หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมกับองค์กรของพนักงานบริษัทมิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
คำสำคัญ	การเปิดรับข่าวสาร / ความพึงพอใจ / การมีส่วนร่วมกับองค์กร
ชื่อนักศึกษา	พาปกรณ์ มิตรอุดม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร และการมีส่วนร่วมกับองค์กรของพนักงานบริษัทมิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ทำงานอยู่ภายในองค์กร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน *F*-test การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียวโดยวิธี One-way ANOVA และการหาค่าประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรของบริษัทเกี่ยวกับแผนการผลิต/ผลประกอบการแต่ละไตรมาส คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรคิดเป็นร้อยละ 20.3ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อ จำนวนมากที่สุดมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลโดยหัวหน้างาน/หัวหน้าหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา คือ จากผู้จัดการ/ผู้อำนวยการคิดเป็นร้อยละ 20.8 ด้านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดมีการเปิดรับข่าวสารจาประเภท Line คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมา คือ สื่อประเภท Facebook คิดเป็นร้อยละ 12 ด้านความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทมิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารด้านชื่อเสียงขององค์กรอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ และน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมภายในองค์กร

ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กรของพนักงานบริษัทมิตซู บิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าการมีส่วนร่วมในด้านกิจกรรมภายในองค์กร โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.67 มากที่สุด คือ

SPU CHONBURI

การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมรณรงค์ด้านความปลอดภัย (safety) ขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการผลิตไคเซ็น (kaizen) และคิวซีซี (quality control circle : QCC) ขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คือ มีส่วนร่วมกับกิจกรรมจิตอาสาต่าง ๆ ขององค์กร (เช่น กิจกรรมช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์สนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์กิจกรรมปลูกป่า 60 ไร่สร้างสังคมไทยให้น่าอยู่ เป็นต้น)

การมีส่วนร่วมในด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร ผลการศึกษาพบว่า มากที่สุดกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมา คือ มีส่วนร่วมในการบอกกล่าวเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า/บริการ/การส่งเสริมการขายขององค์กรให้สาธารณชนได้รับรู้เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นต่าง ๆ

SPU CHONBURI

Thesis Title	News Exposure Behaviours, Satisfactions, and Participations Mitsubishi Motors (Thailand) Co., Ltd. Employees
Keywords	News Exposure Behaviour / Satisfaction / Participation
Student	Phapakon Mitudom
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Sahapap Porkartong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2021

ABSTRACT

The purpose of this research was to study news exposure behaviour within the organization, satisfaction with internal communication, and participation of Mitsubishi Motors (Thailand) Co., Ltd. employees. The data were collected from a group of 400 samples both men and women working in the organization using questionnaires as a research tool. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, *F*-test, One-Way ANOVA analysis of variance, and Pearson's correlation efficacy. The study found that the sample group with exposure to internal company news on production plans and performing quarters accounted for 29.5%, followed by information on rules and regulations of the organization accounted for 20.3%, media exposure was at the highest number and their source of media was by their supervisors or heads of departments accounted for 68%, and followed by receiving news from their managers or directors accounted for 20.8%. In terms of social media, most of the samples exposed to news via Line Application accounted for 80.3%, followed by Facebook accounted for 12%. The overall satisfaction with internal communication of Mitsubishi Motors (Thailand) Co., Ltd. employees was at a high level. Altogether, the study found that most of the samples were satisfied with the communication of the organization's reputation at a high level, followed by welfare and benefits, and the least was activities within the organization.

Regarding the organizational participation of Mitsubishi Motors (Thailand) Co., Ltd. Employees, the study found that the overall participation in activities within the organization had an average of 3.67. The highest was participation in safety campaign activities of the organization

SPU CHONBURI

with an average of 3.75, followed by participation in the Kaizen and QCC (quality control circle) activities with an average of 3.72. In terms of social responsibility was to participate in various volunteer activities of the organization i.e., medical personnel assistance, medical equipment support, activities to plant 60 rai of forest to create a livable Thai society, etc.

In terms of participation in external communication, the study results showed most of the samples participated in introducing and educating on the organization's products with an average of 3.66, followed by participating in disseminating information on the organization’s products, services, and promotion to the public.

SPU CHONBURI