ์	
การพัฒนาความเป็นเมืองกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ศึกษาพื้นที่เทศบาลนครพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก	793
ธนิตพงษ์ แก้วชูเชิด ธีระพงษ์ ดีเยี่ยม โสภณ จ้อยโหมต เสกสรร น้อยนวล วสันต์ ปวนปันวงศ์	
“เหยื่อ” การศึกษาผลกระทบของการถูกกลั่นแกล้งที่ส่งผลต่อบุคลิกภาพหรือความภาคภูมิใจในตัวเองของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	808
อนรรักษ์ จันทรรอด เสกข์ สอนปาน ปริญญา หวันเหลี่ยม ปฎิมาพร เคลือซอน	
การพัฒนาหลักสูตรเรื่อง อาหารถิ่นไทยวน ตำบลน้ำอ่าง จังหวัดอุดรธานี สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	817
อารยา ดาเกลี้ยง อุดม คำชาติ บุญมัน ธนาศุภวัฒน์	

สารบัญ

	หน้า
คนพิการและการเข้าถึงอารยสถาปัตย์ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	828
ฐิติยากรณ์ สถิตธรรมธร รติพงศ์ คงถึง ปริญญา หวันเหลี่ยม ปฐมพร สันติเมธี ปฎิมาพร เคลือซอน	
ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการจัดการนวัตกรรมการเกษตรของผู้ประกอบการโรกรมลำไย ในภาคเหนือและภาค	836
ตะวันออก	
รัชิกา สิวาลัย จตุรภัทร วาฤทธิ์ ไพศาล กาญจนวงศ์ และจักรพงษ์ พิมพ์พิมล	
การพัฒนาระบบบริหารจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมด้วยแนวคิดอัจฉริยคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	849
อีสาน นครราชสีมา	
นิกร ศรีนวล จงกล จันทรเรือง	
การนำเสนอแบบโปสเตอร์	
กลุ่มด้านการบัญชี การเงิน	
ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลคลังชั้น อำเภอบ้านด่านลานหอย	866
จังหวัดสุโขทัย	
ยพรัตน์ อิมพิทักษ์ ยุพรัตน์ จันทรแก้ว	
การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกผักสวนครัวปลอดสารพิษในฟาร์มชุมชนบ้านไม้งาม	874
น้ำฝน คงสกุล สรินยา สุภัทรานนท์ เชษฐธิดา สมานไทย และทัตพิชา แสนพรม	
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนสำหรับการผลิตตะกร้าสาน ของกลุ่มหัตถกรรมของใช้ตะกร้า อำเภอบ้านตาก	884
จังหวัดตาก	
ยุพรัตน์ จันทรแก้ว และยพรัตน์ อิมพิทักษ์	
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชี สำหรับผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก	890
สินีนานา วงศ์เทียนชัย รุจาภา สุขใส	
ผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน และการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติจริง ที่มีต่อทักษะการ	898
เรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรายวิชาการบัญชีเพื่อการจัดการ เรื่อง การใช้ต้นทุนในการตัดสินใจระยะ	
สั้น ของนักศึกษาโปรแกรมการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	
วรรณวนัช ด่อนคร้าม	
การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนบ้านวังหันน้ำดิ่ง ตำบลวังแฉม	909
อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร	
วรรณวนัช ด่อนคร้าม พัชรภรณ์ อารีเอื้อ	
การวิเคราะห์ทางการเงินของบริษัททิปโก้ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	916
ธานินทร์ ไชยเชษฐ์ พรสวรรค์ ทัตใจดี แพรวพรรณ ป้ายเมือง	
การเตรียมความพร้อมของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการเมื่อเผชิญกับสภาวะวิกฤตอุดมศึกษา	926
สุวชัย พิทักษ์ทิม พิชา วิสิทธิ์พานิช	
กลุ่มด้านบริหารธุรกิจทุกสาขา	
ศึกษากลยุทธ์การตลาดตราสินค้าของสโมสรฟุตบอลของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในเขตมื่นบุรี	943
กรุงเทพมหานคร	
กิตติคุณ แสงนิล อุษา ศรีไชยา และ ณิชฐาพร อะวิลัย	
ศักยภาพการแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลตำบลไม้งาม อำเภอเมือง จังหวัดตาก	959
ณิชชียา ไม้ฟู วรรณิการ์ ฤทธิ์ขุน	

สารบัญ

	หน้า
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล : กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง	972
ปิยะพร เสมาทอง นาวาลักษณ์ เอื้อพิชญานนท์	
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนักทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในจังหวัดพิษณุโลก	987
รักษ์สุดา สมัครเขตการ อนิรุทธ์ อัสวสกุลศร	
ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานบริษัทผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก	1001
พีรภัทร จินโต ชนิดา ยาระณะ	
การศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อขนมเพื่อสุขภาพ (healthy snack food) ผ่านช่องทางการถ่ายทอดสด (live stream) ที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือและการสื่อสาร ของผู้บริโภคจังหวัดพิษณุโลก	1016
อภิชญา ประสานสมบัติ ภาวิณี สตาร์เจล	
ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา อู่ซ่อมรถยนต์ในประเทศไทย	1032
อุกฤษ สุภากิจ ชนิดา ยาระณะ	
การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ หลังเปิดประชาคมอาเซียน	1043
กมลทิพย์ คำใจ	
การรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าผ่านคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรธุรกิจกับชุมชนของบริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ในจังหวัดเชียงราย	1052
สุภัคสร ยอดคำ สุธีรา อะทะวงษา	
กลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	1065
คาร์แคร์แบบครบวงจร ในเขตเทศบาลนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย	
อริป อ่อนน้อม พิรญา ชื่นวงศ์	
การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวางแผนกำไรของนักศึกษาที่ใช้การเรียนรู้โดยอิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม	1077
อนันธิตรา ดอนบันเทา	
ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเสี่ยงโชคของเยาวชนกลุ่มเสี่ยง	1082
ธนธรณ์ แจ่มไม้	
แนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพการผลิตน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มรายได้ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบางยายอัน	1090
อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท	
ปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์	
พฤติกรรมทางเลือกบริโภคหลังสถานการณ์ Covid -19 ภายใต้รูปแบบการใช้ชีวิตแบบใหม่ (New Normal)	1107
นวพร ประสมทอง	
การศึกษาผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมเกิดใหม่ ที่มีการเติบโตสูง (Startup) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562	1120
มนสิการ พงษ์พานิช กิตยรัตน์ จันทรหอม นิภา ชื่นทองมอญ	
การเตรียมความพร้อมก่อนวัยสูงอายุของเกษตรกรตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง	1136
พอใจ สิงหนตพร สุเทพ ทองคำ อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน บัณฑิต บุชบา	
การศึกษาการออกแบบความคิดการรู้จักแบรนด์ของผู้เข้าร่วมงานวิ่งมาราธอน	1142
วิจิตรา แซ่ตั้ง	

สารบัญ

	หน้า
การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโคฟอพันธ์ แม่พันธุ์ ต้นทุนต่ำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านปู่จ้อย ตำบลบ้านแลง อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง	1154
กาญจนา คุมา กาญจนา รัตนธีรวิเชียร สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนา และอวิศา ปินโซดาโอะ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์	1163
กรณิการ์ ศรีนาทะนันท์ พุดตาน พันธุณเธร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร เชียงราย	1175
พิสมัย ปัญญาพิพัฒน์สกุล สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท Cocoa Life จำกัด	1188
พีรญา ชื่นวงศ์ และจิรวัดน โขดอัสวะโกคิน คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขต อำเภอห่มเกล้าจังหวัดเพชรบูรณ์	1198
กวิณา ช่างนาถ ธารารัตน์ คำวัง และปิยะนุช พรหมประเสริฐ ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์	1212
จิรัชญา อินบัวทอง ณีฐฐวัฒน์ แซงภูเขียว คุณภาพการให้บริการของสถานบริการฟิตเนส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์	1224
นุจรินทร์ สิทธิฤทธิ ณีฐฐวัฒน์ แซงภูเขียว ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในประเทศไทย	1235
นภาวัฒน์ แรงงาน ณีฐฐวัฒน์ แซงภูเขียว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพผ่านสื่อดิจิทัลของผู้หญิงในจังหวัดเพชรบูรณ์	1247
เกษณีย์ ทองนิม ณีฐฐวัฒน์ แซงภูเขียว ณิชฐาพัชร วรพงศ์พัชร ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจท่องเที่ยวถนนคนเดินไท่หล่มอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์	1257
ยุวดี บัวพัน เจน จันทรสุภาเสน การบริหารจัดการขยะในครัวเรือนเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประชาชนในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1267
ภัทรินทร์ วัฒนวงษ์ แสงจิตต์ ไต้แสง พฤติกรรมการกลั่นแกล้งของ GEN Z ในจังหวัดพิษณุโลก	1276
สุนารี จันทรมณฑล สิ้นันทา เหล็กสิงห์ พิจิตรา นรากรณ์ อังคนา มีเกษ และณภัทร วุฒธะพันธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาพระราชทานจังหวัดพิษณุโลก	1288
จริยา เบ็ญจมาศ จิราภา ประดับศรี พันธิตา กาหลง ณีฐฐกมล สงวนสิน และณภัทร วุฒธะพันธ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซื้อสินค้าในธุรกิจแฟรนไชส์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	1302
จตุพร กองกันภัย เจนจิรา กองทอง เบญจวรรณ แสงบรรเจิดกุล สุนิทรรา ศิริ อาภัสรา สีปาน อารีรัตน์ อินตาโสภี กมลทิพย์ เดชะปรากรม พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือในห้องเรียนของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการจังหวัดพิษณุโลก	1310
มานิตา ชัยมงคล สุภานัน นาคสีตี ธัญญารัตน์ สุขชู จิรสุตตา มีพุ่ม ผลิดา น้อยพันธ์ วาทิน วิจารณกุล ศศิวิมล นวลขาว พงศกร ไม้กร่าง อรรวรรณ ไพโรจน์วุฒิพงศ์ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการ	1324
ดูแลผู้สูงอายุภาวะพึ่งพิง ในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก มาทิตา เศวตาธรรย์ ธิมมะทินนา ศรีสุพรรณ และประสิทธิ์ชัย นรากรณ์ การศึกษาการใช้บริการของร้านบุฟเฟ่ต์หมูกระทะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	1339
กุลสตรี สีदान้อย พรรณนิภา นาซอน พิมพนิภา ปันแก้ว วรณพร ศิริเมือง อภิขญา ฉัตรไชยศิริ พรไพลิน คำแก้ว และศุภานารี พิรส	

