

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในจังหวัดพะเยา ทั้งหมด 8 แห่ง จำนวน 108 คน และจากการเก็บข้อมูลได้ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 7 - 12)

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า (ตารางที่ 13 – 21)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 3.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (ตารางที่ 22 – 34)

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (ตารางที่ 35-37)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	82	75.9
หญิง	26	24.1
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 75.9 และเพศหญิงจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 24 ปี	7	6.5
25 – 31 ปี	23	21.3
32 – 38 ปี	17	15.7
39 – 45 ปี	29	26.9
46 – 52 ปี	23	21.3
53 – 60 ปี	9	8.3
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 39 – 45 ปี มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมา คืออายุระหว่าง 25 – 31 ปีและ อายุระหว่าง 46 – 52 ปี มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อายุระหว่าง 32 – 38 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 อายุระหว่าง 53 – 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอายุระหว่าง 18 – 24 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ม.3	3	2.8
ม. 6/ปวช.	37	34.3
อนุปริญญา/ปวส.	28	25.9
ปริญญาตรี	40	37.0
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.0
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ ระดับม. 6/ปวช.จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ระดับม.3 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับและไม่มีผู้ใดเลยที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	34	31.5
6 – 10 ปี	19	17.6
11 – 15 ปี	14	13.0
16 – 20 ปี	16	14.8
มากกว่า 20 ปี	25	23.1
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุการทำงานระหว่าง 1 – 5 ปีมากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ อายุการทำงานมากกว่า 20 ปีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 อายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 อายุการทำงานระหว่าง 16 – 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอายุการทำงานระหว่าง 11 – 15 ปีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าที่ทำกร	6	5.6
ผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำกร	3	2.8
หัวหน้าแผนก	7	6.5
พนักงานไปรษณีย์	17	15.7
พนักงานปฏิบัติการ	7	6.5
พนักงานนำจ่าย	31	28.7
อื่นๆ เช่น ลูกจ้างนำจ่าย, ลูกจ้างประจำ	37	34.3
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งอื่นๆ คือ ลูกจ้างนำจ่ายหรือลูกจ้างประจำ มากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ตำแหน่งพนักงานนำจ่าย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ตำแหน่งพนักงานไปรษณีย์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตำแหน่งหัวหน้าแผนกและ ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ จำนวนเท่ากันคือจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 หัวหน้าที่ทำกร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าที่ทำกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราเงินเดือน

อัตราเงินเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	49	45.4
10,001 – 20,000 บาท	21	19.4
20,001 – 30,000 บาท	13	12.0
30,001 – 40,000 บาท	10	9.3
40,001 – 50,000 บาท	7	6.5
50,001 – 60,000 บาท	1	3.9
60,001 บาทขึ้นไป	7	6.5
รวม	108	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมา มีอัตราเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 อัตราเงินเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อัตราเงินเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 อัตราเงินเดือนระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท และอัตราเงินเดือน 60,001 บาทขึ้นไป จำนวนเท่ากัน คือจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอัตราเงินเดือนระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

ตารางที่ 7 แสดงค่าความน่าเชื่อถือต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน	ค่าความน่าเชื่อถือ (α)
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	0.820
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.886
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.851

จากตารางที่ 7 จากการหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความน่าเชื่อถือในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าค่าความน่าเชื่อถือ 0.820 ด้านวัฒนธรรมในการให้ความสำคัญต่อลูกค้า ค่าความน่าเชื่อถือ 0.886 และด้านความมั่นใจในการทำงาน ค่าความน่าเชื่อถือ 0.851 แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูงทั้งหมด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นการของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. การทำงานอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถ	0 (0.0)	1 (0.9)	2 (1.9)	7 (6.5)	9 (8.3)	49 (45.4)	40 (37.0)	6.06 เห็นด้วย
2. ไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในปณท.	1 (0.9)	0 (0.0)	1 (0.9)	4 (3.7)	13 (12.0)	42 (38.9)	47 (43.5)	6.17 เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีความรู้ด้านเทคนิคที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (2.8)	25 (23.1)	47 (43.5)	33 (30.6)	6.02 เห็นด้วย
4. ประสบการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาทำให้เพิ่มความมั่นใจในการทำงานให้กับปณท.ได้เต็มที่	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.8)	10 (9.3)	36 (33.3)	59 (54.6)	5.40 เห็นด้วย
5. มีรู้สึกว่ามีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันได้รับในปัจจุบัน	1 (0.9)	1 (0.9)	3 (2.8)	21 (19.4)	20 (18.5)	33 (30.6)	29 (26.9)	5.53 เห็นด้วย

