

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มาใช้ในการศึกษา โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy) ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) รวมทั้งการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากพนักงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 129 คน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความ งานวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 129 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลที่เก็บได้ ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าแจกแจงแบบที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดย Linear Regression และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 14.0 for Windows ในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 97.7 มีอายุระหว่าง 32 – 38 ปี ร้อยละ 29.5 จบการศึกษาระดับชั้น ม.6 / ปวช. ร้อยละ 49.6 มีอายุการทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 27.9 มีตำแหน่งลูกจ้างรายวัน ร้อยละ 47.3 และมีอัตราเงินเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 48.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale โดยแบ่งความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy) ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation) และวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) โดยเมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน โดยใช้วิธีการ Reliability Analysis ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด เท่ากับ 0.920 รองลงมาได้แก่ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ค่าความเชื่อมั่น 0.900 และด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ค่าความเชื่อมั่น 0.793 ตามลำดับ แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน ในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และวัฒนธรรมในการให้บริการ ดังนี้

2.1.1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.65 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) การทำงานของพนักงานอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถ
- 2) ประสบการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของพนักงานเพิ่มความมั่นใจให้พนักงานในการทำงานให้กับ ปณท. ได้อย่างเต็มที่
- 3) พนักงานมั่นใจในความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดี
- 4) พนักงานไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานใน ปณท.
- 5) หากกล่าวอย่างมืออาชีพ พนักงานพึงพอใจในงานที่เป็นไปตามความคาดหวัง
- 6) พนักงานมีความรู้ด้านเทคนิค ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน
- 7) พนักงานมีความคิดว่าตัวเองสามารถทำงานที่ทำหายมากกว่างานที่กำลังทำในปัจจุบัน

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของพนักงานเทียบเท่าหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน
- 2) พนักงานรู้สึกว่า ตัวพนักงานเองมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน

2.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.08 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่

- 1) พนักงานรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข
- 2) พนักงานมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า
- 3) การบรรลุวัตถุประสงค์ของพนักงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย
- 2) การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับพนักงาน
- 3) การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับพนักงาน
- 4) ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจพนักงานเสมอ
- 5) พนักงานชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า
- 6) พนักงานมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที
- 7) พนักงานชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฟัง

2.1.3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.56 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล
- 2) พนักงานในที่ทำการ ปณท. มีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ
- 3) ปณท. มีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
- 4) พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี
- 5) โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของที่ทำการของท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม
- 6) ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็น

แบบอย่างด้วยตัวเอง

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) ปณท. มีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นซึ่งได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน และเงินเดือน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในปัจจัยต่าง ๆ 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ สรุปเป็นผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า เพศของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า อายุของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
3. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับ ม. 3 และกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับ ม.6 / ปวช. มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับ ม. 3 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาในระดับ ม.6 / ปวช. แสดงว่า การศึกษาของพนักงานมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และด้านวัฒนธรรมในการบริการลูกค้า พบว่า การศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ระยะเวลาการทำงานของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ตำแหน่งงานของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอัตราเงินเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า อัตราเงินเดือนของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ที่ได้สอบถามในองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่าในทุกองค์ประกอบมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง โดยด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด 0.924 รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ค่าความเชื่อมั่น 0.893 และด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ค่าความเชื่อมั่น 0.829

ตอนที่ 3.1 ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในแต่ละองค์ประกอบของความผูกพัน

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในแต่ละด้าน ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนเองในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) ดังนี้

พนักงานมีระดับความคิดเห็นในด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านภาพรวมในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.73 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่

1) พนักงานมีความภูมิใจในงานที่ทำ

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

1) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

2) พนักงานรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของตนเอง

3) พนักงานมีความสุข เมื่อได้ทำงานอย่างตั้งใจ

4) พนักงานพบว่า งานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน

5) ในการทำงาน พนักงานมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม

6) ขณะที่ทำงาน พนักงานรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว

7) ในที่ทำงาน พนักงานรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน

8) พนักงานสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี

9) งานของสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ตัวพนักงาน

- 10) เมื่อพนักงานตื่นขึ้นมาในตอนเช้า รู้สึกอยากไปทำงาน
- 11) พนักงานสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
- 12) พนักงานพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับเป็นอย่างมาก
- 13) พนักงานจดจ่ออยู่กับงานของตนเอง