สารบัญ

	หน้า
พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจสมัครเรียนสถาบันกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	1348
กนกวรรณ กองรส ชลันดา แดงจ้อย เบญจลักษณ์ แผงแย้ม พนิดตา แก้วอัน พชรพร นิลนัย กิติภูมิ บุญรอด นายธีรชัย สายทน และจิระภา จันทร์บัว	
พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก	1355
ชญาชัช ไสธเรเจริญสินธุ์ ชุตติกาญจน์ พุ่มนุ้ม ประภัสสร ศรีธวัช ศุทธิณี บุญเพชร อภิญา คุ่มฉาย ชนาภัทร สายน้อย และวุฒิชัย สหัสเตโช	
ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านการตลาดออนไลน์ ในจังหวัดพิษณุโลก	1366
ฐิชากร แย้มสมพร ลัสดา ยาวิละ รัตนา สิทธิอ่วม	
กลุ่มด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ/การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ	
ระบบสารสนเทศร้านอาหารไทยเวียดนาม	1374
สุมิตรา วิลัยกุล และสิริพร อินทสนธิ์	
ระบบสารสนเทศร้านอะไหล่แต่งมอเตอร์ไซด์ (ธนวัตร เรสซิ่ง)	1386
เบญจพล ภาคสมบุรณ์ สิริพร อินทสนธิ์	
การพัฒนาาระบบจัดการร้านขายข้าวสาร กรณีศึกษา : ร้านสุขสมบุรณ์ จังหวัดอ่างทอง	1399
ชาลีสา แสนสุข อารมณ เอี่ยมประเสริฐ	
ระบบบริหารจัดการร้านเครื่องประดับ กรณีศึกษา ร้านเพชรธรรมา โอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1410
วันวิสาข์ ปรอดโปรง และนนทนิธิ์ เอ็บอิม	
แอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก	1421
ชัยณรงค์ อ่อนศรี และชุตติมา นิมนนวล	
ระบบฐานข้อมูลร้านขายเครื่องมือช่าง: กรณีศึกษาวิชัยการช่าง	1429
ภาณุ สิทธิคุณ และจันจิรา ดีเลิศ	
การพัฒนาาระบบเช็คสต็อกสินค้าร้านขายส่ง กรณีศึกษา หจก.ศิริธัญญาภรณ์	1441
เอกสิทธิ์ เลิศนุช ชนากานต์ กลางวงษ์ เกริกพล แก้วทุ่ง วงศธร ใจทน พิณรัตน์ นุชโพธิ์	
การพัฒนาต้นแบบตู้รับพัสดุแจ้งเตือนด้วยระบบเซ็นเซอร์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์	1450
ณฐนน โดสินฐาธ ธิญญา เมืองชานา สรวิชญ์ วงษานธิ์ พิณรัตน์ นุชโพธิ์ ขวัญชัย วัชรสุนทรภิก	
ระบบสารสนเทศร้านขายสกินแคร์ครีม	1456
ชรินทร์ สังก์ทอง และสวิตา อยู่สุขชี	
ระบบบริหารจัดการการเช่าสนามฟุตบอล กรณีศึกษา : City Arena Futsal	1468
พงค์ระพี มุอำหมัด และสิริพร อินทสนธิ์	
ระบบบริหารจัดการร้านฟิตเนส กรณีศึกษา : ร้านไปโอฟิตเนส	1479
ชัยยธร หวังเสริมวงศ์ และสวิตา อยู่สุขชี	
ระบบฐานข้อมูลการจองโต๊ะจีน: กรณีศึกษาศักดิ์ชายโภชนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1490
ญาดานันท์ กิจที่พึง จันจิรา ดีเลิศ	
การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันระบบจัดการโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมเยี่ยมรีสอร์ทออนไลน์	1500
จุฬาลักษณ์ มหาวัน พชรารวรรณ ชันแข็ง	
การพัฒนาาระบบสัญญาณกันขโมยด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งแจ้งเตือนภัยผ่านแอปพลิเคชันไลน์	1512
ศุภณัษ กลิ่งเพชร ศตวรรษ สุขประเสริฐ ธิรายุ สนมนาม พชญ์ธนนัน ศรีภิกจเสถียร ธิคาร์ตัน วุฒิศรีเสถียรกุล	

สารบัญ

	หน้า
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อม้ากลางสาตออร์แกนิก 100% ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุตรดิตถ์	1520
นพวรรณ คำผ่อง กนกวรรณ สังข์เอี้ยว นิลยา เกิดแก้ว คชาภรณ์ มณีกันท์ สิทธิชัย ม่วงเลี้ยง ศรีไพร สกุลพันธ์ และเพิ่มศักดิ์ พันธ์แดง	
การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดแพร่ โดยผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์	1530
อรอนงค์ วงษ์พิมพ์ ชนธิดา พวงปา พิจิตรา รอดทิม อมรรวรรณ บุญให้ ชญานี ศรีทิพย์ สิทธิพร พรอุดมทรัพย์ และเพิ่มศักดิ์ พันธ์แดง	
ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	1542
ทัศนพล ศรีสมบัติ อิทธิเนตร ดวงแก้ว ศุภกิต คล่องแคล่ว เขาวลิต วิรัชลาภ ภควัฒน์ แจ้งกรณ์ ประวันวิทย์ จิตมะโน กัลยรัตน์ คำพรม และสมเกียรติ ดอนทองแดง	
ปัจจัยความต้องการตลาดแรงงานของผู้ประกอบการ และผู้ใช้บัณฑิต ที่มีต่อนักศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	1552
สราวุฒน์ เมืองมูล นิภาวรรณ พันธุ์ศรี อรรถพล จินอยู่ อำนวย เจริญศักดิ์ชัยกุล อัยสวรรค์ มีดา ศุภเสกข์ เปล่งรัศมี กัลยรัตน์ คำพรม และจักรพันธ์ ศรีสวัสดิ์	
การศึกษากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP จังหวัดน่าน	1564
จันทิมา วุ่นกลัด สุภาพร บุตรศรีเพชร นราชัย ม่วงรักษ์ ภัทรวดี ไชยยะ อนงค์พร อินสอน ชุติวดี กาศอนันต์ ศรีไพร สกุลพันธ์ และเพิ่มศักดิ์ พันธ์แดง	
กลุ่มด้านนิเทศศาสตร์	
การศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดเหื่อไผ่ และแปรรูปบ้านกอรวก ตำบลจางเหนือ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง	1577
กนกพร เอกกะสินสกุล กิติวัฒน์ กิตติบุตร ภาคภูมิ พิซวงค์ และเบญจวรรณ เลาลลิต	
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	1587
ชนาธิป สุขเกษม สุทธิชน น้อยแสง เจตน์ บุญยะรัตน์ พีรพล จันทะมา เกียรติภูมิ แซ่อึ้ง เพ็ญฟ้า ชาวไทย วราภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	
การเผยแพร่และอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำกล้วยตาก ของกลุ่มแม่บ้าน อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก	1596
กฤษฏา สวัสดิ์ดีเรกศาล ชนาธิป เกษาพร อาภาภัทร ชูบุญ เสฏฐวุฒิ จูจันทร์ อนุพงศ์ ขัตติยะวงศ์ วราภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	
การศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มแม่บ้านสานตะกร้าจากเชือกปอปาน หมู่บ้านแก้ง อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก	1603
กาญจนา มากมา ทศนีวรรณ พาสี สุภาพร เกสร อักษรภาค มานูวงศ์ อมรรัตน์ บุญลาภ วราภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	
การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของประชาชนตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมของจังหวัดพิษณุโลก	1609
ชลิตา ทาสี นภาวรรณ ศรีแก้ว สุรัชณี อุดมกิจมงคล วงศธร หนูศักดิ์ วราภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	
การรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมในการป้องกันและควบคุมไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID - 19) ของนักศึกษาภาคปกติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	1619
ชลตรงค์ สังข์อยู่ ธีรเดช คำภูเมือง นคพล จงรักษ์ มหรรณพเชียว ประเสริฐ สุภชัย อ้นปาน วราภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	

สารบัญ

	หน้า
<p>พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย ดลลัดดา นาเกลือ กรกช ขุนทอง ธนัชชา กุณากุล ภูริชญา ทิพย์สันเทียะ สุกัญญา มั่งจิว วารภรณ์ จันทะศร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา</p>	1629
กลุ่มด้านการจัดการท่องเที่ยวและบริการ	
<p>แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคใต้ต่าง อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก สุวัจนกานดา พูลเอียด แจ่มใส จันทร์กลาง รัฐพล ภูมรินทร์พงศ์</p>	1637
<p>ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา นัทธพงศ์ ลัทธพิณันท์ ไพจิตรา ศรีวิเศษ และเฉลิม ชัยวัชรภรณ์</p>	1651
กลุ่มด้านสหวิทยาการ	
<p>การดำเนินงานโครงการจ้างงานประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การระบาดของเชื้อโรคติดต่อเชื้อไวรัส โคโรน่า 2019 ระยะที่ 2 กรณีศึกษา ตำบลดงเย็น อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โคภิดา บุญจำนงและจุฑามาส สุทธิปัญญา</p>	1637
<p>ศึกษากลยุทธ์การตลาดตราสินค้าของสโมสรฟุตบอลของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร กิตติคุณ แสงนิล อุษา ศรีไชยา และณัฐฐาพร อะวิลัย</p>	1669
<p>พฤติกรรมกรแสวงหาสารสนเทศ เพื่อจัดทำปัญหาพิเศษทางเคมี ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 สาขาวิชา เคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม กัญญารัตน์ ธูปทอง นพมาศ แก้วเหม รินรดา รินรส วัชรภาภา ขอบทอง สนทยา สาลี และเฉลิมพร ทองพูน</p>	1683
<p>แรงจูงใจในการเป็นจิตอาสา : กรณีศึกษาโครงการบิณฑบาตความทุกข์ เทศบาลตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ญาณินี โทด้วง พิรญา การะสิทธิ์ และอรรถพล รอดแก้ว</p>	1694
<p>กระบวนการเรียนรู้เข้าสู่อาชีพหมอนวดแผนไทย กรณีศึกษาลานสุขภาพริมแม่น้ำน่าน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เกสร สุขประเสริฐ ปาณิสสา พรานบุญ และ อรรถพล รอดแก้ว</p>	1701
<p>การพัฒนาหลักสูตรวิชาการวาดภาพเหมือนจริง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 งามจิต จันทร์เดช อุดม คำชาติ บุญมัน ธนาศุภวัฒน์</p>	1710
<p>การพัฒนาหลักสูตรวิชาการปลูกผักไรดินสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ศิริวิชญ์ เจือจาง อุดม คำชาติ และ พิชัย ใจกล้า</p>	1720
<p>การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือข่ายสถานศึกษาสี่เมืองสัมพันธ์ สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 2 จตุพร คงสุวรรณ</p>	1730
<p>การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและสมรรถภาพทางกาย เรื่อง การเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย โดยใช้ เทคนิคการสอนแบบ TGT ร่วมกับกิจกรรมการละเล่นพื้นบ้าน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พัชรียา จันทร์ดา</p>	1744
<p>การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่อง ทศนิยม โดยใช้รูปแบบการแก้ปัญหาของโพลยา ร่วมกับเทคนิคกลุ่มแข่งขัน(TGT) สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 พรทิพย์ ยอดบุตรดี</p>	1752

