

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	5
ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	17
ทบทวนวรรณกรรม	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	23
ขอบเขตการศึกษา	23
วิธีการศึกษา	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	29
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	30
ระยะเวลาในการศึกษา	30
บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	
ของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการศึกษา	74
การอภิปรายผลการศึกษา	85
ข้อค้นพบ	90
ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	97
แบบสอบถาม	98
หนังสือยินยอมการสำรวจความผูกพันต่อองค์กร	105
ประวัติผู้เขียน	106

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	32
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	33
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	33
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาทำงาน	34
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน	34
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงินเดือน	35
7 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	36
8 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตน	37
9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ	39
10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ	41
11 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	43
12 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มอายุ	44
13 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มการศึกษา	45
14 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่	46
15 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน	47
16 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มตำแหน่งงาน	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มเงินเดือน	49
18 แสดงค่าความเชื่อมั่นต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร	50
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงาน ในด้านความผูกพันต่อองค์กร	52
20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน	55
21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน	56
22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านการให้เวลากับงาน	57
23 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามเพศ	58
24 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามกลุ่มอายุ	59
25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่องานของพนักงาน ในด้านการให้เวลากับการทำงาน จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	60
26 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา	61
27 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน	62
28 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในด้านการให้เวลากับงาน จำแนกตามระยะเวลาการทำงานเป็นรายคู่	63
29 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามตำแหน่งงาน	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามอัตราเงินเดือน	65
31 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความ เชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อ องค์กรด้านภาพรวม	66
32 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความ เชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อ องค์กร ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน	68
33 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความ เชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อ องค์กร ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน	70
34 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความ เชื่อมั่นในความสามารถของตน ด้านการให้บริการที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อ องค์กร ด้านการให้เวลากับงาน	72

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	Self Efficacy Beliefs Model	13
2	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตน และความคาดหวัง ในผลการกระทำที่จะเกิดขึ้นต่อการตัดสินใจการกระทำ	14
3	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตน และความคาดหวัง ในผลการกระทำที่จะเกิดขึ้นต่อพฤติกรรมและความรู้สึก	14
4	โครงสร้างองค์การสำนักงานเขตไปรษณีย์เขต 5	19
5	แนวคิดในการศึกษาความผูกพันต่อองค์การ	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved