

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มาใช้ในการศึกษาโดยทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน 3 ด้าน คือ ความมั่นใจในการทำงาน (Self Efficacy) การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Orientation) และวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate)

ระเบียบวิธีการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต และอินทราเน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม แบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 8 แห่งใน จังหวัดพะเยา มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 108 คน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าแจกแจงแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Linear Regression โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 11.5 for Windows ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 75.9 มีอายุระหว่าง 39 – 45 ปี ร้อยละ 26.9 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.0 มีอายุการทำงานระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 31.5 มีตำแหน่งลูกจ้างนำจ่ายหรือลูกจ้างประจำ ร้อยละ 34.3 และมีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 45.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale โดยแบ่งความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และได้ทำการวัดระดับความผูกพันในองค์ประกอบของความผูกพัน 3 องค์ประกอบ คือ ความกระฉับกระเฉง (Vigor) การเสียสละ (Dedication) และความมุ่งมั่น (Absorption) นำไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและองค์ประกอบของความผูกพัน โดยเมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน โดยใช้วิธีการ Reliability Analysis พบว่าค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านมีค่าความน่าเชื่อถือ (Alpha α) อยู่ที่ 0.820, 0.886 และ 0.851 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามทั้ง 3 ด้านมีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถยอมรับได้ และค่าความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบความผูกพัน มีค่า 0.855, 0.800 และ 0.836 ตามลำดับ แสดงว่าแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 องค์ประกอบ มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถยอมรับได้

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน ในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความมั่นใจในการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความมั่นใจในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่มีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ พนักงานพบว่าตนเองไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในบริษัทรวมไปถึงพนักงานเอง มั่นใจในความสามารถของตนเองในการทำงานได้เป็นอย่างดี

2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ พนักงานเห็นว่าการยิ้มให้กับลูกค้าและสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ของลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับตนเอง และทุกครั้งตนเองจะมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันทั่วทั้งที่ รวมไปถึงการที่ตนเองรู้สึกพึงพอใจและมีความสุขที่ทำให้ลูกค้ามีความสุขในการรับบริการ นอกจากนี้พนักงานยังพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และบรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ มากที่สุด

3. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ทางบริษัทไปรษณีย์ไทยมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และพนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และเงินเดือน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ เพื่อต้องการทราบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันหรือไม่ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันในด้านความมั่นใจในการทำงาน ส่วนอีกสองด้านที่เหลือ คือ ด้านการให้

ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน แสดงว่า เพศของพนักงานมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านความมั่นใจในการทำงาน ต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การด้านความมั่นใจในการทำงาน และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ส่วนองค์ประกอบของความคิดเห็นต่อองค์การ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าแตกต่างกัน แสดงว่า อายุของพนักงานมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์การเฉพาะด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันส่วน ด้านความมั่นใจในการทำงาน และด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าแตกต่างกัน แสดงว่า การศึกษาของพนักงานมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การทุกด้านคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แสดงว่า อายุการทำงานของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

5. กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การทุกด้านคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ตำแหน่งของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

6. กลุ่มตัวอย่างที่มีอัตราเงินเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การทุกด้านคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกัน แสดงว่า เงินเดือนของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 3 ระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การ

ตอนที่ 3.1 ระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ในแต่ละองค์ประกอบของความผูกพัน

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้านของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา มีดังนี้

1. องค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง(Vigor)

จากการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การของพนักงานด้านความกระฉับกระเฉง(Vigor) พบว่า พนักงานมีความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉงอยู่ในระดับสูงมาก กล่าวคือ พนักงานรู้สึกผูกพันต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทยด้านความกระฉับกระเฉงสูงมาก ดังนี้ ในที่ทำงาน พนักงานจะรู้สึกว่ามีพลังเต็มที่ในการทำงานและรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉันทันทีไปถึงรู้สึกอยากไปทำงานในทุกวันส่งผลให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานาน และสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี และในการทำงานจะมีความมุ่งมั่นเสมอแม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม

2. องค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละ(Dedication)

จากการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การของพนักงานด้านการเสียสละ(Dedication) พบว่า พนักงานมีความผูกพันด้านการเสียสละอยู่ในระดับสูงมาก กล่าวคือ พนักงานรู้สึกผูกพันต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทยด้านการเสียสละสูงมาก ดังนี้ พนักงานรู้สึกว่าที่ทำงานเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน จึงก่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานและสามารถสร้างแรงบันดาลใจก่อให้เกิดความภูมิใจในงานที่ทำ และพนักงานยังพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถสำหรับตนเองเป็นอย่างมาก

3. องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น(Absorption)

จากการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การของพนักงานด้านความมุ่งมั่น(Absorption) พบว่า พนักงานมีความผูกพันด้านความมุ่งมั่นอยู่ในระดับสูงมาก กล่าวคือ พนักงานรู้สึกผูกพันต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทยด้านความมุ่งมั่นสูงมาก ดังนี้ ขณะที่พนักงานทำงาน จะรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ทำให้จดจ่ออยู่กับงานและสามารถลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว ก่อให้เกิดความรู้สึกมีความสุข ทุกครั้งในการทำงาน

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบความผูกพัน องค์การของพนักงาน

ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์การระหว่างตัวแปรอิสระด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และเงินเดือน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น) ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการเสียสละ และ ด้านความมุ่งมั่น ส่วนองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ ด้านความกระฉับกระเฉงแตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอายุโดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานทั้ง 3 องค์ประกอบ

3. กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มระดับการศึกษาโดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉงและด้านความมุ่งมั่น ส่วนองค์ประกอบความผูกพัน ด้านการเสียสละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ ด้านการเสียสละแตกต่างกัน

4. กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มอายุการทำงานโดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุการทำงานไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานทั้ง 3 องค์ประกอบ

5. กลุ่มตัวอย่างทุกระดับตำแหน่งงานโดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉงและด้านความมุ่งมั่น แต่ในส่วนขององค์ประกอบความผูกพัน ด้านการเสียสละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การ ด้านการเสียสละ แตกต่างกัน

6. กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มรายได้โดยรวมมีระดับความผูกพันต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับรายได้ไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานทั้ง 3 องค์ประกอบ

ตอนที่ 3.3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงในคำถามปลายเปิด

จากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์การของตนเอง พบว่า พนักงานต้องการเพิ่มเงินพิเศษ หรือสวัสดิการอื่นๆ เฉพาะเงินเดือนที่ตนเองได้รับในแต่ละเดือนนั้น ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพในปัจจุบัน ที่ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้นทุกวัน น่าจะมีเงินช่วยเหลือพิเศษ สำหรับเจ้าหน้าที่ขององค์กร อาจจะเป็น เบี้ยขยันสำหรับบุคคลที่ตั้งใจทำงาน หรือ อาจจะมีประกัน อุบัติเหตุหรือค่ารักษาพยาบาลอื่นๆ ด้วย และพนักงานส่วนหนึ่งคิดว่า อุปกรณ์ในที่ทำงานไม่ ทันสมัยและไม่มีสำรองเวลาขัดข้องทำให้การทำงานค่อนข้างล่าช้าเวลาที่อุปกรณ์เสีย และ ก่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่ล่าช้า

ตอนที่ 3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ และองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการหาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน (Self Efficacy) การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Orientation) และวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)

ผลการหาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉง โดยมีค่าความสัมพันธ์(R) เท่ากับ 0.711 ซึ่งระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงจะผันแปรตามปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คิดเป็นร้อยละ 51.60 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 48.40 เป็นผลมาจากปัจจัยในเรื่องอื่น ๆ แสดงว่า ค่าที่ได้จากการทำนายด้วยสมการเส้นตรงจะใกล้เคียงกับระดับความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉงของพนักงานได้ และทั้ง 3 ปัจจัยสามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าสามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพัน ในภาพรวมได้มากที่สุด (B = 0.622)

2. องค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละ (Dedication)

ผลการหาความสัมพันธ์ พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน 2 ด้าน ได้แก่ ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละ โดยมีค่าความสัมพันธ์(R) เท่ากับ 0.592 ซึ่งระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละ จะผันแปรตามปัจจัย 2 ด้าน คิดเป็นร้อยละ 45.00

ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 55.00 เป็นผลมาจากปัจจัยในเรื่องอื่น ๆ และทั้ง 2 ปัจจัยสามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าสามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้มากที่สุด ($B = 0.419$)

3. องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น (Absorption)

ผลการหาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมุ่งมั่นในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่น โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.710 ซึ่งระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละ จะผันแปรตามปัจจัยทั้ง 3 ด้าน คิดเป็นร้อยละ 56.80 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 43.20 เป็นผลมาจากปัจจัยในเรื่องอื่น ๆ แสดงว่าค่าที่ได้จากการทำนายด้วยสมการเส้นตรงจะใกล้เคียงกับระดับความผูกพันด้านความมุ่งมั่นของพนักงานได้ และทั้ง 3 ปัจจัยสามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าสามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้มากที่สุด ($B = 0.526$)

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา พบว่ามีประเด็นที่สำคัญหลายประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

จากการพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา มีความเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในขณะที่อีกสองด้านคือ ด้านความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงาน และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ มีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย นั่นหมายความว่า พนักงานในองค์กรนี้ทำงานโดยมุ่งให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้ามากที่สุด มากกว่าการรับรู้ว่าคุณเองมีความสามารถในการทำงานอยู่ในระดับใด และมากกว่าการรับรู้ว่าคุณวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าของตนดีหรือไม่ เป็นไปตามที่ D.Todd Donovan (2001) กล่าวว่า เมื่อพนักงานให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าแล้วลูกค้าพอใจ พนักงานก็จะมีความรู้สึกดี รู้สึกพอใจด้วย และจะส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และ อัตราเงินเดือน พบว่า เพศและระดับการศึกษา มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านความมั่นใจในการทำงาน สอดคล้องกับแนวความคิดของ Bandura(1977) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอยู่ 4 ปัจจัย สองในสี่นั้นก็คือ ประสบการณ์ตรง และประสบการณ์จากต้นแบบ ซึ่งเมื่อมีระดับการเรียนรู้สูงขึ้น ย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นมีโอกาสได้รับประสบการณ์ทั้งจากตัวบุคคลนั่นเองและประสบการณ์ผู้อื่นมาก ทำให้สามารถรับรู้ความสามารถของตนเองสูงตามไปด้วยนั่นเอง ซึ่งในที่นี้คือ ความมั่นใจในการทำงานนั่นเอง

2. ระดับความผูกพันในแต่ละองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน

จากการพิจารณาองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ทั้ง 3 ด้าน คือ ความกระฉับกระเฉง(Vigor) การเสียสละ(Dedication) และความมุ่งมั่น(Absorption) พนักงาน มีความผูกพันในแต่ละองค์ประกอบ อยู่ในระดับสูงมากทั้ง 3 ด้าน นั้นหมายความว่า พนักงานที่ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ มีความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Basikin(2007) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความกระฉับกระเฉง การเสียสละ และความมุ่งมั่น : ความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ ในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซีย แล้วพบว่า องค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 องค์ประกอบของอาจารย์สอนภาษานั้นอยู่ในระดับสูงทั้งหมด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Ronald C. Gorter et al (2007) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันและสภาพแวดล้อมของงานในอาชีพหมอฟัน แล้วพบว่า มีองค์ประกอบความผูกพันเพียง 2 องค์ประกอบที่อยู่ในระดับสูง นั่นคือ องค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละและความมุ่งมั่นเท่านั้น ส่วนองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉงอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และ อัตราเงินเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อองค์ประกอบความผูกพันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Basikin(2007) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความกระฉับกระเฉง การเสียสละ และความมุ่งมั่น : ความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซีย แล้วพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การ ส่งผลต่อความผูกพันในงานของอาจารย์ไม่แตกต่างการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่กลับไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Ronald C. Gorter et al (2007) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันและสภาพแวดล้อมของงานในอาชีพหมอฟัน ซึ่งพบว่า อายุมีผลต่อระดับความผูกพันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมทั้งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิชญากุล ศิริ

ปัญญา (2545) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค : กรณีศึกษา พนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ระดับตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันขององค์กร และการศึกษาของ เบลูจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร : กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงคราม และสาขาสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันขององค์กร

3. ความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร

จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ตามลำดับ และเมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน กับตัวแปรตาม คือ องค์ประกอบความผูกพันในแต่ละด้าน (ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น) พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกัน โดยปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้านมากที่สุด รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉงมากที่สุด รองลงมาคือด้านความมุ่งมั่น และสุดท้ายคือด้านการเสียสละ อย่างมีนัยสำคัญซึ่งโดยรวมแล้วถือว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านนั้น ส่งผลต่อองค์ประกอบความผูกพันอยู่ในระดับสูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สายพิณ สว่างจิต (2548) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท มหพันธ์ไฟเบอร์ซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า บรรยากาศในการทำงาน (วัฒนธรรมในการให้บริการ) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ นางเยาว์ แก้วมรกต (2542) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการรับรู้บรรยากาศองค์กรที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วพบว่า การรับรู้บรรยากาศองค์กรหรือวัฒนธรรมองค์กรมีผลในทางบวกกับความผูกพันโดยรวม

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้ค้นพบประเด็น ดังต่อไปนี้

1. พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา เพศชายมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านความมั่นใจในการทำงานน้อยกว่าเพศหญิง
2. พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ที่มีอายุระหว่าง 18-38 ปี มีความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง น้อยกว่า คู่ระหว่าง อายุ 39-45 ปี
3. พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวส./อนุปริญญา มีความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านการความมั่นใจในการทำงานมากกว่าระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป และในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง มากกว่าระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป
4. พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยามีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านการให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกจ้างมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 6.31
5. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุการทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา
6. ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง ส่งผลต่อองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้าน คือ ความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่น และการเสียสละมากที่สุด ($B = 0.622, 0.526, 0.419$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ($B = 0.299, 0.2697, 0.250$ ตามลำดับ) และปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ประกอบความผูกพันน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน โดยส่งผลต่อองค์ประกอบความผูกพันเฉพาะ 2 ด้าน คือความมุ่งมั่นและความกระตือรือร้น ($B = 0.368, 0.221$ ตามลำดับ)

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในแต่ละประเด็นดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความมั่นใจในการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อความมั่นใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แต่พบว่าจะมีความคิดเห็นบางส่วนที่ พนักงานยังต้องการที่จะพัฒนา

ความสามารถของตนเอง ด้วยการจัดการประชุมสัมมนา ควรมีการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าคุณทำงานได้ทุกหน้าที่ และมีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่เหล่านั้นด้วย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการปฏิบัติงานและส่งผลในทางบวกต่อองค์กรในที่สุด

2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการให้ความสำคัญต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่พบว่าจะมีพนักงานมีความคิดเห็นบางส่วนว่า ตนเองชอบที่จะให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง และตนเองชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า แต่โดยปกติแล้วการให้บริการของลูกค้าในแต่ละครั้งจะใช้เวลาไม่มากนัก จึงทำให้ไม่ค่อยมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงาน อีกทั้งการให้บริการแต่ละครั้งพนักงานต้องแข่งกับเวลา เพื่อให้ลูกค้ารายต่อไปที่รอใช้บริการ ใช้เวลาในการรอไม่มาก จึงอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ไม่ค่อยมีการพูดคุยกันมากนัก

3. ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยยิ่ง แต่พบว่าจะมีพนักงานบางส่วนยังต้องการให้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย มีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ เพื่อที่จะสามารถให้บริการกับลูกค้าให้เกิดความพอใจสูงสุด อีกทั้งในเรื่องอุปกรณ์การทำงานพบว่า อุปกรณ์อาจยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ หรือเทคโนโลยีที่ใช้ไม่ทันสมัย ทำให้เกิดอุปสรรคในการทำงานได้ ดังนั้นสิ่งที่อาจแก้ไขได้คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรที่จะมีการสอบถามเรื่องของเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานการว่าเพียงพอ หรือเหมาะสมกับการทำงานนั้นๆ หรือไม่ และควรสำรวจตรวจสอบอยู่เสมอด้วยว่าอุปกรณ์ที่มีอยู่นั้นชำรุดเสียหายหรือไม่อย่างไร ซึ่งการได้มาซึ่งอุปกรณ์ที่ทันสมัยจะสามารถทำให้การบริการต่อลูกค้าเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง

4. องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านแล้ว พบว่า องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำสุด เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของด้านความมุ่งมั่นที่พนักงานให้ความสำคัญพบน้อยที่สุดคือ พนักงานจะไม่ค่อยรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อปฏิบัติงาน นั่นอาจเป็นเพราะพนักงานรู้สึกซ้ำซาก จำเจในการที่ต้องทำงานในลักษณะเดียวกันทุกวัน ดังนั้น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ควรจัดกิจกรรมการพบปะระหว่างพนักงาน ควรจัดให้มีการประเมินพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และจัดสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดึงดูดพนักงานให้มีใจรักการบริการมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความมุ่งมั่นให้กับพนักงานได้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากคำถามปลายเปิดที่ให้โอกาสพนักงานได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งอาจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรนั้น ผู้ศึกษาสามารถรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ โดยใครขอนำเสนอมาเพื่อพิจารณาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดผลที่มากขึ้น ดังต่อไปนี้

1. เรื่องค่าจ้างหรือ สวัสดิการของพนักงาน เนื่องจากปัจจุบันนี้ค่าครองชีพเพิ่มสูงมากขึ้นเป็นเท่าตัว แต่เงินเดือน หรือค่าของลูกจ้างยังคงได้เท่าเดิม หรือปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ทำให้รายรับไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น โดยพนักงานเสนอให้มีสวัสดิการด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น แม้ว่าจะไม่สามารถเรียกร้องให้ปรับเงินเดือนขึ้นก็ตาม อาทิเช่น มีชุดทำงานที่แจกให้ หรือ ประกันอุบัติเหตุ สำหรับลูกจ้างนำจ่าย หรือลูกจ้างชั่วคราว เป็นต้น

2. ด้านเครื่องใช้สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการทำงาน ควรจะปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ หรืออื่นๆ เพื่อที่จะสามารถให้บริการลูกค้าได้ทันทั่วถึง และยังคงผลให้พนักงานมีแรงจูงใจและเต็มใจในการให้บริการ ไม่ต้องมากังวลเกี่ยวกับเครื่องใช้สำนักงานอีกต่อไป