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) เมื่อทำงาน พนักงานลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
- 2) การดึงความสนใจของพนักงานออกจากงานเป็นเรื่องยาก
- 3) พนักงานมีความรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน

ในการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมจากค่าเฉลี่ยความผูกพันในด้านภาพรวมขององค์กร ที่ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจำนวน 17 คำถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. พนักงานรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของตัวเอง
2. ในการทำงาน พนักงานมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม
3. ในที่ทำงาน พนักงานรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
4. พนักงานสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของตัวเองได้เป็นอย่างดี
5. เมื่อตื่นขึ้นมาในตอนเช้า พนักงานรู้สึกอยากไปทำงาน
6. พนักงานสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นในด้านปัจจัยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.80

ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

1. พนักงานภูมิใจในงานที่ตนเองทำ
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
3. พนักงานพบว่า งานที่ตนเองทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
4. งานของพนักงานสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเอง
5. พนักงานพบว่างานที่ตนเองทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับพนักงานเป็นอย่างมาก

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.93

ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

1. พนักงานรู้สึกมีความสุข เมื่อพนักงานทำงานอย่างตั้งใจ
2. ขณะที่ทำงาน พนักงานรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
3. พนักงานจดจ่ออยู่กับงานของตัวเอง
4. เมื่อทำงาน พนักงานลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
5. การดึงความสนใจของพนักงานออกจากงานเป็นเรื่องยาก
6. พนักงานรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นในด้านการให้เวลากับงานในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.50

จากการสรุปเปรียบเทียบผลของระดับความคิดเห็นต่อองค์กรในองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ พบว่าในด้านภาพรวมความผูกพันต่อองค์กรนั้น พนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 5.73 เมื่อพิจารณาในด้านองค์ประกอบย่อยทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อทุกองค์ประกอบ โดยพนักงานมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 5.93 รองลงมาคือด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 5.80 และด้านการให้เวลากับงาน ค่าเฉลี่ย 5.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นซึ่งได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และเงินเดือน กับตัวแปรตามซึ่งได้แก่ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) สรุปเป็นผลการศึกษาดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า เพศของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร
2. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุ 18-38 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 39-45 ปี มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงานแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุ 18-38 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 39-45 ปี แสดงว่า อายุของพนักงานมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร ส่วนด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน พบว่า อายุไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า การศึกษาของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร
4. ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงาน 1-5 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 15 ปี มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงานแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงาน 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบมากกว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 15 ปี แสดงว่า ระยะเวลาการทำงานของพนักงานมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร ส่วนด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน พบว่า ระยะเวลาการทำงานไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร
5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ตำแหน่งงานของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอัตราเงินเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แสดงว่า อัตราเงินเดือนของพนักงานไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร

ตอนที่ 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และการให้เวลากับงาน มีรายละเอียดที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

3.3.1 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (ค่า R) เท่ากับ 0.7007 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบของความผูกพันด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานได้ร้อยละ 49.10 ส่วนองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรอีกร้อยละ 50.90 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ และเมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig.) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (ค่า Beta : β) พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.5094$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = 0.2327$) ดังนั้นองค์การควรให้ความสนใจกับด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ตอนที่ 3.3.2 ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (ค่า R) เท่ากับ 0.6446 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบของความผูกพันด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานได้ร้อยละ 41.56 ส่วนองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรอีกร้อยละ 58.44 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ และเมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig.) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (ค่า Beta : β) พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.4311$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.2825$) ดังนั้นองค์กรควรให้ความสนใจกับด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน

ตอนที่ 3.3.3 ด้านการให้เวลากับงาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (ค่า R) เท่ากับ 0.7451 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านการให้เวลากับงานได้ร้อยละ 55.52 ส่วนองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรอีกร้อยละ 44.48 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ และเมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Sig.) พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ตัวแปรซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญและด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านการให้เวลากับงานอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (ค่า Beta : β) พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านการให้เวลากับงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.3892$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.3048$) และ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ($\beta = 0.2586$) ตามลำดับ ดังนั้นองค์การควรให้ความสนใจกับด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงาน

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีประเด็นที่สำคัญหลายประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความผูกพันต่อองค์กร โดยพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และการให้เวลากับงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 5.73 เป็นระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 7.00 ซึ่งสามารถแปลผลได้ว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Bagja Basikin (2550) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงาน ในเรื่องความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และการให้เวลากับงาน ของครูสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ครูสอนภาษาอังกฤษมีความผูกพันต่อองค์กร โดยมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) อยู่ในระดับสูงทุกด้าน

5.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อบริษัทที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นผลจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) ซึ่งระดับความคิดเห็นด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 5.80 การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน ค่าเฉลี่ย 5.93 ด้านการให้เวลากับงาน ค่าเฉลี่ย 5.50

โดยความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวม 5.73 เป็นระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 7.00 ซึ่งสามารถแปลผลได้ว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร โดยในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

1) ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน

จากผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนในระดับ เห็นด้วย เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (ค่า Beta) พบว่า ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ($\beta = 0.2010$) สามารถบ่งบอกถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน เป็นผลมาจากการที่พนักงานมีประสบการณ์ทำงานจากการได้ลงมือทำงานเองโดยตรง หรือได้เห็นจากประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ และการได้รับคำพูดที่กระตุ้นและจูงใจจากรุ่นพี่ หรือเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งการได้ทำงานภายใต้ขอบเขตความรู้ของตัวพนักงานเอง การมีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ ทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจในตนเอง รวมถึงแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีส่วนในการส่งเสริมให้พนักงานแสดงความสามารถภายใต้ขอบเขตงานของตนเองได้อย่างเต็มที่ ทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตน จึงแสดงออกถึงความสามารถของตน และแสดงออกถึงความอดทน พยายาม และไม่ท้อถอย สอดคล้องกับแนวคิดของ Albert Bandura (1977) ที่ว่า เมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถ บุคคลนั้นก็เกิดความมั่นใจ และจะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา บุคคลเหล่านั้นจะมีความอดทนสูง อุตสาหะ ไม่ท้อถอย ซึ่งส่งผลให้ประสบความสำเร็จและเกิดความผูกพันกับองค์กรในที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ Mustafa Kokuncu, Ronald J. Burke and Lisa Fiksenbaum (2006) ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านงาน จากการศึกษาพบว่า ประสบการณ์การทำงานในองค์กรทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ภาระงาน, การควบคุม, การให้รางวัลและการจดจำ, ความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้า และพนักงาน, ความยุติธรรม และการสร้างคุณค่าในงาน โดยด้านภาระงาน ปริมาณงานมีมากกว่าความสามารถของพนักงานที่ทำได้ในแต่ละวัน และการควบคุม ที่พนักงานมีความรับผิดชอบในงานที่ตนได้รับมอบหมาย เปรียบเสมือนเป็นนายตนเอง รวมทั้งผลของการปฏิบัติงานในเรื่องของความท้าทายในการปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเช่นกัน

2) ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

จากผลการศึกษา พบว่าในภาพรวมของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ $\beta = 0.4825$ สามารถบ่งบอกถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นในปัจจุบันเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าเป็นผลมาจากการที่พนักงานมีความเข้าใจลูกค้า ยึดเข้มแข็งใส่ใจมีความสุขกับการทำงานในการตอบสนองข้อเรียกร้องต่างๆ พร้อมทั้งช่วยเหลือลูกค้าได้ตามความต้องการ ทำให้พนักงานรู้สึกมีความพึงพอใจ มีความสุขในการทำงานของตนเอง แสดงให้เห็นว่าองค์กรและพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ นั่นหมายถึงมีความรู้ ทักษะ และความเต็มใจในการบริการเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษาราชการไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงครามและสาขาสมุทรสาคร” ซึ่งพบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง และในด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น พบว่าพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านนี้อยู่ในระดับสูง เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านงานต่อความผูกพันในภาพรวม พบว่าสามารถทำนายถึงความผูกพันในภาพรวมได้ ซึ่งพบว่าปัจจัยในลักษณะของงานที่ปฏิบัติมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

3) ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

จากผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ $\beta = 0.156$ โดยสามารถบ่งบอกถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรได้ แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความคิดเห็นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยความเชื่อมั่นในความสามารถแห่งตน และปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญมากกว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ แต่ก็ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีความรู้ ทักษะในงานของพนักงาน การเข้าใจมาตรฐานในการให้บริการ รวมถึงการทำงานและการให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัลและมีการช่วยเหลือเรื่องเทคโนโลยีพร้อมความช่วยเหลืออื่นๆ รวมไปถึงการได้รับการเอาใจใส่จากผู้บริหาร และเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติงาน เนื่องจากสามารถส่งผลให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีและก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับที่

องค์กรมีการส่งเสริมและสนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service climate) ที่ว่าองค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์ วัฒนธรรมการให้บริการเพื่อการแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงเป็นการรักษาลูกค้าไว้ องค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการนำส่งการบริการที่มีคุณภาพ คุณภาพการ บริการทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่นๆและจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมให้บริการของแต่ละบุคคล ภายในองค์กร และสอดคล้องกับ Benjamin Schneider and colleagues (1998) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรม ในการให้บริการ เป็นการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ขบวนการทำงาน พฤติกรรมเพื่อให้ ได้มาซึ่งสิ่งตอบแทน การสนับสนุน และความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะดูแลเอาใจใส่การให้บริการแก่ ลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Mustafa Kokuncu, Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2006) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ภาระงาน การควบคุม รางวัลและการจดจำ ความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้าและ พนักงาน ความยุติธรรม และการสร้างคุณค่าในงาน โดยด้านรางวัลและการจดจำ ในการเปิดโอกาส มีส่วนร่วม และให้ความเสมอภาคกับพนักงาน รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้าและพนักงาน เป็นด้านที่มีผลต่อความผูกพัน ซึ่งหากมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงยิ่งส่งผลให้มีความผูกพันสูง ตามไปด้วย

5.2.3 ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร และองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

1) ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ปัจจัยด้านการให้บริการที่มุ่งเน้น ลูกค้าเป็นสำคัญ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการ ทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระยะเวลาใน การทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิชญากุล ศิริปัญญา (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค : กรณีศึกษา พนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ” โดยทำการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กร และความสัมพันธ์ของปัจจัย ด้านลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน ของพนักงานที่มีต่อองค์กร

พบว่า ความผูกพันของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ระดับตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ส่วน เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร และสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจมาภรณ์ นวลิมป์ (2546) ที่ทำการศึกษารื่อง “ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร : กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงคราม และสาขาสมุทรสาคร” ซึ่งศึกษาโดยใช้ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะงาน และประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานที่มีต่อองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดย เมื่อพิจารณาจากลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนเพศ สถานภาพสมรส และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร

2) ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความผูกพันต่องาน องค์กรประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการใช้เวลากับงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และระยะเวลาในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้าน เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน ไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการใช้เวลากับงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการ ไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รุจี อุศิลปัสักดิ์ (2546) ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กร และระดับเงินเดือนที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรโดยรวม แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Bagja Basikin (2550) ที่ทำการศึกษารื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของครูสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย ที่ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Mustafa Kokuncu, Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2006) ที่ทำการศึกษารื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิง ในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อ

องค์กรดำเนินงาน ผลพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในทุกๆ ด้าน ไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่องานด้าน ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับงาน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการค้นพบดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยกลุ่มพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม. 3 มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มพนักงานที่มีการศึกษาระดับ ม. 6 / ปวช. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านอายุ และปัจจัยด้านระยะเวลาการทำงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยกลุ่มพนักงานอายุ 18-38 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มพนักงานอายุ 39-45 ปี และกลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 15 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

3. ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านวัฒนธรรมในการทำงานของพนักงาน พบว่า มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำสุด ของความคิดเห็นระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 5.56 เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่ามีเพียงปัจจัยเดียว คือ ปณท. มีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงาน และให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ และวัฒนธรรมในการให้บริการ สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมได้ โดยองค์ประกอบด้านด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ ($\beta = 0.4825$) สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมได้มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.2585$) และด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน ($\beta = 0.2010$) ตามลำดับ