ความคิดเห็นของ พนักงาน (ต่อ)	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
6. รู้สึกมั่นใจว่าทักษะ และความสามารถ เทียบกับหรือ มากกว่า ความสามารถของ เพื่อนร่วมงาน	0 (0.0)	1 (0.9)	1 (0.9)	20 (18.5)	22 (20.4)	38 (35.2)	26 (24.1)	5.60 เห็นด้วย
7. สามารถทำงานที่ท้า ทายมากกว่างานที่ กำลังทำในปัจจุบัน	1 (0.9)	0 (0.0)	3 (2.8)	12 (11.1)	27 (25.0)	40 (37.0)	25 (23.1)	5.64 เห็นด้วย
8. หากกล่าวอย่างมือ อาชีพ มีพึงพอใจ ในงานที่เป็นไป ตามความคาดหวัง	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)	6 (5.6)	23 (21.3)	39 (36.1)	39 (36.1)	6.00 เห็นด้วย
9. มั่นใจใน ความสามารถใน การทำงานได้เป็น อย่างดี	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (3.7)	12 (11.1)	44 (40.7)	48 (44.4)	6.26 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฉลี่ยรวม								5.96 เห็นด้วย

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ ไม่ค่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ เฉยๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ ค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านปัจจัยกลุ่มความมั่นใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.96

ระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจมีความคิดเห็นว่าตนเองไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในที่ทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.17 และตนเองมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองที่มีอยู่ในการทำงานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.26

โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำงานของตนเองนั้นอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.06 รวมทั้งมีความรู้ด้านเทคนิค ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.02 ส่วนด้านประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของตนเองนั้นสามารถเพิ่มความมั่นใจในการทำงานให้กับบริษัท ได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.40 กลุ่มตัวอย่างรู้สึกที่ตนเองมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.53 และรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของตนเองนั้นเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.60 อีกทั้งความสามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่ตนเองกำลังทำในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.64 และ ลำดับความคิดเห็นสุดท้ายตนเองพึงพอใจในงานที่เป็นไปตามความคาดหวัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล ในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับการให้ความสำคัญต่อลูกค้า							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่าย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (7.4)	42 (38.9)	58 (53.7)	6.46 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (12.0)	50 (46.3)	45 (41.7)	6.30 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. มีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันที่	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	13 (12.0)	49 (45.4)	44 (40.7)	6.25 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
4. รู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	11 (10.2)	28 (25.9)	67 (62.0)	6.48 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5. มีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	5 (4.6)	50 (46.3)	52 (48.1)	6.42 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6. พยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	11 (10.2)	40 (37.0)	56 (51.9)	6.40 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7. การบรรลุวัตถุประสงค์คือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	6 (5.6)	50 (46.3)	51 (47.2)	6.40 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8. ขอบใจลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (5.6)	5 (4.6)	12 (11.1)	40 (37.0)	45 (41.7)	6.05 เห็นด้วย

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนและร้อยละของระดับการให้ความสำคัญต่อลูกค้า							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
9. ชอบช่วยแก้ปัญหาให้ ลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	1 (0.9)	18 (16.7)	50 (46.3)	38 (35.2)	6.14 เห็นด้วย
10. ความสนใจสูงสุดของ ลูกค้าอยู่ในใจเสมอ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	2 (1.9)	8 (7.4)	50 (46.3)	46 (42.6)	6.26 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฉลี่ยรวม								6.31 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

ตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยกลุ่มการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.31

โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับการปฏิบัติงานในแต่ละวันของตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.46 การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.30 ตนเองมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.25 และรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.48 อีกทั้งตนเองมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.42 และพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.40 รวมไปถึงการบรรลุมิตรภาพระสงค์ ในการทำงานของตนเองคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.40 และความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจของตนเองเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.26

ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ตนเองชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.05 และชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.14

