

ณพัชร ศรีฤกษ์ (2558). อิทธิพลของค่านิยมองค์กรและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายครีวการบินสุวรรณภูมิโดยมี
ความสามารถในการสื่อสารขององค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยา
ประยุกต์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์:
ดร.กาญจนา ตระกูลวรกุล, รศ. ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง และดร.อัศรา ประเสริฐสิน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลของค่านิยม
องค์กรและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่มีต่อผลความสุขในการทำงานของบริษัทการบินไทย จำกัด
(มหาชน) ฝ่ายครีวการบินสุวรรณภูมิโดยมีความสามารถในการสื่อสารขององค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน
และเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรในกลุ่มปัจจัยด้านค่านิยมขององค์กร และด้านบุคลิกภาพห้า
องค์ประกอบ และด้านความสามารถของการสื่อสารขององค์กรที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน กับ
กลุ่มตัวอย่างพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายครีวการบินสุวรรณภูมิ จำนวน 362
คน ด้วยการสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) ตามประเภทของ
สายงาน ตัวแปรประกอบด้วย ค่านิยมองค์กร บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความสามารถในการสื่อสาร
และความสุขในการทำงาน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและมาตราส่วนประมาณค่า 6 ระดับ ที่มีความ
เชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ระหว่าง .58 -.85 ใช้สถิติทดสอบโมเดลด้วยลิสเรล

ผลการทดสอบโมเดลสมมติฐานการวิจัย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุด้าน
ค่านิยมองค์กรและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่มีต่อผลความสุขในการทำงานของพนักงานโดยมี
ความสามารถในการสื่อสารขององค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
(Chi-Square = 16.26, $df = 11$ $p = 0.13$, CFI = 1.00, GFI = 0.99, AGFI = 0.93, RMSEA=0.04
และ RMR = 0.01) โดยค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสุขในการทำงาน และ
บุคลิกภาพ นอกจากนี้ค่านิยมองค์กร ความสุขในการทำงาน บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ และ
ความสามารถในการสื่อสาร เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลบางส่วนของค่านิยมองค์กร, ความสุขในการ
ทำงาน และบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ทั้งนี้ผลจากการศึกษาสามารถนำไปประกอบการสร้าง
แนวทางในการวางนโยบายและแผนงานให้มีประสิทธิผล ดังนั้นการสร้างความสุขในการทำงานควร
เริ่มต้นจากองค์การควรจะมีการส่งเสริมค่านิยมในงานทั้งภายในและภายนอกผ่านตัวแปรที่ศึกษาใน
โมเดลอิทธิพลของค่านิยมองค์กรและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน โดย
มีความสามารถในการสื่อสารขององค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

Naphat Srileark. (2016). *The Effect of Corporate Value and Big Five Personality on Happiness at Work in Thai Airway Co., Ltd (Thai Catering Department) Employees: The Mediating Role of intrinsic Communication*. Thesis, M.A. (Applied Psychology). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwitor, University. Advisor committee: Dr.Kanjana Trakoonvorakun Assoc. Prof. Dr. Ungsinun Intarakamhang, and Dr.Ujsara Prasertsin

The main objective of this research was to test the relationship model between the effect of corporate value, big five personality traits and happiness at work through the mediating role of intrinsic communication. The research sample consisted of three hundred and sixty three employees of Thai Airways Co., Ltd. (Thai Catering Department), obtained by proportional stratified random sampling. The research instrument used a six-point Summated Rating Scale questionnaire with Cronbach's alpha confidence interval between .58 and .85 The questionnaire items were concerned with personal factors, a personality assessment scale, questionnaire items on corporate value, questionnaire items on big five personality, and questionnaire items on happiness at work and the mediating role of intrinsic communication. The statistics employed for data analysis included percentage, mean, standard deviation, Pearson's Correlation Coefficient, multiple regression analysis and the linear structural relationship model (Lisrel).

The research findings revealed that the goodness-of-fit statistical analyses indicated the casual model was best fit for the empirical data. (Chi-Square = 16.26, $df = 11$ $p = 0.13$, CFI = 1.00, GFI = 0.99, AGFI = 0.93, RMSEA=0.04 and RMR = 0.01) Corporate value had a significantly positive and direct effect on happiness at work as well as the big five personality traits. Additionally, corporate value, happiness at work, big five personality, and the mediateing role by effectiveness of intrinsic communication. Futhermore, corporate value partially mediated the relationship between happiness at work and the big five personality traits in the model. The study indicated these varaiables should be utilized in further studies an intrinsic and extrinsic work value.