

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดเชียงราย ทั้งหมด 23 แห่ง จำนวน 153 คน และจากการเก็บข้อมูลได้ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน (ตารางที่ 1 – 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์กร ของผู้ตอบแบบสอบถาม(ตารางที่ 7 - 12)

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า (ตารางที่ 13 – 20)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 3.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (ตารางที่ 21 – 30)

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (ตารางที่ 31-33)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	149	97.4
หญิง	4	2.6
รวม	153	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีจำนวน 149 คน คิดเป็น ร้อยละ 97.4 และเพศหญิงจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 24 ปี	3	2.0
25 – 31 ปี	26	17.0
32 – 38 ปี	25	16.3
39 – 45 ปี	46	30.1
46 – 52 ปี	43	28.1
53 – 60 ปี	10	6.5
รวม	153	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 39 – 45 ปี มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมา คืออายุระหว่าง 46 – 52 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 อายุระหว่าง 25 – 31 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อายุระหว่าง 32 – 38 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุระหว่าง 53 – 60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอายุระหว่าง 18 – 24 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ม.3	14	9.2
ม. 6/ปวช.	65	42.5
อนุปริญญา/ปวส.	32	20.9
ปริญญาตรี	41	26.8
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.7
รวม	153	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา ระดับการศึกษา ม.6/ปวช. มากที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือระดับปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ระดับการศึกษา ม.3 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	38	24.8
6 – 10 ปี	10	6.5
11 – 15 ปี	27	17.6
16 – 20 ปี	29	19.0
มากกว่า 20 ปี	49	32.0
รวม	153	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการทำงานมากกว่า 20 ปี มากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ อายุการทำงานระหว่าง 1 – 5 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ปี อายุการทำงานระหว่าง 16 – 20 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 อายุการทำงานระหว่าง 11 – 15 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และอายุการทำงานระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าที่ทำกร	18	11.8
ผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำกร	2	1.3
หัวหน้าแผนก	8	5.2
พนักงานไปรษณีย์	34	22.2
พนักงานปฏิบัติการ	4	2.6
พนักงานนำจ่าย	32	20.9
ลูกจ้างนำจ่าย	55	35.9
รวม	153	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งลูกจ้างนำจ่ายมากที่สุด จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ ตำแหน่งพนักงานไปรษณีย์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ตำแหน่งพนักงานนำจ่าย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตำแหน่งหัวหน้าที่ทำกร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตำแหน่งหัวหน้าแผนก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และผู้ช่วยหัวหน้าแผนก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราเงินเดือน

อัตราเงินเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	56	36.6
10,001 – 20,000 บาท	33	21.6
20,001 – 30,000 บาท	24	15.7
30,001 – 40,000 บาท	9	5.9
40,001 – 50,000 บาท	13	8.5
50,001 – 60,000 บาท	7	4.6
60,001 บาทขึ้นไป	11	7.2
รวม	153	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอัตราเงินเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาคืออัตราเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อัตราเงินเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 อัตราเงินเดือนระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อัตราเงินเดือน 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 อัตราเงินเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และอัตราเงินเดือนระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน โดยจำแนกเป็น 7 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่ค่อยเห็นด้วย เฉยๆ เห็นด้วย ก่อนข้างเห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 7 แสดงค่าความน่าเชื่อถือต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน	ค่าความน่าเชื่อถือ (α)
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	0.839
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.925
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.880

จากตารางที่ 7 จากการหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความน่าเชื่อถือในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าค่าความน่าเชื่อถือ 0.925 ด้านวัฒนธรรมในการให้ความสำคัญต่อลูกค้า ค่าความน่าเชื่อถือ 0.880 และด้านความมั่นใจในการทำงาน ค่าความน่าเชื่อถือ 0.839 แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูงทั้งหมด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. การทำงานของฉันอยู่ในระดับที่ดี ภายใต้ขอบเขตความสามารถ	0 (0)	2 (1.3)	1 (0.7)	3 (2.0)	12 (7.8)	76 (49.7)	59 (38.6)	6.20 เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ฉันไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในปณท.	0 (0)	2 (1.3)	4 (2.6)	3 (2.0)	26 (17.0)	59 (38.6)	59 (38.6)	6.05 เห็นด้วย
3. ฉันมีความรู้ด้านเทคนิคที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน	0 (0)	0 (0)	7 (4.6)	3 (2.0)	33 (21.6)	88 (57.5)	22 (14.4)	5.75 เห็นด้วย
4. ประสบการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของฉันเพิ่มความมั่นใจให้ฉันในการทำงานให้กับปณท. ได้อย่างเต็มที่	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1.3)	8 (5.2)	66 (43.1)	77 (50.3)	6.42 เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันได้รับในปัจจุบัน	0 (0)	7 (4.6)	5 (3.3)	35 (22.9)	27 (17.6)	53 (34.6)	26 (17.0)	5.24 ค่อนข้างเห็นด้วย