สารบัญ

	หน้า
การศึกษาถึงภาพลักษณ์ของห้องสมุดประชาชน "เฉลิมราชกุมารี" อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ในสายตาของผู้ใช้บริการ ธิดารัตน์ โฉมแดง วียะดา คุ่มบุงคล้าย และฟ้า วิไลชา	1761
การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น อุดรดิตถ์ เมืองท่าแห่งทิศเหนือ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ชนกนันท์ พุ่มไสว และอุดม คำชาติ	1769
การจัดการเรียนรู้การเป่าขลุ่ยเพียงออตามแนวคิดสมองเป็นฐาน(BBL)ร่วมกับคิวอาร์โค้ด สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดปลุกศรัทธา นพมาศ เดชกำจร	1780
การใช้บริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศจากระบบ OPAC ของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พลอยไพริน ต่ายฝอย มาริสา มีนามัย และนางพางา สุขโอสถ	1789
การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เรื่องผ้าปักอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ม้ง สำหรับเยาวชนบ้านดอนไพรวัลย์ อำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน ธิดารัตน์ อินตะกัน	1801
องค์กรแห่งความสุขในสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรังเขต 1 จิระภา สมัครพงษ์	1812
การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นต่อทรัพยากรระหว่างการใช้ตัวชี้วัดการจัดสรรทรัพยากรตามแนวคิดในปรัชญาทุนนิยมเสรี กับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สุโรจน์ ศุภศิริภิญโญ , ดร.ชัชชัย สุจริต, ดร.ธนเทพ สุดแสง	1825
ระบบรับสมัครนักเรียนออนไลน์ศูนย์การเรียนรู้นอกโรงเรียนตำบลวัดโบสถ์ สุนิศา จันทร์ตุม, เสาวลักษณ์ หอมหวาน, นุตประวีณ์ น้อยจัน, ปานขวัญ ฉิมไพล และปรีชาพล บุญส่ง	1841
การประมาณความต้องการหน้ากากอนามัย เมื่อเกิดวิกฤติมลพิษทางอากาศของประเทศไทย ณรงค์ศักดิ์ สมจรรย์ ปภาษา นัยวิริยะ และ พุดตาน พันธุ์เมธ	1852

THE EFFECT OF CUSTOMER ORIENTATION ON CUSTOMER SATISFACTION AND PURCHASE INTENTION: A CASE STUDY OF AUTOMOBILE SERVICE IN INDIA

Supa Malakar ^{1*}	Sasithorn Suwandee ²	Chairat Suriyapa ³	Felicito Jabutay ⁴
Graduate School	Marketing Department	Graduate School	Business School
Kasem Bundit University	Kasem Bundit University	Kasem Bundit University	Kasem Bundit University
Bangkok, Thailand	Bangkok, Thailand	Bangkok, Thailand	Bangkok, Thailand
supa.malakar98@gmail.com	* sasithorn.suw@kbu.ac.th	Chairat.sur@kbu.ac.th	felicito.jab@kbu.ac.th

ABSTRACT

The automobile has been the most booming in India for decades. Indian automobile industry spread globally, it has been an importance source of the country's economy. The purpose of this study is to explore customer orientation of a selected automobile company in India and also indicated the level of satisfaction that the customer perceives from the automobile services qualities. The current study extended customer orientation of service employee model (COSE) for automobile services. 384 questionnaires were collected online from customers of dealers of a selected automobile company in India. This study found that customer orientation are the key sources of customer satisfaction and the satisfied customer leads to repurchase the product from the service provider. This study confirmed the impact of customer orientation on customer satisfaction ($\beta = 0.787$), customer satisfaction on repurchases intention ($\beta = 0.673$) and customer orientation has positive impact on repurchase intention ($\beta = 0.806$). The current study found that the direct effect of customer orientation on repurchase intention ($\beta = 0.806$) is stronger than the direct effect on customer satisfaction ($\beta = 0.787$). Furthermore, the company should focus technical skill and ability to read and understand customer to achieve customer satisfaction while extending technical skill and ability to deliver service for enhancing repurchase intention.

Keyword: Customer Orientation, Customer Satisfaction, Repurchase intention, automobile industry

Introduction

India has prospered in technological fields, such as the automobile industry. Indian automobile industry spread globally, therefore; a lot of profit is coming from overseas. According to Jadhao & Kedar (2016), Indian auto industry is one of the largest automobile industries in the world while gross domestic product (GDP) increase by 7.1 percent in fiscal year 2014-15. The automobile industry is influence by the two-wheeler segment, which is over 76 percent of total vehicles manufactured in India. Sinha (2017). The automobile dealers offer service includes speed-O-service, online service, door step service (DSS), 24x7 road side assistance, and quick repair.

Consumer orientation is key to achieve business goals in automobile industry. Consumer orientation emphasizes on understanding consumers' real needs and satisfying them better than competitors. Customer orientation has a direct impact on the company and salesperson performance. A company market has two primary dimensions one is customer orientation which is focused on the needs and wants of the customers, and another one is competitive orientation, which emphasizes a focus on competitive threats (Cross et al., 2007).

According to Wang & Chen (2012), individual has emotions while customer satisfaction impact on customer emotions. Therefore, emotions can be positive or negative. Positive emotions make customer pleasure

and lead repurchase intention while negative emotions mean negative feeling which may lead customers to switch the organization. According to Kaura, (2013,) customer satisfaction indicated the firm ability to make a profit because customer satisfaction enhances customer loyalty as well as repurchase intention since loyal customer prone to make long term relationship which is beneficial for organization.

According to Hanzae et al., (2011) previous researches focus on examining the effect of service quality on customer satisfaction while limited research studied the role of customer orientation applying customer orientation of service employee model in automobile service. Therefore, this research aims to explore the effect of customer orientation on customer satisfaction and repurchase intention of the selected automobile company in India. This study also intend to indicate the level of customer orientation, customer satisfaction, and repurchase intention of the select company. This study contributes to extend customer orientation of service employee model (COSE) in automobile service. The current study provides empirical evidence of the effect of customer orientation of the after sales service on customer satisfaction and repurchase intention. This study also propose managerial implication to improve after sales service to improve customer outcome.

Literature review

Customer orientation

Hennig-Thurau (2004) proposed customer orientation of service employee (COSE). This model influences service firm success. COSE has four dimensions which are the impact on employee behavior for extending customer orientation way.

The four dimensions are 1) technical skill, 2) social skill, 3) motivation, 4) decision-making authority. Technical skills refer to technical knowledge that fulfills customer needs during the personal interaction process. Social skill focuses on the service employee's ability to take the customer's perspective during interactions, visible, emotion, and conative. Motivation refer to customers motivated by employee's positive behavior. The employee's self- perception of being able to behave in a customer-oriented way. The last dimension is self-perceived decision-making authority which emerges when employee perceived authority to decide on an issue that concerns customer interest and needs. This dimension enables employee-friendly behavior and competent the way into actual behavior (Hennig-Thurau, 2004)

In addition, Donovan et al. (2001) developed a customer orientation scale appropriate for the service industry. This scale, which was used in the current study consists of the following four facets: 1.) Pamper: need to the customer pamper, to make customers feel special; 2.) Read: need to read customer, understand customer desire; 3.) Deliver: need to deliver, the employee should deliver the performance in promise time, which make customer satisfy; 4.) Personal relationship: need for a personal relationship, employees get to connect with customers on a personal level.

Llonch & Lopez, (2015) suggested to apply 'fit' theory to study customer satisfaction in relation to customer orientation. 'Fit' theory defined, which employee is fit for the job. It also includes whether the employee is suitable for the organization environment. It focuses on finding the right person who can equivalent the goal between the organization and an individual which predicts the long-term relationship between customer orientation and outcomes. This would lead the firm to have a good relationship with the customer. Consequently, customer orientation would increase customer satisfaction.

Customer satisfaction

Oliver (1980, 1997) introduced disconfirmation of expectation paradigm. This paradigm is a customer satisfaction concept that measure how products or services provider meet customer expectations (Huang, 2015). Thus, customer expectation and ability of serve customer are essential in automobile service business.

According to Kopalle & Lehmann, (2001), previous authors assumed that expectation is based on information, such as advertisement. High expectation increase satisfaction level and lower expectations decrease satisfaction level. Decrease expectations might increase future satisfaction. For example, customer hopes to get an offer from automobile company but customer expects to be rejected. Consequently, the result will be potential satisfaction.

Repurchase intention

According to Miniard & Cohen, (1981), Fishbein introduced the model for the prediction and explanation of specific behaviors. This model has two major factors which are a personal or attitudinal and social or normative factors, which influences in attempting to explain the formation of behavioral intention. Thus, this would explain how antecedents enhance repurchase intention of automobile service.

Repurchase intention is an individual judgment of customer, while perceived product performance fulfill customer expectation, then customer feel satisfied and want to purchase the product again from a certain organization (Ariffin et al., 2016).

A recent study shown that customer satisfaction has a positive impact on repurchase intention (Balla et al., 2015). The study focus on automotive customers in Sudan. A total of 500 questionnaires were distributed randomly and the overall response rate was 63%. The finding of this research asserted that customer satisfaction has a significant positive relationship with repurchase intention (Balla et al., 2015). According to Nilsson et al., (2001) customer orientation has positive impact on customer satisfaction. The study focused on automotive companies, i.e. Maruti, Udyog, Hyundai Motor Ltd, Tata Motor Ltd. Data was collected from multiple respondents, i.e., executive's employees and customer. The finding of the research asserted that customer orientation has positive impact on customer satisfaction. Jyoti et al., (2012)

Hypotheses development

Customer orientation skill is very important for the organization and every employee needs customer orientation skill because there is high contact between employee and customer. As a result of the attitude of servicing, employee make a great influence on customer satisfaction (Li et al., 2019). Consistently, Customer orientation an important and positive predictor of service worker performance and it impacts customer satisfaction (Tseng, 2019). Therefore, this study proposed

Hypothesis 1: Customer orientation has a positive impact on customer satisfaction.

According to Hellier et al., (2003), customer satisfaction strongly has positive impact on repurchase intention. Customer satisfaction is a very important factor and it is the only one of the many variables that can influence repurchase intention. Satisfaction leads to increase repurchase and satisfaction positively associated with repurchase intention (Vigripat & Chan, 2007). Satisfaction is a positive affective reaction to an outcome of a prior experience. Satisfaction is antecedents of consumer repurchase intention therefore increase satisfaction would increases repurchase intention (Şahin et al., 2012). Therefore, this study proposed

Hypothesis 2: Customer satisfaction has a positive impact on repurchase intension.

In addition, according Kim and Ok (2010), they study on 299 respondents of full-service restaurants in a Midwestern state of the United States. They confirm that customer orientation has positive impact on repurchase intention. According to Jones et al., (2000) satisfaction is a judgment based on all previous experiences with organization because of customer orientation employees can understand customer real needs of customers.

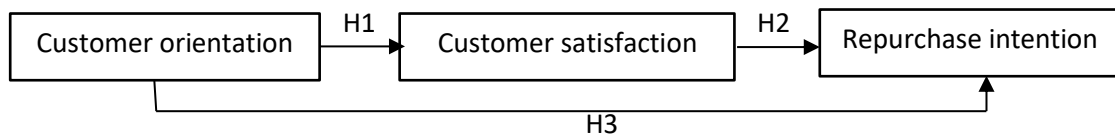
Conceptually, higher levels of core-service satisfaction reduce customer switching service behavior. Therefore, this study proposed.

Hypothesis 3: Customer orientation has a positive impact on repurchase intension.

Conceptual framework:

The study explores the effect of customer orientation on customer satisfaction and on repurchase intention. This study also examine the impact of customer satisfaction on repurchase intention.

Figure 1 Research Model



Methods

Subjects

This study randomly distributed 1,000 online questionnaires to the customers of the selected automobile company. The study collected the data from 384 respondents who are the customer of a selected automobile company in India. According to Cochran (1963) in determining the sample size unknown population number, the sample size of 384 with 95% level of precision should be adequate for the analysis. Among the total number of respondents, 58.6% of them are male and 41.4% of respondents are female. Most of respondents (50.5%) are between the ages of 31-45 years. Majority of them (55.2%) are the full-time employee. Similarly, most of them (53.9%) obtained master degree. Most of respondents (47.7%) earn INR 50,000-69,999 monthly. The majority of respondents (70.8%) have driving experience between 3 to 6 years. Among them, 95.3% of respondents has their own car. Likewise, most customers prefer mid-size cars (66.9%). Most of them (69.3%) has been owned the car for three to seven years. Most respondents (95.6%) intend to buy the same auto brand again. Most of respondents (60.7%) visit selected automobile service twice a year.

Table 1 : Sample characteristics

		Frequency	%			Frequency	%
Gender	Female	159	41	Vehicle Ownership	No	18	5
	Male	225	59		Yes	366	95
Age	18-25 Years Old	14	4	Auto Model	Economy/Compact	30	8
	26-30 Years Old	148	39		Mid-size car	257	67
	31-45 Years Old	194	51		SUV car/Vans	93	24
	45 Years Above	28	7		truck	4	1
Occupation	Business owner	111	29	Vehicle Ownership duration	< 3 years	96	25
	Full-time Employee	212	55		> 8 years	22	6
	Part-time Employee	29	8		3 - 7 years	266	69
	Retired Person	15	4	Repurchase	No	17	4
	Student	17	4		Yes	367	96

Table 1 : Sample characteristics (continue)

		Frequency	%			Frequency	%
Education	Graduate	207	54	Current	Ashoke Laylend	6	2
	< Undergraduate	8	2	Brand	Eicher Motors	2	1
					Hidustan Motor		
	Postgraduate	15	4		LTD	9	2
Undergraduate	154	40	Honda Motors		4	1	
Income					Mahindra &		
	>= 100,000 rs	2	1		Mahindra	5	1
	30,000 - 49,999 rs	132	34		Maruti Suzuki	3	1
	50,000 - 69,999 rs	183	48		Tata motor limited	355	92
	70,000 - 99,999 rs	29	8	Frequency of the dealer visit	once a year	139	36
< 30,000 rs	38	10	thrice a year or more		12	3	
Driving Experience	> 6 years	24	6		twice a year	233	61
	< 2 years	88	23				
	3 - 6 years	272	71				

Measurement items

The measurement items of four dimensions of customer orientation include 8 items For Pamper, The 2 measurement items were adopted from Donovan & Hocutt, (2001). “They make me feel so special”, “they give importance to my problem”.

For read customer’s needs, The 2 measurement items were adopted from Donovan & Hocutt, (2001) “they talk with me for understand my need”, “employee generally knows what I want before I ask”.

For deliver, The 2 measurement items were adopted from Donovan & Hocutt, (2001). “The service provider delivers the service on time”, “they feel us safe because they have confidence on their service”.

For personal relationship, The 2 measurement items were adopted from Donovan & Hocutt, (2001). “The service provider interacted with me personally”, “they know my name”.

This study also includes items from Hennig-Thurau (2004) that include four dimensions: technical skill, social skill, motivation, decision-making authority.

The measurement items of four dimensions of customer orientation of service employees (COSE) include 9 items.

For Technical skills, The 3 measurement items were adopted from Hennig-Thurau (2004). “Tata motors staffs have a high level of knowledge”, “Tata motors staffs are experts in their job”, and “Tata motors staffs are highly competent”.

For Social skills, The 2 measurement items were adopted from Hennig-Thurau (2004). “Tata motors staffs are able to consider their customers’ perspective”, and “Tata motors staffs know how to treat a customer well”.

For Motivation, The 2 measurement items were adopted from Hennig-Thurau (2004). “Tata motors staffs show strong commitment to their job” and “Tata motors staffs do their best to fulfill their customers’ needs”.

For Decision-making authority, The 2 measurement items were adopted from Hennig-Thurau (2004). “Tata motors staffs are allowed to decide autonomously in customer matters” and “Tata motors staffs have appropriate room for maneuver in solving customer problems”

For customer satisfaction, the four measurement items were adopted from Pizam & Ellis, (1999). The items are “I am satisfy on performance of quality and management system”, “I get the facility and service, which are Hours of operation, Employee appearance, and the helpful attitude of employees”, “I am satisfied with the service experience”.

For repurchase intention, the six measurement items were adopted from Dhanabalan et al. (2018). It includes, “The service provider delivery within the time”, “the service provider service our car as soon as possible and along with low price”, “the dealership give me pick up and drop service”, “the dealership is reliable for me because when I need help they give me responded quickly”, “ I would like to purchase the car from certain company”.

Validity and reliability test

Confirmation factor analysis was conducted to check validity. Revised model of confirmatory factor analysis has P-value of all items that are statically significant. Some of the items are removed from the original model for low loadings. GFI, ILI, and CFI has the value above 0.9 (GFI = 0.91, TLI=0.93, CFI=0.93) confirming model fit based on Hu and Bentler (1999). Meanwhile, RMSEA is 0.045 which is less than 0.08 confirming reasonable fit based on MacCullum, Browne, and Sugawara (1996).

Factor loadings of customer satisfaction are above 0.60 while those of customer orientation and repurchase intention are above 0.5. Except, one item of customer orientation and repurchase intention has 0.4 loading but still should be kept in the model. Hence, all three variables confirm validity Nunnally and Bernstein, (1994). The study found that all variables have sufficient convergent validity and reliability. In addition, the composite reliability and Cronbach’s alpha of variables exceeded 0.7, showing internal consistency for reliability. This study employed Cronbach’s Alpha to test the internal consistency of measurement items of each variable. All variables have Cronbach’s Alpha value above 0.7 which reflected that all variables have high internal consistency.

Table 2: Validity and reliability test

Variables	Loadings	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability	Number of Items
Customer orientation	0.41 - 0.64	0.886	0.887	17
Customer satisfaction	0.60 - 0.78	0.691	0.797	4
Repurchase intention	0.46 - 0.72	0.689	0.709	4

Findings

The findings of hypothesis 1 suggested that customer orientation has positive impact on customer satisfaction ($p = 0.000$, $\beta = 0.787$). This study also confirmed hypothesis 2 that customer satisfaction has positive impacts on repurchase intention ($p = 0.000$, $\beta = 0.673$). In addition, this study also confirmed hypothesis 3 that customer orientation has positive impact on repurchase intention ($p = 0.000$, $\beta = 0.806$). Thus, all three hypotheses are supported.

Table 3: Hypothesis 1 coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.786	.132		5.974	.000
1 Customer Orientation	.787	.038	.730	20.879	.000

a. dependent variable: Customer satisfaction

Table 4: Hypothesis 2 coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.145	.129		8.859	.000
1 Customer Satisfaction	.673	.037	.686	18.420	.000

a. dependent variable: Repurchase intention

Table 5: Hypothesis 3 coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.713	.122		5.841	.000
1 Customer Orientation	.806	.035	.763	23.063	.000

a. dependent variable: Repurchase intention

For the correlation analysis as shown in table 6, all dimensions of customer orientation are significantly correlated to customer satisfaction and repurchase intention. This study found that technical skill of customer orientation has the highest correlation with customer satisfaction and repurchase intention (0.607, 0.658) respectively compared to other dimensions of customer orientation. Meanwhile, pamper has the least correlation with customer satisfaction and repurchase intention (0.394, 0.403) compared to other dimensions of customer orientation

Table 6: Correlation among dimensions of customer orientation, customer satisfaction, and repurchase intention

	Pamper	Read	Deliver	Personal	Technical	Social	Motivation	Decision
Customer satisfaction	.394**	.579**	.544**	.492**	.607**	.539**	.504**	.419**
Repurchase intention	.403**	.577**	.616**	.550**	.658**	.576**	.536**	.509**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Discussion and Conclusion

This study explores the impact of customer orientation on customer satisfaction and repurchase intention as well as the impact on customer satisfaction on repurchase intention. This study confirmed the impact of customer orientation on customer satisfaction ($\beta = 0.787$). This finding is consistent with Tseng (2019) which suggested that trying to help the customers make purchase decisions that will satisfy customer needs. Customer orientation has significant effects on customers' satisfaction with the service worker, financial service worker etiquette could have a positive impact on customer satisfaction. Also, it is consistent with the finding of Li et al. (2019) In order to meet customer expectation, the attitude of service employees has a great influence on customer satisfaction, service delivery, and the needs of customers. Customer orientation also improve service quality of the company (Wang, et al, 2019)

Similarly, this study confirmed the impact of customer satisfaction on repurchases intention ($\beta = 0.673$). This finding is consistent with the research result of Hellier et al., (2003) which concluded that customer satisfaction with a service is a major factor. Because of customer satisfaction, customers return to the same service provider. Customer satisfaction is only one of the many variables that can impact customer repurchase intention. Also, it is consistent with the finding of Elbeltagi & Agag, (2016) found satisfaction and attitude to be major antecedents of customer repurchase intention.

In addition, this study found that customer orientation has positive impact on repurchase intention ($\beta = 0.806$). The finding is consistent with Kim & Ok (2010) that confirm the impact of customer orientation on repurchase intention. Furthermore, this study found that the direct effect of customer orientation on repurchase intention ($\beta = 0.806$) is stronger than the direct effect on customer satisfaction ($\beta = 0.787$). Thus, the company should develop strategy to retain current customer so that they will repurchase product or revisiting services of the automobile company. Meanwhile, the automobile company should strictly apply customer orientation concept to improve the business performance as it has very strong impact on customer satisfaction.