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล ในด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า

ความคิดเห็นต่อระดับการให้บริการลูกค้า	จำนวนและร้อยละของระดับวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า							ค่าเฉลี่ยความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. พนักงานในที่ทำกรของท่านมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการ ได้อย่างมีคุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	2 (1.9)	13 (12.0)	56 (51.9)	35 (32.4)	6.11 เห็นด้วย
2. เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (6.5)	15 (13.9)	47 (43.5)	39 (36.1)	6.09 เห็นด้วย
3. โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (3.7)	24 (22.2)	52 (48.1)	28 (25.9)	5.96 เห็นด้วย
4. ปณท. มีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ	0 (0.0)	1 (0.9)	2 (1.9)	6 (5.6)	23 (21.3)	49 (45.4)	27 (25.0)	5.83 เห็นด้วย
5. ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงใจในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง	0 (0.0)	1 (0.9)	3 (2.8)	2 (1.9)	20 (18.5)	48 (44.4)	34 (31.5)	5.97 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 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	0 (0.0)	11 (10.2)	43 (39.8)	52 (48.1)	6.32 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7. พนักงานทุกคนมี ความรู้ความเข้าใจ ในมาตรฐานการ ให้บริการเป็นอย่างดี	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	3 (2.8)	13 (12.0)	51 (47.2)	40 (37.0)	6.17 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฉลี่ยรวม								6.06 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 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้านปัจจัยกลุ่มวัฒนธรรมการให้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.06

โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบริษัท ไปรษณีย์ไทย จังหวัดพะเยา มีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.32 และพนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.17

ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ พนักงานในที่ทำกรของตนเองนั้นมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.11 และเมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 6.09 โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของที่ทำงานอยู่ในระดับยอดเยี่ยม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.96 และทางบริษัทมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานใน

การทำงานและให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.83 และ ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.97

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน	5.96	เห็นด้วย
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.31	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ	6.06	เห็นด้วย

หมายเหตุ : การแปลผล

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับ ไม่ค่อยเห็นด้วย

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 6.31 รองลงมา คือ กลุ่ม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 6.06 และกลุ่มปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 5.96 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 2 ด้านพนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 12 ตารางแสดงความคิดเห็นที่ได้จากข้อคำถามปลายเปิด และจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น

ความคิดเห็นของพนักงาน	จำนวนผู้แสดง ความคิดเห็น (ราย)	คิดเป็น ร้อยละ
1. ต้องการเพิ่มเงินพิเศษ หรือสวัสดิการอื่นๆ	22	20.37
2. อุปกรณ์ก่อนข้างจะล่าสมัย	9	8.33

จากตารางที่ 12 พบว่า พนักงานจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 20.37 ที่แสดงความคิดเห็นว่า เฉพาะเงินเดือนที่ตนเองได้รับในแต่ละเดือนนั้นไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพในปัจจุบัน ที่ค่าครองชีพเพิ่มสูงยิ่งขึ้นทุกวัน น่าจะมีเงินช่วยเหลือพิเศษสำหรับเจ้าหน้าที่ขององค์กร อาจจะเป็น เบี้ยขยันสำหรับบุคคลที่ตั้งใจทำงาน หรือ อาจจะมีประกันอุบัติเหตุหรือการรักษาพยาบาลอื่นๆด้วย

พนักงานจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ที่แสดงความคิดเห็นว่า อุปกรณ์ไม่ทันสมัยและไม่มีสำรองเวลาขัดข้องทำให้การทำงานค่อนข้างล่าช้าเวลาที่อุปกรณ์เสีย และก่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่ล่าช้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อองค์การ	เพศ		T-Value	Sig.
	ชาย	หญิง		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.89	6.19	-2.160	0.033*
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.32	6.31	0.043	0.966
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	6.02	6.19	-1.114	0.268

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การด้านความมั่นใจในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีระดับความมั่นใจในการทำงานในระดับเห็นด้วย น้อยกว่าเพศหญิงซึ่งเพศหญิงมีระดับความมั่นใจในการทำงานในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนอีก 2 ด้าน คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าเพศชายมีระดับความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วย ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อองค์กร	อายุ			F-Value	Sig.
	18-38 ปี	39-45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.93	6.09	5.88	0.883	0.417
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.19	6.48	6.33	4.171	0.018*
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	6.02	6.17	6.02	0.551	0.578

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ อายุ

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร 2 ด้าน คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความมั่นใจในการทำงาน ทุกกลุ่มอายุมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้ากลุ่มอายุ 18-38 ปี และกลุ่มอายุ มากกว่า 45 ปีมีระดับความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วย ส่วนกลุ่มอายุ 39-45 ปี มีความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนองค์ประกอบของความคิดเห็นต่อองค์กร ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นพนักงานต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้างแยกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		18-38 ปี	39-45 ปี	มากกว่า 45 ปี
18-38 ปี	6.19	-	-0.29 0.019*	0.13 0.396
39-45 ปี	6.48	-	-	0.16 0.364
มากกว่า 45 ปี	6.33	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้างแยกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คู่ระหว่าง อายุ 18-38 ปี และ คู่ระหว่าง อายุ 39-45 ปี โดย คู่ระหว่าง อายุ 18-38 ปีไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง น้อยกว่า คู่ระหว่าง อายุ 39-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามกลุ่มการศึกษา

ความคิดเห็นต่อองค์กร	การศึกษา			F-value	Sig
	ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	6.03	6.14	5.76	3.417	0.036*
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.35	6.46	6.17	3.808	0.025*
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	6.07	6.26	5.91	2.474	0.089

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ กลุ่มการศึกษา

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มการศึกษามีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้ากลุ่มการศึกษา ม.3-ม.6 และกลุ่มการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และ กลุ่มการศึกษา ปวส./อนุปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนองค์ประกอบของความคิดเห็นต่อองค์กรด้านความมั่นใจในการทำงานและ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นพนักงานต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.3-ม.6	6.03	-	-0.11 0.464	0.26 0.600
ปวส./อนุปริญญา	6.14	-	-	0.38 0.015*
ปริญญาตรีขึ้นไป	5.76			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คู่ระหว่าง ปวส./อนุปริญญา กับ ปริญญาตรีขึ้นไป โดยการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงานมากกว่าระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นพนักงานต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.3-ม.6	6.35	-	-0.10 0.601	0.17 0.193
ปวส./อนุปริญญา	6.46	-	-	0.28 0.032*
ปริญญาตรีขึ้นไป	6.17	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงานในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าจำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ คู่ระหว่าง ปวส./อนุปริญญา กับ ปริญญาตรีขึ้นไป โดยการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า มากกว่าระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามกลุ่มอายุการทำงาน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	อายุการทำงาน			F-value	Sig
	1-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	6.00	5.85	6.01	0.591	0.556
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.29	6.29	6.38	0.437	0.647
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	6.13	5.92	6.08	1.046	0.355

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้าน
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ อายุการทำงาน

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

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	ตำแหน่งงาน			F-value	Sig
	หัวหน้า	พนักงาน	ลูกจ้าง		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.82	6.05	5.89	1.131	0.327
ด้านการให้ความสำคัญต่อ ลูกค้า	6.28	6.37	6.24	1.010	0.368
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ลูกค้า	5.92	6.10	6.06	0.498	0.609

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

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุการทำงานมีความคิดเห็นต่อ
องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้
ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกกลุ่มตำแหน่งงาน ส่วนด้านความมั่นใจในการทำงานและด้าน
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จำแนกตามกลุ่มเงินเดือน

ความคิดเห็นต่อองค์กร	เงินเดือน			F-value	Sig
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ด้านความมั่นใจในการทำงาน	5.94	5.90	6.07	0.488	0.616
ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า	6.27	6.32	6.38	0.541	0.584
ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	6.09	6.05	6.01	0.130	0.879

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม คือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า
ตัวแปรอิสระ คือ กลุ่มเงินเดือน

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุการทำงานมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในทุกกลุ่มเงินเดือน ส่วนด้านความมั่นใจในการทำงานและด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตอนที่ 3.1 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ตารางที่ 22 แสดงค่าความน่าเชื่อถือต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทั้ง 3 ด้าน

องค์ประกอบความผูกพัน	ค่าความน่าเชื่อถือ (α)
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	0.855
ด้านการเสียสละ (Dedication)	0.800
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	0.836

จากตารางที่ 22 จากการหาค่าความน่าเชื่อถือ(Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความน่าเชื่อถือในระดับสูงทุกด้าน โดยองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงมีค่าความน่าเชื่อถือมากที่สุดเท่ากับ 0.855 รองลงมาได้แก่ ด้านความมุ่งมั่น ค่าความน่าเชื่อถือ 0.836 และ ค่าความน่าเชื่อถือของการเสียสละเท่ากับ 0.800 แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ตารางที่ 23 แสดงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)

ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานด้านความ กระฉับกระเฉง	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของ พนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลัง เต็มที่ในการทำงาน	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)	6 (5.6)	16 (14.8)	42 (38.9)	43 (39.8)	6.10 สูงมาก
2. ฉันรู้สึกมีความชำนาญ และเชี่ยวชาญในงานของ ฉัน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (6.5)	20 (18.5)	38 (35.2)	43 (39.8)	6.08 สูงมาก
3. เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอน เช้า ฉันรู้สึกอยากไป ทำงาน	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	6 (5.6)	15 (13.9)	38 (35.2)	48 (44.4)	6.17 สูงมาก
4. ฉันสามารถทำงานได้ อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ เวลานาน	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	6 (5.6)	29 (26.8)	35 (32.4)	37 (34.3)	5.94 สูงมาก
5. ฉันสามารถปรับอารมณ์ ให้สนุกกับการทำงาน ของฉันได้เป็นอย่างดี	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (6.5)	22 (20.3)	45 (41.7)	34 (31.5)	6.54 สูงมาก
6. ในการทำงาน ฉันมีความ มุ่งมั่นเสมอ แม้งาน บางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ ตาม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.8)	16 (14.8)	44 (40.7)	45 (40.7)	6.21 สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม								6.10 (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 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระตือรือร้น (Vigor) **อยู่ในระดับสูงมาก** มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.10

โดยทุกความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมากทุกหัวข้อ ได้แก่ พนักงานจะรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.10 และรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานที่ทำอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.08 พนักงานรู้สึกอยากไปทำงานทุกวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.17 รวมไปถึงตนเองสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.94 อีกทั้งตนเองยังสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.54 และมีความมุ่งมั่นเสมอแม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.21

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านการเสียสละ (Dedication)

ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานด้านการเสียสละ	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของ พนักงาน							ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็น ด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
1. ฉันพบว่า งานที่ฉันทำ เป็นสิ่งที่มีความหมาย และมีเป้าหมายชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.8)	18 (16.6)	37 (34.3)	50 (46.3)	6.24 สูงมาก
2. ฉันมีความกระตือรือร้น ในการทำงาน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.8)	16 (14.8)	43 (39.8)	46 (42.6)	6.22 สูงมาก
3. งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (3.7)	19 (17.6)	38 (35.2)	47 (43.5)	6.19 สูงมาก
4. ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	7 (6.5)	29 (26.9)	70 (64.7)	6.55 สูงมาก
5. ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่ เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับ ฉันเป็นอย่างมาก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (10.2)	16 (14.8)	34 (31.5)	47 (43.5)	6.08 สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม								6.25 (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 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละ (Dedication) **อยู่ในระดับสูงมาก** มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.25

โดยทุกความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมากทุกหัวข้อ ได้แก่ งานที่ตนเองได้รับผิดชอบนั้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.24 ทำให้มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.22 และ งานของตนเองสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.19 พนักงานจะภูมิใจในงานที่ทำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.55 และตนเองพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.08



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความมุ่งมั่น (Absorption)

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านความมุ่งมั่น	จำนวนและร้อยละของระดับความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน							ค่าเฉลี่ยความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึก ว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (5.6)	14 (13.0)	36 (33.3)	52 (48.1)	6.24 สูงมาก
2. เมื่อนั่งทำงาน ฉันลืม เรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว	0 (0.0)	2 (1.9)	4 (3.7)	6 (5.6)	23 (21.2)	37 (34.3)	36 (33.3)	5.82 สูงมาก
3. ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อ ฉันทำงานอย่างตั้งใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	19 (17.6)	47 (43.5)	40 (37.0)	6.16 สูงมาก
4. ฉันจดจ่ออยู่กับงานของ ฉัน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (6.5)	16 (14.8)	48 (44.4)	37 (34.3)	6.06 สูงมาก
5. ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้ง เมื่อนั่งทำงาน	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.9)	18 (16.6)	18 (16.6)	41 (38.0)	29 (26.9)	5.71 สูง
6. การดึงความสนใจของ ฉันออกจากงานเป็นเรื่อง ยาก	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	11 (10.2)	20 (18.5)	42 (38.9)	34 (31.5)	6.45 สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม								6.02 (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 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่น (Absorption) อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.02

โดยความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ได้แก่ ทุกครั้งที่ตนเองทำงานจะรู้สึกที่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.24 จนเมื่อทำงานตนเองจะลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.82 อีกทั้งรู้สึกมีความสุขเมื่อตนเองได้ทำงานอย่างตั้งใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.16 รวมไปถึงสามารถจดจ่ออยู่กับงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.06 และ สุดท้ายการดึงความสนใจของตนเองออกจากงานนั้นเป็นเรื่องยากมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.45

ความคิดเห็นพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง คือ ตนเองจะรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.71

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามเพศ

องค์ประกอบความผูกพัน	เพศ		T-Value	Sig.
	ชาย	หญิง		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.01	6.67	-0.257	0.011*
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.28	6.16	0.803	0.424
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.09	6.00	0.733	0.627

จากตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเพศ พบว่า พนักงานเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก แต่จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร 2 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการเสียสละ และ ด้านความมุ่งมั่น ส่วนองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร ด้านความกระฉับกระเฉงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงน้อยกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามอายุ

องค์ประกอบความผูกพัน	อายุ			F-Value	Sig.
	18-38 ปี	39-45 ปี	มากกว่า 45 ปี		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.20	6.23	6.07	0.168	0.846
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.26	6.32	6.17	0.441	0.645
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	5.98	6.39	5.91	1.514	0.225

จากตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานทุกระดับอายุมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา

องค์ประกอบความผูกพัน	ระดับการศึกษา			F-Value	Sig.
	ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี ขึ้นไป		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.27	6.11	6.11	0.235	0.791
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.42	6.28	6.06	3.482	0.034*
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.10	6.10	6.02	0.067	0.935

จากตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พนักงานทุกระดับการศึกษามีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉง และด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก แต่จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร 2 ด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉงและด้านความมุ่งมั่น ส่วนองค์ประกอบความผูกพัน ด้านการเสียสละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ
จำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ม.3-ม.6	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรีขึ้นไป
ม.3-ม.6	6.42	-	0.14 0.656	0.36 0.036*
ปวส./อนุปริญญา	6.28	-	-	0.22 0.349
ปริญญาตรีขึ้นไป	6.06	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ
จำแนกตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นรายคู่พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
คือ คู่ระหว่าง ม.3-ม.6 กับ ปริญญาตรีขึ้นไป โดยการศึกษาในระดับม.3-ม.6 มีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อ
องค์กร ด้านการเสียสละ มากกว่าระดับ ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามอายุการทำงาน

องค์ประกอบความผูกพัน	อายุการทำงาน			F-Value	Sig.
	1-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.09	6.22	6.28	0.266	0.767
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.33	5.95	6.44	5.441	0.006*
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.06	5.83	6.49	2.887	0.060

จากตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามอายุการทำงาน พบว่า พนักงานทุกระดับอายุการทำงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุการทำงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร 2 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉงและด้านความมุ่งมั่น แต่ในส่วนขององค์ประกอบความผูกพัน ด้านการเสียสละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ
จำแนกตามปัจจัยด้านอายุการทำงานเป็นรายคู่

อายุการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		1-10 ปี	11-20 ปี	มากกว่า 20 ปี
1-10 ปี	6.33	-	0.38 0.023*	-0.10 0.791
11-20 ปี	5.95	-	-	0.48 0.148
มากกว่า 20 ปี	6.44	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ
จำแนกตามปัจจัยด้านอายุการทำงานเป็นรายคู่พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ คือ คู่ระหว่าง อายุการทำงานระหว่าง 1-10 ปี กับ อายุการทำงานระหว่าง 11-20 ปี โดยอายุ
การทำงานระหว่าง 1-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์กร ด้านการเสียสละ มากกว่าอายุการ
ทำงานระหว่าง 11-20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งงาน

องค์ประกอบความผูกพัน	ตำแหน่งงาน			F-Value	Sig.
	หัวหน้า	พนักงาน	ลูกจ้าง		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.05	6.31	6.00	0.856	0.428
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.27	6.22	6.29	0.166	0.847
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.48	6.04	5.93	1.261	0.288

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

จากตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานทุกตำแหน่งงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ องค์ประกอบความผูกพันของพนักงาน จำแนกตามกลุ่มเงินเดือน

องค์ประกอบความผูกพัน	เงินเดือน			F-Value	Sig.
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor)	6.09	6.17	6.32	0.297	0.744
ด้านการเสียสละ (Dedication)	6.28	6.12	6.36	1.146	0.322
ด้านความมุ่งมั่น (Absorption)	6.01	5.89	6.58	3.473	0.035*

จากตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบขององค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดพะเยา จำแนกตามเงินเดือน พบว่า พนักงานทุกระดับเงินเดือน มีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความกระฉับกระเฉง ด้านการเสียสละ และด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับสูงมาก และจากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุการทำงานมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร 2 ด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉงและด้านการเสียสละ แต่ ในส่วนขององค์ประกอบความผูกพัน ด้านความมุ่งมั่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความมุ่งมั่น
จำแนกตามปัจจัยด้านเงินเดือนเป็นรายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างค่าเฉลี่ย / Sig.		
		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้น ไป
ไม่เกิน 10,000 บาท	6.01	-	0.22 0.696	-0.56 0.141
10,001-30,000 บาท	5.79	-	-	-0.78 0.039*
30,000 บาท ขึ้นไป	6.58	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความมุ่งมั่น
จำแนกตามปัจจัยด้านเงินเดือนเป็นรายคู่พบว่า มี 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
คือ คู่ระหว่างเงินเดือน 10,001-30,000 บาท กับ เงินเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป โดยเงินเดือน 10,001-
30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อองค์กร ด้านความมุ่งมั่น น้อยกว่า เงินเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับความผูกพันต่อองค์กรใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความกระฉับกระเฉง (Vigor) ด้านการเสียสละ (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. The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path around the elephant. There are also some floral or sun-like symbols on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง			R	R Square
	B	T	Sig.		
ความมั่นใจในการทำงาน	0.221	3.592	0.004*	0.711 ^a	0.516
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.622	7.220	0.000*		
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.269	3.829	0.002*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านความกระฉับกระเฉง มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.711 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงได้ร้อยละ 51.60 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงอีกร้อยละ 48.40 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านความกระฉับกระเฉงได้มากที่สุด (B = 0.622) รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า(B = 0.269) และสุดท้ายความมั่นใจในการทำงาน(B = 0.221)

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละ			R	R Square
	B	T	Sig.		
	ความมั่นใจในการทำงาน	0.075	1.837		
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.419	3.178	0.002*	0.592 ^a	0.450
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.250	2.599	0.011*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่ามีตัวแปรต้น 2 ด้าน ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านการเสียสละ มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.592 โดยพบว่าตัวแปรต้น 2 ตัวนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละได้ร้อยละ 45.00 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละอีกร้อยละ 55.00 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียสละได้มากที่สุด (B = 0.419) และสุดท้ายด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า (B = 0.250)

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ต่อองค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น			R	R Square
	B	T	Sig.		
ความมั่นใจในการทำงาน	0.368	4.329	0.000*	0.710 ^a	0.568
การให้ความสำคัญต่อลูกค้า	0.526	6.875	0.000*		
วัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า	0.299	3.461	0.003*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

a Predictors: (Constant), ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

จากตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมั่นใจในการทำงาน การให้ความสำคัญต่อลูกค้า และวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า ตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบความผูกพันด้านความมุ่งมั่น มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.710 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์องค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียดสได้ร้อยละ 56.80 ส่วนองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียดสอีกร้อยละ 43.20 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียดสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่าปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า สามารถทำนายองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรด้านการเสียดสได้มากที่สุด (B = 0.526) รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจในการทำงาน (B = 0.368) และสุดท้ายด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า (B = 0.299)