5. ในด้านความผูกพันโดยรวมแล้ว จากความคิดเห็นของพนักงานพบว่า พนักงานมีความ ตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่ทำ การไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่า พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสมในทุกด้าน องค์กรจึงควร รักษาความรู้สึกผูกพันนี้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร และ ร่วมกันสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กรยิ่งขึ้น และหากองค์กรจะสร้างความผูกพันให้มากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใน การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเพิ่มเติมในแต่ละประเด็นดังนี้

1. จากข้อค้นพบที่ว่า การศึกษามีผลต่อการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ มีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษาของพนักงานที่จะ เข้ามาทำงาน เพราะวาทุรกิจหลักของไปรษณีย์คือการบริการ ดังนั้นการคัดสรร เลือกพนักงานเข้า ทำงานควรพิจารณาถึงการศึกษาด้วย นอกจากนี้ควรต้องเพิ่มการอบรมความรู้ให้แก่พนักงาน ปัจจุบันด้วย เพื่อเพิ่มความรู้ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานใน องค์กรให้เพิ่มขึ้นด้วย

2. จากข้อค้นพบที่ว่า ความคิดเห็นของพนักงานในประเด็นเรื่อง พนักงานมีความตื่นเต้น ทุกครั้งเมื่อทำงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงควรสร้างความตื่นเต้นในการปฏิบัติงาน ประจำวันให้แก่พนักงานด้วย เช่นการสลับหน้าที่กันในแต่ละเดือน หรือการให้มีการออกตลาดไป พบลูกค้า หรือการไปสังเกตการณ์ที่ทำการไปรษณีย์อื่นๆ เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน และให้เห็น วิธีการทำงานใหม่ๆของแต่ละที่ทำการ

3. ในด้านการให้บริการที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร โดยเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลกระทบต่อทุกองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นปัจจัยหลักที่องค์กรควรทำการส่งเสริมและสร้างให้คุณลักษณะนี้มีอยู่ ในตัวพนักงานทุกคน ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า พนักงานรู้สึกว่ พนักงานชอบให้ลูกค้าพูดคุย เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าให้พนักงานฟัง เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นน้อยที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงควรต้องฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เป็นผู้ฟังที่ดี และมีมารยาทในการสื่อสารพูดคุย เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความรู้สึกที่ดีต่อผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นลูกค้าขององค์กร และควรให้ ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าที่พนักงานได้รับฟังมา พร้อมนำไปปรับเพื่อให้ตรงกับ ความ

ต้องการของลูกค้า และจะสร้างความรู้สึกรักภูมิใจให้แก่พนักงาน และทำให้พนักงานมีการทำงานที่
 เน้นใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้ามากขึ้นด้วย

4. ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการของพนักงาน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า
 พนักงานรู้สึกว่ ไปรษณีย์ไทยมีการจัดเตรียมเครื่องมือเทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆที่
 เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นน้อย
 ที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงควรเพิ่มเครื่องมือหรือเทคโนโลยีให้เพียงพอต่อการทำงาน และควรให้
 ความสำคัญกับฝึกอบรมการนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้ในการทำงานและให้บริการลูกค้า

5. ในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนของพนักงาน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย
 พบว่า พนักงานรู้สึกว่ ตัวพนักงานเองมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบันเป็นปัจจัยที่มี
 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นน้อยที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลงานของ
 พนักงานและการพิจารณาคุณสมบัติและศักยภาพในตัวพนักงานให้มากขึ้น เช่น ในการพิจารณา
 เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายงานใหม่ๆในการจัดกิจกรรมต่างๆของไปรษณีย์ให้กับ
 พนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสในการรับผิดชอบหน้าที่หรือบทบาทใหม่ และเป็นการสร้าง
 ความมั่นใจให้พนักงาน เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถศักยภาพที่มีภายใน
 ออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด

6. ในการศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่
 ทำการไปรษณีย์ในเขตรอบนอกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความ
 คิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านกับระดับความผูกพันในภาพรวม มีค่า
 ความสัมพันธ์ในระดับสูง แต่อย่างไรก็ตามควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมลงไปรายละเอียดของปัจจัยที่
 ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน เพื่อให้สามารถอธิบายถึงระดับความผูกพันต่อองค์กร
 ได้ชัดเจนขึ้นในการศึกษาครั้งต่อไป