In addition, this study found that technical skill has the highest correlation with customer satisfaction and repurchase intention. Thus, the company should ensure that the service staffs are strongly knowledgeable about the automobile services and have high competent to serve the customers. In contrast, pamper has the least correlation with customer satisfaction and repurchase intention. Thus, the company should focus on other dimensions of customer orientation to improve customer outcome.

Managerial Implication

The automobile should continue to gives importance to customer problem, recognize customer want before ask as well as paying close attention the customers which makes the customer very special and customer feel like he or she is only one customer. So that the automobile can achieve a higher level of customer satisfaction. Furthermore, the company should train the staff to be an expert in automobile service to achieve a higher level of customer satisfaction. The automobile in India should also have focus on keeping securely customer personal information, improving waiting lounge, adequate transportation service (e.g. pickup, drop up, and free rental car). Therefore, the application of customer orientation would enhance customer satisfaction and repurchase intention which will lead to advancement of overall corporate performance.

Limitation and recommendations for future research

The current research focus on customer orientation of the after-sales service of a selected automobile company in India. The future research should include service quality and service recovery in the analysis so that

the study can identify the importance dimensions of service quality in automobile business. The study might adopt Auto SERVQUAL in the future research. Further research should also include brand relationship and brand commitment in the analysis.

Acknowledgment

I would like to express my deepest gratitude to Dr. Sasithorn Suwandee for her help and support in keeping my progress on schedule. Without their patient and kind assistance, I could not have accomplished my studies. At the same time, I also would like to express my huge respect to all the professors who have helped and supported me to complete my studies.

I would like to extend my thought to my friends for their assistance in distributing and collecting my questionnaires. Finally, I would like to thank my parents and brothers for their support and encouragement throughout my studies.

References

- Cross, M. E., Brashear, T. G., Rigdon, E. E., & Bellenger, D. N. (2007). Customer orientation and salesperson performance. *European Journal of Marketing*, 41(7-8), 821-835.
- Dhanabalan, T., Subha, K., Shanthi, R., & Sathish, A. (2018). Factors influencing consumers' car purchasing decision in Indian automobile industry. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 53-63.
- Donavan, D. T., & Hocutt, M. A. (2001). Customer evaluation of service employee's customer orientation: extension and application. *Journal of quality management*, 6(2), 293-306.
- Agag, I. E. G. (2016). E-retailing ethics and its impact on customer satisfaction and repurchase intention A cultural and commitment-trust theory perspective. *Internet Research*, 26(1), 288-310.
- Hennig-Thurau, T. (2004). Customer orientation of service employees: Its impact on customer satisfaction, commitment, and retention. *International journal of service industry management*, 15, 460-478.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European journal of marketing*, 37, 1762-1800.
- Huang, H. H. (2015). The probability model of expectation disconfirmation process. *Expert Journal of Marketing*, 3(1), 11-16.
- Jadhao, M. M. D., & Kedar, A. P. (2016). Service Quality Challenges in an Indian Automobile Service Industries. *Int. Journal of Engineering Research and Application*, 6(12), 39-43.
- Kim, W., & Ok, C. (2010). Customer orientation of service employees and rapport: Influences on service-outcome variables in full-service restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 34-55.
- Kaura, V. (2013). Service convenience, customer satisfaction, and customer loyalty: Study of Indian commercial banks. *Journal of Global Marketing*, 26(1), 18-27.
- Li, W., Pomegbe, W. W. K., Dogbe, C. S. K., & Novixoxo, J. Dela. (2019). Employees' customer orientation and customer satisfaction in the public utility sector. *African Journal of Economic and Management Studies*, vol. 10, issue 4, 408-423.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological methods*, 1(2), 130.

- Şahin, Ç., Akbulut, H. İ., & Çepni, S. (2012). Teaching of solid pressure with animation, analogy and worksheet to primary 8th students. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 1(1), 22-51.
- Tseng, L. M. (2019), "How customer orientation leads to customer satisfaction: Mediating mechanisms of service workers' etiquette and creativity", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 37 No. 1, pp. 210-225.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGrawhill. 19(3), 303-305.
- Vigripat, T., & Chan, P. (2007). An empirical investigation of the relationship between service quality, brand Image, trust, customer satisfaction, repurchase intention and recommendation to others. *Proceedings of the 9th International DSI Conference*, Bangkok, Thailand, July 11 - 15, 2007.
- Wang, Y., Suwandee, S., Suriyapa, C., Jabutay, F. "The impact of customer orientation, service quality, and organization reputation: A case study of a bank in China." *Proceedings of the 2nd International Conference on Tourism, Business, & Social Sciences (ICTBS 2020)*, March 2020, Bangkok, Thailand, pp. 56-64.
- Wang, X., & Chen, Y. H. (2012). Buying an automobile in China: How customer satisfaction is linked to perceived subjective well-being. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 40(1), 147-155.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). Switching barriers and repurchase intentions in services. *Journal of retailing*, 76(2), 259-274.
- Balla, B. E., Ibrahim, S. B., & Ali, A. H. (2015). The impact of relationship quality on repurchase intention towards the customers of automotive companies in Sudan. *British Journal of Marketing Studies*, 3(4), 1-15.
- Nilsson, L., Johnson, M. D., & Gustafsson, A. (2001). The impact of quality practices on customer satisfaction and business results: product versus service organizations. *Journal of quality management*, 6(1), 5-27.
- Jyoti, J., & Sharma, J. (2012). Impact of market orientation on business performance: Role of employee satisfaction and customer satisfaction. *Vision*, 16(4), 297-313.
- Hanzaee, K. H., & Mirvaisi, M. (2011). Customer orientation of service employees: a case study of Iranian Islamic banking (based on COSE model). *International Journal of Marketing Studies*, 3(4), 130.
- Llonch, J., & Lopez, P. (2015). Customer orientation and job satisfaction of service middle managers: A research on the directionality of the relationship and its boundary conditions. In *Marketing in transition: Scarcity, globalism, & sustainability* (pp. 332-336). Springer, Cham.
- Kopalle, P. K., & Lehmann, D. R. (2001). Strategic management of expectations: The role of disconfirmation sensitivity and perfectionism. *Journal of Marketing Research*, 38(3), 386-394.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. I. A. (2016). Factors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 391-396.
- Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 11 No. 7, pp. 326-339.

THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE AND EMPLOYEE ENGAGEMENT ON NURSES' JOB SATISFACTION AND INTENTION TO STAY: A CASE STUDY OF A PUBLIC HOSPITAL IN THAILAND.

Lilian Chinelo Uliem^{1*} Sasithorn Suwandee² Senee Suwandee³ Felicito Jabutay⁴
Kasem Bundit University¹ Kasem Bundit University²
godswillchinelo111@gmail.com^{*}

ABSTRACT

In recent years, the issue of shortage of nursing staff has become a great concern in the health sector of most countries including Thailand and measures to evade a sustained effect has been a global effort for the health of the populace and the economy as well. This may be as a result of migration, work-life imbalance, advancement in technology, turnover, ageing and retirement of workforce. The objectives of the research were to examine the impact of organizational justice and employee engagement on nurses' job satisfaction and intention to stay and provides suggestions to improve the hospital's overall performance through continuous evaluation of nurses (employees) perception of organizational operations. The study was conducted among nurses of a public Hospital in Thailand in October 2020 and a descriptive approach and quantitative methods were employed for collection and analysis of data. The data was collected via distribution of questionnaires and a total of 261 questionnaires were used for analysis. Data evaluation involved the use of descriptive analysis and linear regression was used to test hypotheses. The research findings showed positive significant relationships between organizational justice and job satisfaction (P-value < 0.05, β = 0.651), employee engagement and job satisfaction (P-value < 0.05, β = 0.558) and confirmed relationship between job satisfaction and intention to stay (P-value < 0.05, β = 0.248). The study based on the findings suggests that hospital management should occasionally evaluate nurses' perception of organizational behavior and given the platform for interaction, sharing their opinion on how to improve their work for all to benefit.

Keywords : organizational justice, employee engagement, job satisfaction, intention to stay, nurse, public hospital

Introduction

Human resources are key ingredients in every social system and very necessary in the delivery of health care (Joseph & Huber, 2015). Nurses form an integral part of the health care system and their efforts, engagement and commitment are needed to achieve the desired result. Therefore keeping a constant supply of nurses becomes paramount for achieving populations' health. Unfortunately, this has not been the case in recent years as there has been an overwhelming shortage of nurses globally and this has had an unpalatable effect on the health and wellbeing of the population (Sawaengdee et al., 2016). A report from the International Council of Nurses (2002) showed that nurses represents the largest percentage of health care professionals and take care of 80% of patients globally, this was also corroborated by WHO in their world health data platform - the global health observatory (GHO)- in the article it was observed that over 50% of the national health workforce comprised of nurses and midwives, more than 55% of the member states reported that the number of nursing and midwifery personnel were below 40 per 10,000 population while 23% of the member states reported below 10 personnel. Also data from the GHO for Thailand in 2018 reported that there were 27.59 nursing and midwifery personnel per 10,000 population as against 29.57 in 2017 (WHO Global Health Observatory, June 2020). Furthermore, the COVID-19 pandemic has really impacted on the health workers especially nurses, the International Council of Nurses

stated in their report in April 2020 that more than 100 nurses have died resulting from contracting the virus in their line of duty globally. Consequently there has been an increasing demand for health care in Thailand; as the economy of the country grows, the population is gradually moving to an aging society and will need highly experienced nurses (Sawaengdee, 2009). Howteerakul and Noree (2019) stated that one of the fundamental causes of shortage of nurses in Thailand is aging; out of 97,942 registered nurses, 63.4% were between 30 to 44 years and the average age of nurses rose from 30.5 years in 2000 to 37.8 years in 2005. Furthermore, excerpts from the Ministry of Public Health revealed that retirees snowballed from 803 in 2011 to 2,274 in 2015 and 17.6% were registered nurses; there was an approximate value of 87.8% increase in RNs retirement. (Howteerakul & Noree, 2019). This also corresponds with the study of Pagaiya et al. (2019) who found out from their forecast that in 2026 there will likely be profound shortage and dearth of nurses compared to other health professionals as the estimated supply was 180,992 while the actual demand will be about 186,901- 228,435 nurses. Another culprit to nursing shortage is turnover rate. The high turnover rate was discovered to be due to the demands of the job (high workloads), low job autonomy, substandard work condition, and insufficient organizational support. In Thailand, a survey showed that the turnover rate of nurses yearly amounts to 4.4% and was predicted to escalate to 15% in 2020 and about 30% of registered nurses are likely to leave the profession. (Howteerakul & Noree, 2019).

