

Title	CAUSAL RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL LOYALTY AND EFFECTIVENESS OF THE PSYCHOLOGICAL INTEGRATED PROGRAM FOR ORGANIZATIONAL LOYALTY PROMOTION OF GENERATION Y TELECOMMUNICATION ENGINEER IN THAI PUBLIC ENTERPRISES
Author	CHATCHAWAL ORAWONGSUPHATHAT
Degree	DOCTOR OF PHILOSOPHY
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Assistant Professor SARAN PIMTHONG , Ph.D.
Thesis Co-Advisor	

There were 2 phases of this research. Phase 1 aimed to validate factors effecting to organizational loyalty of 527 Gen Y telecommunication engineers in Thai Public Enterprise with Cronbach's alpha coefficient between 0.83 to 0.95. For phase 2 aimed to study the effectiveness of the psychological integrated program for organizational loyalty promotion by adopting two high standard influence variables from phase 1, job satisfaction and psychological empowerment, to develop the activity sets for this program. Developmental tool was psychological integrated program for organizational loyalty promotion MANCOVA and two-way MANOVA were used for hypothesis testing.

The phase 1 findings revealed that the adjusted causal model was consistent with the empirical data with $c^2 = 112.94$, $df = 94$, $p\text{-value} = 0.089$ ($c^2 / df = 1.201$), $GFI = 0.94$, $AGFI = 0.94$, $CFI = 1.00$, $SRMR = 0.021$ and $RMSEA = 0.020$. Job satisfaction and psychological empowerment were both affect directly to organizational loyalty. Perceived organizational support and human resource management practices were also affect directly to organizational loyalty, while supervisory trust had no both direct and indirect effect to organizational loyalty.

The result of phase 2 revealed that for post-test period, experimental group had statistically higher average score of 2 dimensions of organizational loyalty, organizational acceptance and organizational support, than control group with the effect size = 2.38 and 2.32 respectively while in 1-month follow up period found that experimental group had statistically higher average score of all dimensions of organizational loyalty than control group with the effect size = 2.74, 5.23, 8.11, 4.17 and 3.01 respectively. Result also reveals that experimental group who had low level of job satisfaction and received the program have higher score of organizational loyalty in only organizational acceptance dimension than control group while in 1-month follow up period found no statistically interaction effect between the sample group and job satisfaction



3959185274

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรและ ประสิทธิผลของโปรแกรมบูรณาการจิตลักษณะ เพื่อเสริมสร้าง ความจงรักภักดีต่อองค์กรของวิศวกรสื่อสารและโทรคมนาคม เจนเนอเรชันวายในรัฐวิสาหกิจไทย
ผู้วิจัย	ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณย์ พิมพ์ทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	

การวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 2 ระยะ ในระยะที่ 1 มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และทดสอบอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุระดับบุคคล และปัจจัยระดับองค์กรที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของวิศวกรสื่อสารโทรคมนาคมเจนเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในรัฐวิสาหกิจไทย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 527 คน แบบวัดที่ใช้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .83 ถึง .95 ส่วนการวิจัยในระยะที่ 2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมบูรณาการจิตลักษณะที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของวิศวกรสื่อสารโทรคมนาคมเจนเนอเรชันวายที่ปฏิบัติงานในรัฐวิสาหกิจไทย ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมหลายตัวแปร และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปรแบบสองทาง

ผลการวิจัยระยะที่ 1 พบว่าโมเดลโครงสร้างเชิงสาเหตุ มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $c^2 = 112.94$, $df = 94$, $p\text{-value} = 0.089$ ($c^2 / df = 1.201$), $GFI = 0.94$, $AGFI = 0.94$, $CFI = 1.00$, $SRMR = 0.021$ และ $RMSEA = 0.020$ โดยพบว่า ความพึงพอใจในงาน และการเสริมพลังเชิงจิตวิทยา มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร และการเสริมพลังเชิงจิตวิทยามีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจในงาน และพบว่าการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร กับแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ขณะที่ความไว้วางใจต่อหัวหน้างานไม่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร



3959185274

ผลการวิจัยระยะที่ 2 พบว่าในระยะหลังทดลองทันที กลุ่มทดลองมีความจงรักภักดีต่อองค์การด้านการยอมรับองค์การและความจงรักภักดีต่อองค์การด้านการสนับสนุนองค์การสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 2.38 และ 2.32 ตามลำดับ ขณะที่ในระยะติดตามผลหนึ่งเดือนพบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความจงรักภักดีต่อองค์การทั้งห้าด้านสูงกว่า กลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 2.74, 5.23, 8.11, 4.17 และ 3.01 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มทดลองที่มีระดับความพึงพอใจในงานต่ำและได้รับการพัฒนาตามโปรแกรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยความจงรักภักดีต่อองค์การด้านรัฐสีกยอมรับองค์การสูงขึ้นกว่าเดิมเพียงด้านเดียว ขณะที่ในระยะติดตามผล 1 เดือนพบว่าไม่มีปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างกลุ่มการทดลองและความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงเหตุ, ความจงรักภักดีต่อองค์การ, วิศวกรสื่อสารโทรคมนาคม, เจนเนอเรชันวาย, รัฐวิสาหกิจ