ความคิดเห็นของ พนักงาน (ต่อ)	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
6. ฉันรู้สึกมั่นใจว่า ทักษะและ ความสามารถของ ฉันเทียบเท่ากับ หรือมากกว่า ความสามารถของ เพื่อนร่วมงาน	0 (0)	4 (2.6)	8 (5.2)	33 (21.6)	28 (18.3)	56 (36.6)	24 (15.7)	5.25 ค่อนข้าง เห็นด้วย
7. ฉันสามารถทำงานที่ ท้าทายมากกว่างาน ที่ฉันกำลังทำใน ปัจจุบัน	0 (0)	6 (3.9)	4 (2.6)	25 (16.3)	33 (21.6)	55 (35.9)	30 (19.6)	5.28 ค่อนข้าง เห็นด้วย
8. หากกล่าวอย่างมือ อาชีพ ฉันพึงพอใจ ในงานของฉันที่ เป็นไปตามความ คาดหวัง	0 (0)	0 (0)	3 (2.0)	10 (6.5)	27 (17.6)	63 (41.2)	50 (32.7)	5.96 เห็นด้วย
9. ฉันมั่นใจใน ความสามารถของ ฉันในการทำงาน ได้เป็นอย่างดี	0 (0)	0 (0)	1 (0.7)	4 (2.6)	17 (11.1)	65 (43.1)	66 (42.5)	6.24 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฉลี่ยรวม								5.84 เห็นด้วย

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับเฉยๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านความมั่นใจในการทำงานของตนเอง ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.84

โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ประสพการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของพนักงานเพิ่มความมั่นใจให้พนักงาน ในการทำงานให้กับ ปณท. ได้อย่างเต็มที่ หากกล่าวอย่างมีอหิพฉันมั่นใจในความสามารถของฉันทันในการทำงานได้เป็นอย่างดี และการทำงานของฉันทันอยู่ในระดับที่ดี ภายใต้ออบเขตความสามารถ

ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ฉันทันไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในปณท. หากกล่าวอย่างมีอหิพฉันพึงพอใจในงานของฉันทันที่เป็นไปตามความคาดหวัง ฉันทันมีความรู้ด้านเทคนิคที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน

ระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่ ฉันทันสามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่ฉันทันกำลังทำในปัจจุบัน ฉันทันรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของฉันทันเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน และฉันทันมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันทันได้รับในปัจจุบัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับการให้ความสำคัญต่อลูกค้า							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน	0 (0)	1 (0.7)	1 (0.7)	5 (3.3)	11 (7.2)	56 (36.6)	79 (51.6)	6.33 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับฉัน	0 (0)	0 (0)	4 (2.6)	4 (2.6)	18 (11.8)	69 (45.1)	58 (37.9)	6.13 เห็นด้วย
3. ฉันมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันทั่วทั้งที่	0 (0)	0 (0)	0 (0)	6 (3.9)	26 (17.0)	66 (43.1)	55 (35.9)	6.11 เห็นด้วย
4. ฉันรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.7)	11 (7.2)	53 (34.6)	88 (57.5)	6.49 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5. ฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1.3)	14 (9.2)	67 (43.8)	70 (45.8)	6.34 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6. ฉันพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (2.0)	15 (9.8)	64 (41.8)	71 (46.4)	6.33 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7. การบรรลุวัตถุประสงค์ของฉันคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (2.0)	10 (6.5)	52 (34.0)	88 (57.5)	6.47 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ฉันขอป้ให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง	1 (0.7)	0 (0)	3 (2.0)	3 (2.0)	25 (16.3)	70 (45.8)	51 (33.3)	6.04 เห็นด้วย

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับการให้ความสำคัญต่อลูกค้า							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉย ๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
9. ฉันชอบช่วยแก้ปัญหา ให้ลูกค้า	0 (0)	0 (0)	1 (0.7)	3 (2.0)	26 (17.0)	73 (47.7)	50 (32.7)	6.10 เห็นด้วย
10. ความสนใจสูงสุดของ ลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (2.6)	25 (16.3)	61 (39.9)	63 (41.2)	6.20 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฉลี่ยรวม								6.25 เห็นด้วย อย่างยิ่ง