From the data revealed above it is mostly obvious that the nursing profession is facing an increase in ageing workforce, turnover from job and profession entirely and the dearth of younger registered nurses. From her findings, Sawaengdee (2009) found that of all of the reasons mentioned to quit nursing or change jobs, a higher percentage agreed that they do not want to do shift work. This corresponds with the study released by the European Union; Nurses' Early exit Study (NEXT Study) which found out that nurses quit their jobs because of the shift duties involved. The researcher focused on concepts of organizational behavior to explore the working conditions and reason for nurses staying or quitting their job.

Organizational justice

One of such concepts is organizational justice which is used to describe the function of fairness as it relates explicitly to the workplace (Al-Zu'bi, 2010). It helps explain why employees are outspoken or acts against inequitable outcomes or inappropriate procedures and interactions (Alsalem & Alhaiani, 2007). Employee's perceptions relate to three aspects of organizational justice: distributional justice, procedural justice, and interactional justice. Procedural justice refers to participants' (employees') perceptions about the fairness of the rules, measures and procedures that guides a process (Nabatchi et al., 2007), distributional justice refers to the perceived fairness of the outcomes that an employee gets from the organization. Outcomes may be discharged on the grounds of equality, need or performance and employees determine the fairness of this distributional through comparison with others (Alsalem & Alhaiani, 2007) and interactional justice, defined as the quality of interpersonal treatment received during the performance of organizational procedures (Bies & Moag, 1986). McAuliffe et al. (2010) studied on understanding job satisfaction amongst mid-level cadres in Malawi focusing on the contribution of organizational justice. The study analyzed how organizational justice impacted on the job satisfaction of mid-level health workers employed in 34 health centers in three districts of Malawi. Outcome of the study showed that perceived organizational justice strongly corresponds with level of job satisfaction, more especially the degree of information shared with them concerning changes and decision made in the health centers and promotion opportunities marked as remarkable factors to the employees' job satisfaction. It is therefore important that nurses are treated fairly in order to improve their satisfaction which increases

performance on the other hand poorly treated nurses are dissatisfied and this is evident in their attitudes as their productivity is affected as a response. Similarly, Li et al. (2020) confirmed that organizational justice has strong positive effect on perceived organizational support and perceived commitment among employee of road transportation company in China.

Employee engagement

On the other hand another important concept is employee engagement, it states that employee engagement is a sought-after state, it has an organizational purpose and implies involvement, commitment, fervor, drive, focused effort, and energy (Macey & Schneider, 2008). They went further to say that it is the willingness to contribute voluntarily and expend one's permissive effort to help the employer succeed. Dempsey and Reilly (2016) considered nurses' engagement as a degree of commitment to the organization where they work as well as their commitment to the profession ultimately. Primarily because nurses' engagement corresponds unequivocally with the quality of care, safety, and patient outcomes. As attested by the Press Ganey nurses' engagement survey, 15 nurses out of every 100 are reckoned to be disengaged thus leading to low productivity, high expenditures, and losses in revenue. Aside from these consequences of disengagement to the hospital management, nurses' retention rate is also affected; as disengaged nurses lack commitment and satisfaction for their job ultimately leading to turnover. (Dempsey & Reilly, 2016). Consistently, Hu et al. (2020) found that employee engagement has positive impact on employee commitment.

Job satisfaction

Also, (Spector as cited in Aziri B. 2011, p. 77) defined job satisfaction as the individuals feel about their job and its different facets. It involves the degree or level to which individuals like or dislike their job. Understanding job satisfaction helps to estimate employee behavior. Satisfied employees are unlikely to leave their employer, have lower rates of absenteeism and have higher productivity (Kosteas, 2011). A study carried out by Kalliath and Morris (2002) titled "job satisfaction among nurses: A predictor of burnout levels published in the journal of nursing administration". The study hypothesized that increased level of job satisfaction anticipates decreased level of burnout. Correspondents for the study includes nurses using the Maslach Burnout Inventory (MBI) to assess emotional exhaustion, depersonalization, and personal accomplishment while Katzell et al's job satisfaction scale was used to evaluate correspondent's response on job satisfaction. Results of the study depicted a remarkable direct adverse impact on emotional exhaustion. This means that the higher the degree of job satisfaction, the lower the degree of emotional exhaustion and burnout and vice versa. The path coefficient as well reveals a direct and indirect consequence of job satisfaction on burnout corroborating and validating the hypothesis. Job satisfaction is paramount as it improves job performance, increases productivity and efficiency. Satisfied nurses are less prone to negligence, it also increases self-worth, a sense of achievement as well as loyalty to the hospital. He/she is welcoming and cheerful to patients and other staff. (Kalliath & Morris, 2002).

Intention to stay

Lastly, Intention to stay is the probability, identified by themselves, of continuing as an employee in a certain organization. Closely related to this, are two other variables - the intention to leave and turnover. "Intention to leave is considered a calculated, planned and deliberate inclination to leave an organization within the near future' while turnover is the rotation of the number of employees (Ferreira et al., 2015). Effective retention lessens the need for recruitment but anticipates careful attention to all stages of the employee experience

(Ferreira et al., 2015). People need to feel that their contributions to the organization are valued and it is manifested in their intentions to stay or leave the organization. To keep employees they need to feel they are part of the organization. To reduce the problem about employees leaving, various relevant measures need to be taken as organizations are now competing for talent. The solutions to improve retention of employees includes competitive salaries, comprehensive benefits, incentive programs, and similar initiatives like treating them with respect and dignity are important to be implemented. Besides, pay and financial incentives there is also need to increase employees' commitment, and satisfaction (Johari et al., 2012).

Identifying the specific factors that influences the decision to stay may be extremely productive and beneficial for an organization and many theoretical models have been designed to try to explain these factors. Reasons related to selflessness, personal development, considerations for the community and self-esteem are deduced as important motivational factors associated with the intention to stay (Ferreira et al., 2015). A publication in the journal of nursing management by McCarthy et al. (2007) on “Intention to leave or stay in nursing” examined the reasons why nurses and midwives in the Republic of Ireland leave their jobs. According to the literature, they proposed that intention to leave or stay is the last step in the decisive process. Questionnaires were distributed at random to 352 registered nurses in 10 hospital of the country. Findings showed that a higher percentage (60%) of the correspondents which consisted of young female and college trained nurses showed an intention to leave their current positions citing kinship responsibilities and job satisfaction as the most statistically outstanding reasons. Citing that the outcome of turnover is disadvantageous to the hospital management because there is disruption in the flow of work as reduced number nurses turn out to shift, leading to work overload, stress, and burnout. Also the management incurs cost of recruiting qualified nurses to fill these vacant positions, time, and resources to train newly registered nurses/fresh graduates.

Dewanto and Wardhani (2018) gave reasons why nurses quit their jobs and the perception of hospital managers in this context. From their study, hospital managers perceived that nurses quit for the following reasons: personal reasons (36.11%), accepting employment offer from another organization (33.33%), their working condition (27.78%) and other reasons (2.78%). Also from the hospital managers' point of view, the repercussions for nurses' turnover includes- an interference in hospital services, disruption in staffing operations, it increases hospital expenditures and reduces revenue as recruitment and training new nurses impacts on the finances of the hospital, it interrupts the managerial process and also patients and other health workers feel the impacts of nurses' turnover. They also expressed difficulty in finding replacements. (Dewanto & Wardhani, 2018).

Theories

Social exchange theory - The theory posited that a form of exchange or relationship exists between parties who are mutually dependent on one another and they are required and obliged to show commitment to their agreement (Cropanzano & Mitchell, 2005). This relationship is such that exists between an employer and an employee and so necessitates that both parties treat themselves fairly for the relationship to be productive and goal oriented. The tenets of social exchange theory are that over the course of time, the relationship manifests trust, loyalty, and commitment between parties provided that they maintain the rules of the exchange (Cropanzano & Mitchell, 2005). The theory provides a framework for employee engagement and job satisfaction and explains why some employees are engaged while others are not.

Herzberg's motivation-hygiene theory - This is a two-dimensional theory that highlights factors affecting employees' attitude towards work. On one hand are the motivation factors - achievement, recognition, work itself, responsibility, advancement, and growth. These are intrinsic factors and facilitates job satisfaction and

employee engagement. (Robbins & Judge, 2019). On the other hand are hygiene factors which are company policies, supervision, relationships, work conditions, salary, security etc. These are extrinsic factors and brings about job dissatisfaction; this dimension provides a framework that explains organizational justice. (Robbins & Judge, 2019).

Organizational justice and job satisfaction

Previous studies have shown a correlation between organizational justice and job satisfaction. A study carried out by Al-Zu'bi (2010), examined the relationship between organizational justice encompassed by three components: (distributinal justice, procedural justice, and interactional justice) and job satisfaction in Jordan among employees from Electrical Industries Companies selected through a stratified random sampling method. The data was collected through the distributinal of questionnaires to 229 employees. The study findings show that there was a positive association that exist between organizational justice and job satisfaction, stating that employee job satisfaction depends upon the organizational justice of managers.

Consequently, a similar study was carried out by Elamin and Alomaim (2011) in Saudi Arabia, the study consisted of 793 employees both Saudi Arabians and foreigners who worked in different companies. Regression analysis of the data gotten showed that perceived organizational justice was positively significant to job satisfaction.

Another study published in Abasyn University Journal of Social Sciences carried out by Afridi and Baloch 2018 compared the effect of organizational justice and job satisfaction in public and private universities in Khyber Pakhtunkhwa in Pakistan. The respondents involved were 550 employees comprising of teaching and non-teaching staff of the said universities. Findings from the study showed that dimensions of organizational justice (procedural and distributinal justice) are positively and significantly associated with employees' job satisfaction. Based on these the current study proposed that organizational justice has a positive impact on job satisfaction. Hypothesis 1: Organizational justice has a positive impact on job satisfaction.

Employee engagement and job satisfaction

In the relationship that exist between employee engagement and job satisfaction, various studies have been conducted. As employee engagement is a necessity for employee productivity and performance. A study was conducted by Kamalanabhan et al. (2009) in India among IT professionals to explore how employee engagement impacts perceived job satisfaction in the Information Technology Industry. They developed a scale for both employee engagement and job satisfaction which was more aligned to the IT industry, a tryout study was conducted with these scales using 30 graduate students enrolled in a management program in an Indian institute. Utilizing a sample size of 159 for the main study, the investigation showed that employee engagement had a significant and positive correlation with job satisfaction.

Similarly, investigations carried out by Andrew and Sofian (2012) on 104 human resource officers working at the Inland Revenue Board of Malaysia with the objective of ascertaining the influence of individual factors of employee engagement on work outcomes. The interaction between employee engagement and job satisfaction was tested amongst other variables and the result validates that there is a significant effect between employee engagement and job satisfaction.

Furthermore investigation conducted by Biswas and Bhatnagar (2013) corroborates the two studies mentioned above. The authors assessed the mediating role of employee engagement between perceived organizational support (POS) and person-organization fit (P-O fit) as the antecedents while organizational commitment and job satisfaction as the consequences. 246 full-time employees working in organizations located in north-central India

were used as correspondents, survey questionnaires were distributed and findings showed that there was a significantly positive influence of employee engagement on job satisfaction.

Hence this study proposed that employee engagement has a positive impact on job satisfaction.

Hypothesis 2: Employee engagement has a positive impact on job satisfaction.

Job satisfaction and intention to stay

Abualrub and Alghamdi (2012) researched on the impact of leadership styles of nurse managers on Saudi nurses' job satisfaction and their intent to stay at work. The research utilized 308 nurses from three groups; nurses who were either holding a registered nursing license and practicing as a registered nurse or having at least 6 months of experience in their current job or working under the direct supervision of a nurse manager in a hospital setting. Findings showed that as the level of nurses' job satisfaction increased, the level of their intention to stay at work also increased, implying a positive influence between both variables.

Chen et al. (2016) conducted a research on how Organization-based self-esteem mediates the effects of social support and job satisfaction on intention to stay in nurses from a medical Centre in Taiwan. A total of 791 nurses were used for the study. A hypothesis of Job satisfaction positively correlates with the intention to stay in nurses was postulated among others; investigation and findings showed an acceptance of the hypothesis. Thus proving that there is a significant positive correlation between job satisfaction and intention to stay.

James and Mathew (2012) carried out a study on employee retention strategies in the IT sector in Bangalore, India. Respondents used for this study were 225 employees from 50 IT firms who were members of NASSCOM and also listed in the NSE. Convenience sampling method was adopted for data collection. And findings showed that job satisfaction significantly influenced intention to stay.

Hypothesis 3: Job satisfaction has a positive impact on intention to stay.

Methods

Research design - This is a descriptive and exploratory study that has employed quantitative methods of data collection and analysis. The aim of the study is to expand theory and practice knowledge in relation to factors that mitigate against job satisfaction and intention to stay using survey methods.

Population and sample - This study used the formula from Yamane (1967) to determine the sample size of a known population. The formula assumes a confident level of 95% and the degree of variability of 0.5 with population size of nurses in the selected public hospital given as 700, the sample size is 255 with 95% level of precision. The selected public hospital was based on number of nurses, proximity, and size of the hospital hence a provincial hospital.

Data collection and procedures - A total of 600 survey questionnaires were distributed to nurses of the selected public hospital in Thailand, convenience sampling method was used to recruit respondents, and 261 questionnaires were used for analysis after carefully sorting out respondents with incomplete information. The questions were in two parts, the first part contained demographic information like gender, age, marital status, educational qualification, and work-related information such as years of nursing experience, shift pattern most frequently worked etc. While the second part included measurement items of related variables which are organizational justice, employee engagement, job satisfaction and intention to stay. Inclusion criteria for data collection are nurses who are licensed (registered nurses) and working in the hospital.

All measurements were adapted from previous studies with necessary key words related to a hospital context.

All items for the variables- organizational justice, employee engagement, job satisfaction and Intention to stay-

were measured through a 5- point Likert- type scale that best describes their feelings – 1= strongly disagree; 2 = disagree; 3 = neutral; 4 = agree; 5 = strongly agree.

Organizational justice: There are three dimensions of organizational justice: procedural justice, distributinal justice and interactional justice used in this study.

Procedural justice: Six items developed by Niehoff and Moorman (1993) were adopted to measure procedural justice one of the items includes, ‘Job decisions are made by the supervisor is an unbiased manner’ etc.

Distributive justice: The variable was measured using a 5- item distributive justice scale developed by Niehoff and Moorman (1993). One of the item is: ‘My work schedule is fair’ etc.

Interactional justice: To measure interactional justice, a 9- item measurement was adopted from the work of Niehoff and Moorman (1993). One of the questions include: ‘When decisions are made about my job, the supervisor treats me with kindness and consideration’ etc.

Employee engagement: The variable was measured using a 6-item employee engagement scale developed by Simpson (2009). An item from the measurement items states that – ‘I am encouraged to look for ways to improve my work processes and productivity’ etc.

Job satisfaction: The variable job satisfaction was measured adapting the Brayfield and Rothe (1951) job satisfaction items, the items are 5 in number with the third and the fifth items were transformed to positive items (from the original reverse scale). One of which is – ‘At this very moment, I am enthusiastic about my work’ etc.

Intention to stay: The measurement for intention to stay was adopted from the McCain and McCloskey (1987) intention to stay scale. One of the items include – ‘I plan to keep working at the hospital for at least 2 or 3 years’ etc.

Data Analysis - Descriptive analysis was employed to analyze respondent demographic information. Descriptive analysis was also applied to explore mean of variable ratings. Multiple and simple linear regression were employed to test the hypotheses. Mean and standard deviation was also analyzed.

Validity and Reliability Test – According to table 1, the study found that organizational justice, employee engagement, job satisfaction, and intention to stay have sufficient convergent validity and reliability. The factor loadings from the table shows validity of items which ranged from 0.5- 0.7 (Hare et al., 2010). In addition, the composite reliability and Cronbach’s alpha was employed to test internal consistency of measurement items of each variable and this ranged between 0.5-0.8 (Nunnally, 1978), showing internal consistency for reliability. The loadings of all measurement items for each construct were above 0.5. The number of items from the table 1 is the measurement items from each construct that exhibited a relationship with the latent construct.

Table 1 Validity and reliability tests

	Loadings	Cronbach alpha	Composite Reliability	Number of items
Organizational justice	0.470-0.566	0.828	0.812	13
Employee engagement	0.506-0.704	0.606	0.650	4
Job satisfaction	0.472-0.700	0.592	0.561	3
Intention to stay	0.531-0.607	0.514	0.635	3

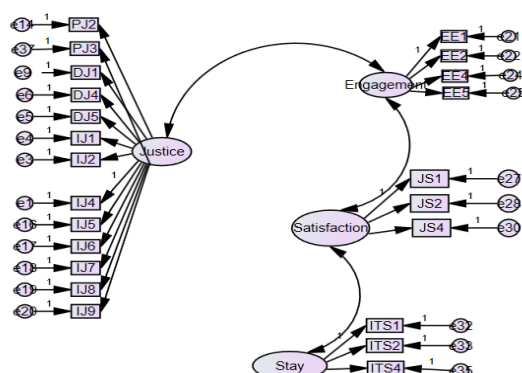


Figure 1 CFA model

The confirmatory factor analysis is a statistical method used to test the hypothesis or measures of a construct to ascertain its consistency with the underlying latent construct. The CFA measured all 36 measurement items of organizational justice, employee engagement, job satisfaction and intention to stay and revealed that some measurement items from the variables had low factor loadings (<0.4), these items are 13 in all; 7 from organizational justice construct, 2 from employee engagement, job satisfaction and intention to stay constructs. After removal, the Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA = 0.059) of the model shows a good fit. According to (Steiger, 2007), RMSEA should be less than 0.07. Therefore, CFA of this study is supported.

Results

Among 261 nurses, 85.4% (223) are female and 14.6% (38) are male. 27.6% (72) of respondents are between the ages of 25-29, 54.4% (142) are single and 73.9% (193) obtained a Bachelor of Nursing degree as their highest qualification. 34.9% (91) of the participants earns between 31,000- 40,000 per month, 35.2% (92) have less than 5 years of nursing experience, afternoon shift duty accounts for 42.1% (110) and participants who worked between 6-12 accounts for 64% (167) of the total number. 53.3% (139) have worked in the hospital for 1-5 years and 19.9% (52) works in internal medicine unit.

For hypothesis 1, the aim was to determine the impact of organizational justice on job satisfaction. The regression showed positive and significant impact on job satisfaction ($P < .000$, $\beta = 0.651$). Null hypothesis was rejected and alternate hypothesis was accepted corroborating with the findings of Al-Zu'bi (2010) whose study findings showed that there was a positive association that exist between organizational justice and job satisfaction, which means job satisfaction of employees depends on the fair treatment from the supervisors/managers. Also Elamin and Alomaim (2011) found that perceived organizational justice was positively significant to job satisfaction in their study carried out on 793 employees in Saudi Arabia. And Afridi and Baloch (2018) discovered from their study that dimensions of organizational justice (procedural and distributive justice) positively impact job satisfaction.

For hypothesis 2, a simple linear regression was carried out to determine the impact of employee engagement on job satisfaction. Findings on analysis showed a significant positive impact (P -value $< .000$, $\beta = 0.558$). The null hypothesis was rejected as P - value was less than 0.05 and alternate hypothesis was accepted. This finding supports the results of related literatures by Kamalanabhan et al. (2009), their investigation showed that employee engagement had a significant and positive correlation with job satisfaction. Also, Andrew and Sofian (2012) found out from their studies there is a significant effect between employee engagement and job satisfaction. Furthermore, Biswas and Bhatnagar (2013) found that the interaction between employee engagement

and job satisfaction was a significantly positive one. This proves that employee engagement is an attribute that needs to be present for job satisfaction to thrive.

For hypothesis 3, a simple linear regression was conducted to ascertain the impact of job satisfaction on intention to stay. Regression analysis showed a 95% confidence interval as P- value was less than 0.05 ($P < .000$, $\beta = 0.248$). There was a significant correlation between job satisfaction and intention to stay. Hence, job satisfaction has a positive impact on intention to stay. Alternate hypothesis was accepted and the result corroborates the studies of Abualrub and Alghamdi (2012) findings showed that as the level of nurses' job satisfaction increased, the level of their intention to stay at work also increased, suggestive of a positive influence between both variables. Also, Chen et al. (2016) proved from their findings that there is a significant positive correlation between job satisfaction and intention to stay; And James and Matthew (2012) found out from their studies that job satisfaction significantly influenced intention to stay. This means the decision to continue working in an organization or to quit depends on the job satisfaction of the employee.

Discussion

The present study suggests that issues that improves job outcomes – performance, productivity, reduced turnover etc. usually stems and emanates from the organization as well as the nurses themselves. And this is explicitly explained by the social exchange theory and Herzberg two factor theory. From the data analyzed for the organizational justice construct, it showed that details needed for work to be done are provided and made feasible to the nurse, but information expected for their personal motivation is lacking. Social exchange relationship demands reciprocity for the relationship to be built on trust and loyalty. For the various aspects of organizational justice; there are varying sizes of the effect on job satisfaction and the aspect that impacted the most was interactional justice ($\beta = 0.888$), then by procedural justice ($\beta = -0.098$) and finally distributional justice ($\beta = -0.007$). Interactional justice is defined as the quality of interpersonal treatment received during the performance of organizational procedures (Bies & Moag, 1986). By interpersonal it means a subjective or individualistic oriented type of treatment as perceived by the nurse, interpersonal relationship in the hospital setting might be hinged on attitude towards work, being able to follow instructions, resourcefulness, and a general sense of rapport between the nurse and the supervisor and co-workers. And decisions made by supervisors concerning the job decisions that affect nurses may come as result of their personal relationship with each nurse and vice versa. As individuals tends to repay the benefit they get with corresponding attitudes; however, it is important to create an environment that treats nurses with respect and dignity, decisions should incorporate the interest of every nurse with careful consideration on how decisions affect them. The finding on employee engagement construct depicted a strong effect size ($\beta = 0.558$) on job satisfaction; the perspective of the nurses' satisfaction with opportunities for career growth was low and this situation ultimately affects commitment as achievement, advancement and growth are motivators and should be inherent in the job. Job satisfaction had a small effect on intention to stay ($\beta = 0.248$) Nurses were neutral about their intent to stay in the job. This means that there may actually be low turnover rates in the long run. This result might be hinged on the ethics and moral standing of nurses whose orientation was aimed at providing healthcare and showing empathy and this may impact on the decision to stay. Also, there may be cultural interpretation or influence on this result as Thai citizens are easy going and less confrontational people (Tuohy, 2017). This can also be attributed to strategies employed by the government of Thailand and the Ministry of Public Health to produce more health personnel every year and evenly distribute them across provinces. The researcher suggests that a similar study is needed to ascertain the cross-cultural dimension of this model. This does not in any way conclude that turnover is

inevitable but highlights the probable reason for a small effect of job satisfaction on intention to stay. The variables used for this study all elicited responses from the nurses, their perceptions about their jobs and their supervisors and analysis were presented based on these responses. This seemed like a one-sided analysis. It would be of great value to the hospital and contribution to the body of research if the hospital management or supervisors gives ratings or their perceptions about the nurses are measured. This is necessary to give a broader perspective of the social exchange theory and improve the relationship further. Future studies should therefore consider using supervisors' perception as a variable. Recommendations to the hospital management are given thus: A comprehensive and routinely scheduled (biannual or quarterly) evaluation of nurses' perception of organizational behavior, encourage nurses to engage in participative decision making, make suggestion and be open about how work can be improved to benefit all stakeholders, should be able to ascertain the level of needs of employees and work towards meeting them.

Conclusion

The study has revealed the role of perceived organizational justice on job satisfaction among nurses, ascertain the level or impact of nurses' engagement on their job satisfaction as well as provide empirical evidence of factors that promote job satisfaction and its effect on intention to stay. It has shown the relationship between the variables and the effect size of the predictors on the dependent variables, from the results obtained the nurses in from the hospital showed a high level of correspondence that organizational justice and employee engagement impacts job satisfaction but are neutral about their intent on staying on the job. Also suggestions and recommendations were made based on the findings.

Suggestion for future research

Further research may evaluate the perceptions of other health professionals, supervisors and hospital management as well as conducting similar study in a private hospital. In addition, further research should include organizational commitment, perceived organizational support, and leadership in the research model.

Acknowledgment

My acknowledgement goes to all who was supportive in the accomplishment of this study; the examining chairman and research committee of Kasem Bundit University MBA International program, my project supervisor Ms. Sasithorn Suwandee Ph. D., my amiable husband Mr. Godswill Okwuagu for being there always, Chadakarn Hun-ngam and Wanwisa Rungchuang for your kind assistance and my entire family. Thank you all.

References

- Abualrub, R. F., & Alghamdi, M. G. (2012). The impact of leadership styles on nurses' satisfaction and intention to stay among Saudi nurses. *Journal of nursing management*, 20(5), 668-678.
- Afridi, A.a., & Baloch, Q.B. (2018). The effect of organizational justice and job satisfaction: A comparative study of public and private universities of Khyber Pakhtunkhwa. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 17, 237-253.
- Alsalem, M., and Alhaiyani, A. (2007). Relationship between Organizational Justice and Employees Performance. *Aledari*, March, (108), 97-110.
- Al-Zu'bi, H. A. (2010). A study of relationship between organizational justice and job satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 102.

- Andrew, O. C., & Sofian, S. (2012). Individual factors and work outcomes of employee engagement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 498-508.
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: a literature review. *Management research & practice*, 3(4).
- Bies, R.J and Moag, J.S. (1986). *International Justice: communication criteria of fairness. Research on Negotiation in Organizations*. (Vol. 1). Greenwich, CT: JAI Press, 43-55.
- Biswas, S., & Bhatnagar, J. (2013). Mediator analysis of employee engagement: role of perceived organizational support, PO fit, organizational commitment, and job satisfaction. *Vikalpa*, 38(1), 27-40.
- Brayfield, A. H., & Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 35(5), 307–311. <https://doi.org/10.1037/h0055617>
- Chen, M. F., Ho, C. H., Lin, C. F., Chung, M. H., Chao, W. C., Chou, H. L., & Li, C. K. (2016). Organization-based self-esteem mediates the effects of social support and job satisfaction on intention to stay in nurses. *Journal of nursing management*, 24(1), 88-96.
- Christina Dempsey & Barbara A. Reilly; (2016). Nurse Engagement: what are the contributing factors for success. *American Nursing association periodicals; the online journal of issues in nursing vol 21 No 1, January 2016*.
<https://ojin.nursingworld.org/MainMenuCategories/ANAMarketplace/ANAPeriodicals/OJIN/TableofContents/Vol-21-2016/No1-Jan-2016/Nurse-Engagement-Contributing-Factors-for-Success.html#Sawatzky>
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Dewanto A. and Wardhani V.; (2017). Nurse Turnover and perceived causes and consequences: a preliminary study at private hospitals in Indonesia. From the 3rd international conference on nursing (ICON) 2017; *BMC Nursing 2018*, volume 17 (supplement 2): 52.
<https://bmcnurs.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12912-018-0317-8>
- Elamin, A. M., & Alomaim, N. (2011). Does organizational justice influence job satisfaction and self-perceived performance in Saudi Arabia work environment. *International Management Review*, 7(1), 38-49.
- Ferreira, M. R., Proença, T., & Proença, J. F. (2015). Volunteering for a lifetime? Volunteers' intention to stay in Portuguese hospitals. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(3), 890-912.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Englewood Cliffs: Prentice Hall
- Howteerakul, N., & Noree, T. (2019). Intention to extend working life among Thai registered nurses in Ministry of Public Health: A national survey. *Hindawi Nursing Research and Practice* volume 2019.
<https://doi.org/10.1155/2019/7919404>
- Hu, Y., Suwantee, S., Vongsinsirikul, S., Islam, M. A., & Soontornkate, S. (2020). The Study of Employee Engagement Antecedents and the Effect on Employee Commitment: A Case Study of a Telecommunication Company in the People's Republic of China. *Proceedings of the 11th National & International Conference*, March 27, 2020, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok, Thailand, 199-210

- International Council of Nurses (2020). Worldwide death toll from COVID-19 among nurses estimated at 100 may be far higher: Retrieved in June 2020, from <https://www.icn.ch/news/icn-says-worldwide-death-toll-covid-19-among-nurses-estimated-100-may-be-far-higher>
- James, L., & Mathew, L. (2012). Employee Retention Strategies: IT Industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 9(3).
- Johari, J. O. H. A. N. I. M., Yean, T. F., Adnan, Z. U. R. I. N. A., Yahya, K. K., & Ahmad, M. N. (2012). Promoting employee intention to stay: Do human resource management practices matter. *International Journal of Economics and Management*, 6(2), 396-416.
- Joseph, M. L., & Huber, D. L. (2015). Clinical leadership development and education for nurses: prospects and opportunities. *Journal of healthcare leadership*, 7, 55.
- Kalliath, T., & Morris, R. (2002). Job satisfaction among nurses: a predictor of burnout levels. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 32(12), 648-654.
- Kamalanabhan, T. J., Sai, L. P., & Mayuri, D. (2009). Employee engagement and job satisfaction in the information technology industry. *Psychological reports*, 105(3), 759-770.
- Kosteas, V. D. (2011). Job satisfaction and promotions. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 50(1), 174-194.
- Li, Z., Suwandee, S., Suwandee, S., Suwandee, S., Jabutay, F. (2020). The impact of perceived organizational justice on perceived organizational support and employee commitment: a case study of road transportation companies in China. *Proceedings of the 2nd China-ASEAN International Conference 2020 & The 2nd International Conference on Tourism, Business, & Social Sciences 2020: Insight to China and ASEAN's Wellness, Tourism, & Innovation*, 83-90
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and organizational Psychology*, 1(1), 3-30.
- McCarthy, G., Tyrrell, M. P., & Lehane, E. (2007). Intention to 'leave' or 'stay' in nursing. *Journal of nursing management*, 15(3), 248-255.
- McCloskey, J. C., & McCain, B. (1987). Satisfaction, commitment, and professionalism of newly employed nurses. *IMAGE: Journal of Nursing Scholarship*, 19, 20–24. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.1987.tb00581.x>
- Nabatchi, T., Bingham, L. B., and Good, D. H. (2007). Organizational Justice and Workplace Mediation: A Six Factor Model. *International Journal of Conflict Management*, 18, (2), 148-176.
- Niehoff, Brian P., and Robert H. Moorman. “Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior”; *Academy of Management journal* 36.3 (1993): 527-556.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd edition). New York: McGraw- Hill.
- Pagaiya, N., Phanthunane, P., Bamrung, A. et al (2019). Forecasting imbalances of human resources for health in the Thailand health service system: application of a health demand method. *Human Resource Health* 17, 4 (2019). <https://doi.org/10.1186/s12960-018-0336-2>
- Robbins, S.P., & Judge, T.A. (2019). *Organizational behavior global edition*. Pearson Education 2019.
- Sawaengdee, K. (2009). Working life table and projection of registered nurses workforce supply in Thailand over the next 15 years (2008-2022). Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Sawaengdee, K., Tangcharoensathien, V., Theerawit, T. et al (2016). Thai nurse cohort study: cohort profiles and key findings. *BMC Nurse* 15, 10 (2016). <https://doi.org/10.1186/s12912-016-0131-0>

- Simpson, Michelle R. (2009) "Engagement at work: A review of the literature. "International journal of nursing studies 46.7 (2009): 1012-1024.
- Steiger, J. H. (2007)," Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modelling", Personality and individual differences, 42 (5), 893-98.
- Touhy, L. (2017, January 25). Where people do not like to say no. Retrieved from <http://www.bbc.com/travel/story/20170123-where-people-dont-like-to-say-no#:~:text=According%20to%20Rachawit%20Photiyarach%2C%20intercultural,who%20can%20handle%20situations%20calmly.%E2%80%9D>
- World Health Organisation (2020). The Global Health Observatory Nursing and Midwifery Personnel per 10,000 population: Retrieved in June 2020, from [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/nursing-and-midwifery-personnel-\(per-10-000-population\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/nursing-and-midwifery-personnel-(per-10-000-population))
- Yamane, Taro. 1967. Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed., New York: Harper and Row.