

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในทัศนะของพนักงาน

กรณีศึกษา: บริษัท ออโต้ฮิลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ไกรสิทธิ์ ศรีบุญสม

26 ต.ค. 2552

256850

เล่มที่ ๑

ต.ค. ๒๕๕๒

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์

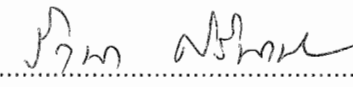
คณะกรรมการจัดการและการทำงาน มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2552

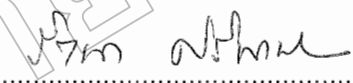
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

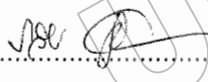
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ ไกรสิทธิ์ ศรีบุญสม ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการ
จัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ศิริพานิช)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ศิริพานิช)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วีวรรณ อังคนุรักษ์พันธุ์)


.....กรรมการ
(ดร. สมบัติ อารังสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่... 6 ...เดือน... ๕๖๓๕๕... พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ศิริพานิช อาจารย์ที่ปรึกษาหลักและได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์วีรวัฒน์ อังคนุรักษ์พันธุ์ และ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้การแนะนำ ข้อคิดเห็น ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาตลอด ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ทำให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแด่ บพภารี บุรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

ไกรสิทธิ์ ศรีบุญสม

50924276: สาขาวิชา: การจัดการทรัพยากรมนุษย์; กจ.ม. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ขององค์กร/ทัศนคติของพนักงาน/บริษัท ออโต้ออลlianceแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ไกรสิทธิ์ ศรีบุญสม: ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ในทัศนะของพนักงาน:

กรณีศึกษา บริษัท ออโต้ออลlianceแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (PERSONAL FACTORS AFFECTING IMAGING FOR ATTITUDE OF EMPLOYEE: A CASE STUDY OF THE AUTO ALLIANCE(THAILAND)COMPANY LIMITED) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: รัตนา ศิริพานิช, Ph.D. 84 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในทัศนะของพนักงาน 2. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานกับภาพลักษณ์องค์กร ในแต่ละด้านและโดยรวม 3. เปรียบเทียบสถานะภาพการเป็นสมาชิกสหภาพแรงงานและ ไม่เป็นสมาชิกกับภาพลักษณ์ขององค์กรในแต่ละด้านและโดยรวม 4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรกับทัศนะของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน และพนักงานที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหภาพแรงงานรวมทั้งสิ้น 360 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามจำนวน 40 ข้อ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนและค่าประสิทธิสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ทัศนะของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์บริษัทฯ ประกอบด้วยด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า ด้านการปฏิบัติต่อบุคลากร ด้านการดำเนินการของบริษัท ด้านการบริหารงานของบริษัท ด้านการรับผิดชอบต่อสังคม และโดยภาพรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรของพนักงานพบว่าโดยภาพรวมการเปิดรับข่าวสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
3. พนักงานที่มีสถานะภาพการเป็นสมาชิกของสหภาพแรงงานฟอर्डและมาสด้าและ ไม่เป็นสมาชิกมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัททั้ง โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
4. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของบริษัทแตกต่างกัน ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร พบว่าด้านการรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ส่วนในภาพรวมและรายข้อเรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

50924276: MAJOR: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT; M.M (HUMAN RESOURCE MANAGEMENT)

KEYWORDS: ORGANIZATIONAL IMAGING/ EMPLOYEES' ATTITUDE/ AUTOALLIANCE (THAILAND) CO., LTD.

KRAISIT SRIBOONSOM: PERSONNEL FACTORS AFFECTING IMAGING FOR ATTITUDE OF EMPLOYEE: A CASE STUDY OF THE AUTO ALLIANCE (THAILAND) CO. LTD.

ADVISOR: RATANA SIRIPANIT, PhD., 84 PP., 2009.

The purposes of this research were 1) to study personnel factors that affect to the imaging attitudes of employees, 2) to compare personnel factors that affect to the imaging attitudes of employees, 3) to compare the labor union status of the employees on organizational imaging, and 4) to study relationships between perceptions on company information distribution and employees' attitude on company's imaging. The sample group consisted of 360 employees including both non-members and members of the labor union. The tools used in this study consisted of questionnaire forms with 40 questions. Reliability of the questionnaire was 0.87. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, analysis of variance (ANOVA) and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results were found that:

- 1) Employees' attitudes on company's imaging on customer services, employee relationship, company operation, company managing, social responsibility were at moderate levels for both individual and overall aspects.
- 2) Overall means of employees' perceptions on company information distribution were at moderate levels.
- 3) There was a statistically significant difference on both overall and individual aspect of employees' attitudes on company's imaging ($p < .05$) between employees who were labor union members and non-labor members.
- 4) There were statistically significant differences of personnel factors on organizational image. There was a positive relationship between employees' perceptions on company information distribution and employees' attitudes on organizational image on social responsibility aspect ($p < .05$). In addition, overall and individual aspects of perception on information distribution had positive relationships with employees' attitudes on organizational image.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามของการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	16
แนวความคิดเกี่ยวกับระบบแรงงานสัมพันธ์.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	32
การวิเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลและจัดกระทำข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปผลการวิจัย.....	57
อภิปรายผล.....	61
ข้อเสนอแนะ.....	66
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก.....	72
ภาคผนวก ก.....	73
ภาคผนวก ข.....	78
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของพนักงานบริษัทอโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล..... 36
2	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อ ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านการปฏิบัติต่อลูกค้า..... 38
3	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ขององค์กรใน ด้านการปฏิบัติต่อบุคลากร..... 39
4	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ขององค์กรใน ด้านการดำเนินงานของบริษัท..... 40
5	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ขององค์กรใน ด้านการบริหารงานของบริษัท..... 41
6	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ขององค์กรใน ด้านการรับผิดชอบต่อสังคม..... 42
7	แสดงระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม..... 43
8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร..... 44
9	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท อโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ..... 45
10	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท อโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ..... 46
11	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท อโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา..... 47
12	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท อโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามตำแหน่ง..... 48
13	การเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ ของ บริษัท อโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัดด้านการดำเนินงานของบริษัท จำแนกตามระดับตามตำแหน่งเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD 49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ ของ บริษัท ออโต้ฮิลลายนแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด. ด้านการบริหารงานของบริษัท จำแนกตามระดับตำแหน่งงานเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	50
15 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ ของ บริษัท ออโต้ฮิลลายนแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัดด้านภาพลักษณ์โดยรวม จำแนกตามระดับตามตำแหน่งเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	51
16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท ออโต้ฮิลลายนแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุงาน.....	52
17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของ บริษัท ออโต้ฮิลลายนแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามสภาพการจ้าง.....	53
18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ออโต้ฮิลลายนแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ของพนักงาน จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน.....	54
19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ของพนักงาน.....	55

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	5
2 แผนภูมิต่อระบบทัศนคติ (An Attitude System).....	17

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University