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเฉยๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.25

โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ฉันรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข การบรรลุวัตถุประสงค์ ของฉันคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า ฉันพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และฉันพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ

ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับฉัน ฉันมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที ฉันชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า และฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า

ความคิดเห็นต่อระดับการให้บริการลูกค้า	จำนวนและร้อยละของระดับวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า							ค่าเฉลี่ยความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. พนักงานในที่ทำกรของท่านมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ	0 (0)	5 (3.3)	3 (2.0)	7 (4.6)	22 (14.4)	79 (51.6)	37 (24.2)	5.82 เห็นด้วย
2. เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล	4 (2.6)	0 (0)	2 (1.3)	17 (11.1)	21 (13.7)	64 (41.8)	45 (29.4)	5.76 เห็นด้วย
3. โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของที่ทำกรท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม	1 (0.7)	3 (2.0)	2 (1.3)	11 (7.2)	37 (24.2)	68 (44.4)	31 (20.3)	5.67 เห็นด้วย
4. ปณท. มีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ	1 (0.7)	6 (3.9)	12 (7.8)	15 (9.8)	37 (24.2)	56 (36.6)	26 (17.0)	5.31 เห็นด้วย
5. ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง	3 (2.0)	3 (2.0)	2 (1.3)	10 (6.5)	27 (17.6)	63 (41.2)	45 (29.4)	5.77 เห็นด้วย

ความคิดเห็นต่อระดับ การให้บริการลูกค้า(ต่อ)	จำนวนและร้อยละของระดับวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็น ด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
6. ปณท. มีการ ตรวจสอบมาตรฐาน การให้บริการอย่าง สม่ำเสมอ	0 (0)	1 (0.7)	1 (0.7)	6 (3.9)	31 (20.3)	62 (40.5)	52 (34.0)	6.01 เห็นด้วย
7. พนักงานทุกคนมี ความรู้ความเข้าใจ ในมาตรฐานการ ให้บริการเป็นอย่างดี	0 (0)	1 (0.7)	3 (2.0)	10 (6.5)	26 (17.0)	68 (44.4)	45 (29.4)	5.91 เห็นด้วย
เฉลี่ยรวม								5.75 เห็นด้วย

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเฉยๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.75 โดยทุกข้อคำถามผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทั้งหมด

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน	5.84	เห็นด้วย
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.25	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ	5.75	เห็นด้วย

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับเฉยๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 11 เป็นการแสดงผลรวมของค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นต่อกลุ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อกลุ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ดังนี้ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อกลุ่มปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้ามากที่สุด อยู่ในระดับเห็นด้วยเห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าเฉลี่ย 6.25 รองลงมาคือ กลุ่มปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 5.84 และกลุ่มปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 5.75 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 2 ด้านพนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 12 ตารางแสดงความคิดเห็นที่ได้จากข้อคำถามปลายเปิด และจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนผู้แสดง ความคิดเห็น (ราย)	คิดเป็น ร้อยละ
1. สวัสดิการไม่เพียงพอ	9	5.88
2. อุปกรณ์ไม่ทันสมัยและไม่มีสำรองเวลาชัดเจน	2	1.31
3. ต้องการการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของ ตนเอง	4	2.61
4. ปรับปรุงบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้ ดีขึ้น	2	1.31

หมายเหตุ : ความคิดเห็นมาจากพนักงานจำนวน 16 ราย จากทั้งหมด 153 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่า พนักงานจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 5.88 ที่แสดงความคิดเห็นว่า สวัสดิการไม่เพียงพอสำหรับตนเอง โดยพนักงานให้ความเห็นว่าควรจะมีสวัสดิการมากกว่านี้ ได้แก่ ควรมีประกันอุบัติเหตุ หอมกนิกรภัย และชุดสำหรับแสดงความเป็นพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สำหรับลูกจ้างนำจ่าย จ่ายค่าทำงานล่วงเวลาสำหรับพนักงานที่ทำงานล่วงเวลา และลดชั่วโมงการทำงานลง

พนักงานจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 1.31 ที่แสดงความคิดเห็นว่า อุปกรณ์ไม่ทันสมัยและไม่มีสำรองเวลาชัดเจนทำให้การทำงานค่อนข้างลำบากเวลาที่อุปกรณ์เสีย

พนักงานจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 2.61 ที่แสดงความคิดเห็นว่า ต้องการการฝึกอบรมประชุมสัมมนาเชิงวิชาการ เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

พนักงานจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 1.31 ที่แสดงความคิดเห็นว่า ควรจัดบรรยากาศทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อมการในที่ทำงานให้ดีกว่านี้ เพื่อให้พนักงานผ่อนคลาย ตั้งใจทำงาน และทำให้ลูกค้ายามีความรู้สึกที่ดีเวลามาใช้บริการ อาจมีการจัดมุมให้พนักงานพัก และมุมสำหรับให้ลูกค้าย่านทำกิจกรรมขณะรอใช้บริการ เช่น มุมให้นิตยสาร ข่าว หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เป็นต้น

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นต่อองค์การด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และการทดสอบตัวแปรด้วยวิธี ค่าแจกแจงแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ มีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อองค์การ	เพศ		T-Value	Sig.
	ชาย	หญิง		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.86	5.08	2.275	0.024*
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.25	6.38	-0.396	0.693
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	5.76	5.36	0.901	0.369

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การด้านความมั่นใจในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีระดับความมั่นใจในการทำงานในระดับเห็นด้วย มากกว่าเพศหญิง ซึ่งระดับความมั่นใจในการทำงานในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ส่วนอีก 2 ด้าน คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อองค์กร	อายุ			F-Value	Sig.
	18-38 ปี	39-45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.69	5.90	5.94	2.036	0.134
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.15	6.37	6.25	1.515	0.223
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	5.71	5.78	5.77	0.102	0.903

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้าน วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ อายุ

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถึงแม้ว่ากลุ่มอายุ 18-38 ปี จะมีระดับความคิดเห็นในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แต่ผลจากการทดสอบ F-test พบว่า ค่าเฉลี่ยดังกล่าวไม่แตกต่างจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในด้านเดียวกันของกลุ่มอายุ 39-45 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามกลุ่มการศึกษา

ความคิดเห็นต่อองค์กร	การศึกษา			F-value	Sig
	ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.88	5.48	6.04	7.079	0.001*
ด้านการให้ความสำคัญต่อ ลูกค้า	6.27	6.08	6.35	1.725	0.182
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	5.96	5.41	5.62	5.277	0.006*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า
และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ กลุ่มการศึกษา

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพัน
ด้านความมั่นใจในการทำงานและด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกกลุ่ม
การศึกษา แต่ผลการทดสอบ F-test พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
สำหรับด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปวส./อนุปริญญา
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ
การศึกษาอื่นๆ ที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่ผลการทดสอบ F-test พบว่าไม่มี
ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นพนักงานต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.3-ม.6	5.88	-	0.40 0.015*	0.16 0.434
ปวส./อนุปริญญา	5.48	-	-	0.56 0.002*
ปริญญาตรีขึ้นไป	6.04			-

Post Hoc Coparision Scheffe Method

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า มี 2 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คู่ระหว่าง ม.3-ม.6 กับ ปวส./อนุปริญญา และ คู่ระหว่าง ปวส./อนุปริญญา กับระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยการศึกษาระดับม.3-ม.6 และระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงานมากกว่าระดับ ปวส./อนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นพนักงานต่อองค์กรในด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าจําแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.3-ม.6	5.96	-	0.55 0.011*	0.34 0.124
ปวส./อนุปริญญา	5.41	-	-	0.21 0.587
ปริญญาตรีขึ้นไป	5.62	-	-	-

Post Hoc Coparision Scheffe Method

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานในด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าจําแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คู่ระหว่าง ม.3-ม.6 กับ ปวส./อนุปริญญา โดยการศึกษา ระดับม.3-ม.6 มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้ามากกว่าระดับ ปวส./อนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามกลุ่มอายุการทำงาน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	อายุการทำงาน			F-value	Sig
	1-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.78	5.83	5.92	0.489	0.614
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.22	6.25	6.30	0.212	0.809
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	5.85	5.62	5.81	1.017	0.364

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า
และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ อายุการทำงาน

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุการทำงานมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกกลุ่มอายุการทำงาน ส่วนด้านความมั่นใจในการทำงานและด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	ตำแหน่งงาน			F-value	Sig
	หัวหน้า	พนักงาน	ลูกจ้าง		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.92	5.85	5.78	0.398	0.672
ด้านการให้ความสำคัญต่อ ลูกค้า	6.47	6.17	6.24	2.584	0.079
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	5.77	5.67	5.85	0.611	0.544

หมายเหตุ : หัวหน้า หมายถึง หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ และหัวหน้า
แผนก
พนักงาน หมายถึง พนักงานไปรษณีย์ พนักงานปฏิบัติการ พนักงานธุรการ พนักงานขนส่ง
และ พนักงานนำจ่าย
ลูกจ้าง หมายถึง ลูกจ้างนำจ่ายไปรษณีย์
ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน, ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้าน
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลุ่มตำแหน่งงาน

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุการทำงานมีความคิดเห็นต่อ
องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้
ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกกลุ่มตำแหน่งงาน ส่วนด้านความมั่นใจในการทำงานและด้าน
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามกลุ่มเงินเดือน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	เงินเดือน			F-value	Sig
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.77	5.90	5.86	0.549	0.579
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.23	6.30	6.23	0.216	0.806
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	5.84	5.65	5.76	0.643	0.527

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า
และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ กลุ่มเงินเดือน

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุการทำงานมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกกลุ่มเงินเดือน ส่วนด้านความมั่นใจในการทำงานและด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 3.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ตารางที่ 21 แสดงค่าความน่าเชื่อถือต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทั้ง 3 ด้าน

องค์ประกอบความผูกพัน	ค่าความน่าเชื่อถือ (α)
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	0.825
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	0.860
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	0.839

จากตารางที่ 21 จากการหาค่าความน่าเชื่อถือ(Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความน่าเชื่อถือในระดับสูงทุกด้าน โดยองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานมีค่าความน่าเชื่อถือมากที่สุดเท่ากับ 0.860 รองลงมาได้แก่ ด้านความมุ่งมั่น ค่าความน่าเชื่อถือ 0.839 และด้านความกระฉับกระเฉง ค่าความน่าเชื่อถือ 0.825 แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ตารางที่ 22 แสดงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความกระฉับกระเฉง(Vigor)

ความผูกพันของพนักงานด้านความกระฉับกระเฉง	ค่าเฉลี่ย
1. ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน	6.22
2. ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน	6.16
3. เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน	6.04
4. ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน	5.88
5. ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดี	6.01
6. ในการทำงาน ฉันมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม	6.32
ค่าเฉลี่ยรวม	6.11 (สูงมาก)

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.20 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.21 – 3.40 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.60 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.61 – 5.80 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.81 – 7.00 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉง(Vigor) อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.11

โดยทุกความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ได้แก่ ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดี และในการทำงานฉันมีความมุ่งมั่นเสมอแม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม

ตารางที่ 23 แสดงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)

ความผูกพันของพนักงานด้านความทุ่มเทในงาน	ค่าเฉลี่ย
1. ฉันพบว่า งานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน	6.34
2. ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.25
3. งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน	6.16
4. ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ	6.63
5. ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมาก	6.16
ค่าเฉลี่ยรวม	6.31 (สูงมาก)

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.20 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.21 – 3.40 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.60 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.61 – 5.80 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.81 – 7.00 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงาน(Dedication) อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.31

โดยทุกความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ได้แก่ ฉันพบว่างานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ และฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 24 แสดงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความมุ่งมั่น(Absorption)

ความผูกพันของพนักงานด้านความมุ่งมั่น	ค่าเฉลี่ย
1. ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว	6.30
2. เมื่อฉันทำงาน ฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว	5.71
3. ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจ	6.32
4. ฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉัน	6.06
5. ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน	5.43
6. การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยาก	5.52
ค่าเฉลี่ยรวม	5.86 (สูงมาก)

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.20 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.21 – 3.40 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.60 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.61 – 5.80 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.81 – 7.00 หมายถึง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่น (Absorption) อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.86

โดยความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ได้แก่ ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจ ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว และฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉัน

ความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อฉันทำงานฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยาก และฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามเพศ

องค์ประกอบความผูกพัน	เพศ		T-Value	Sig.
	ชาย	หญิง		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.11	6.04	0.207	0.836
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.30	6.60	-0.959	0.339
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.89	6.04	-0.402	0.688

จากตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า พนักงานเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามอายุ

องค์ประกอบความผูกพัน	อายุ			F-Value	Sig.
	18-38 ปี	39-45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.04	6.11	6.17	0.631	0.534
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.30	6.34	6.29	0.080	0.923
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.84	5.90	5.93	0.196	0.822

จากตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานทุกระดับอายุมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ องค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา

องค์ประกอบความผูกพัน	ระดับการศึกษา			F-Value	Sig.
	ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี ขึ้นไป		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.16	5.91	6.16	1.981	0.142
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.40	6.11	6.30	2.629	0.075
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.97	5.75	5.86	0.986	0.375

จากตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามระดับ พบว่า พนักงานทุกระดับการศึกษามีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉง และด้านความทุ่มเทในงาน อยู่ในระดับสูงมาก ส่วนองค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่นนั้น พนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา มีความผูกพันอยู่ในระดับสูง ในขณะที่พนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับ ม.3-ม.6 และระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความผูกพันอยู่ในระดับสูงมาก แต่จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามอายุการทำงาน

องค์ประกอบความผูกพัน	อายุการทำงาน			F-Value	Sig.
	1-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.12	6.02	6.18	0.877	0.418
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.35	6.30	6.29	0.152	0.859
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.89	5.82	5.98	0.564	0.570

จากตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุการทำงาน พบว่า พนักงานทุกระดับอายุการทำงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุการทำงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งงาน

องค์ประกอบความผูกพัน	ตำแหน่งงาน			F-Value	Sig.
	หัวหน้า	พนักงาน	ลูกจ้าง		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.27	6.02	6.13	1.772	0.174
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.45	6.22	6.35	1.756	0.176
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.00	5.83	5.92	0.591	0.555

หมายเหตุ: หัวหน้า หมายถึง หัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ ผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำการไปรษณีย์ และหัวหน้าแผนก
 พนักงาน หมายถึง พนักงานไปรษณีย์ พนักงานปฏิบัติการ พนักงานธุรการ พนักงานขนส่ง และพนักงานนำจ่าย
 ลูกจ้าง หมายถึง ลูกจ้างนำจ่ายไปรษณีย์

จากตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานทุกตำแหน่งงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ องค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามกลุ่มเงินเดือน

องค์ประกอบความผูกพัน	กลุ่มเงินเดือน			F-Value	Sig.
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.12	6.08	6.12	0.065	0.937
ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication)	6.34	6.28	6.32	0.134	0.874
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.90	5.89	5.88	0.003	0.997

จากตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามเงินเดือน พบว่า พนักงานทุกระดับเงินเดือนมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านความทุ่มเทในงาน และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับเงินเดือนมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับความผูกพันต่อองค์กรใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor) ด้านความทุ่มเทในงาน (Dedication) และด้านความมุ่งมั่น (Absorption) โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพัน ด้านความกระฉับกระเฉง				R	R Square
	B	β	T	Sig.		
(Constant)	0.919	-	-	-	0.800 ^a	0.640
ความมั่นใจในการทำงาน	0.297	0.326	5.171	0.000*		
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.368	0.365	5.751	0.000*		
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.200	0.283	4.932	0.000*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นทั้ง 3 ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า และตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง พบว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.800 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงได้ร้อยละ 64.0 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงอีกร้อยละ 36.0 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงได้มากที่สุด ($\beta = 0.365$) รองลงมาคือด้านความมั่นใจในการทำงาน ($\beta = 0.326$) และสุดท้ายด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ($\beta = 0.283$)

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความทุ่มเทในงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพัน ด้านความทุ่มเทในงาน				R	R Square
	B	β	T	Sig.		
(Constant)	1.460	-	-	-	0.744 ^a	0.554
ความมั่นใจในการทำงาน	0.229	0.255	3.648	0.000*		
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.454	0.459	6.506	0.000*		
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.117	0.168	2.636	0.009*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นทั้ง 3 ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า และตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านความทุ่มเทในงาน พบว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.744 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานได้ร้อยละ 55.40 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานอีกร้อยละ 44.60 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่นๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.459$) รองลงมาคือด้านความมั่นใจในการทำงาน ($\beta = 0.255$) และสุดท้ายด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ($\beta = 0.168$)

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพัน ด้านความมุ่งมั่น				R	R Square
	B	β	T	Sig.		
(Constant)	-0.712	-	-	-	0.756 ^a	0.571
ความมั่นใจในการทำงาน	0.231	0.209	3.044	0.003*		
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.595	0.487	7.036	0.000*		
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.173	0.201	3.218	0.002*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นทั้ง 3 ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า และตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น พบว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.756 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานได้ร้อยละ 57.10 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานอีกร้อยละ 42.90 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความทุ่มเทในงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.487$) รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ($\beta = 0.209$) และสุดท้ายด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ($\beta = 0.201$)