หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยการปรับตัวทางวัฒนธรรมและการสร้างแบรนด์นายจ้างของแรงงานต่างด้าวที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโรงงานการผลิตในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การปรับตัวทางวัฒนธรรม, การสร้างแบรนด์นายจ้าง, แรงงานต่างด้าว, ความผูกพันต่อองค์กร
ชื่อนักศึกษา	กรรณสูต ด้วงกูล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.มุกดาฉาย แสนเมือง
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการปรับตัวทางวัฒนธรรม และการสร้างแบรนด์นายจ้างของแรงงานต่างด้าวที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโรงงานการผลิตในจังหวัดชลบุรีโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือแรงงานต่างด้าวโรงงานการผลิตในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงงานต่างด้าวในจังหวัดชลบุรีมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ยอมรับในการเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความมั่นใจในตนเอง คุณค่าในตนเองและการเปิดใจรับสิ่งใหม่ตามลำดับ 2) แรงงานต่างด้าวในจังหวัดชลบุรีมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์นายจ้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่ามี 3 ด้านอยู่ในระดับมาก และ 1 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ รายข้อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าด้านการประยุกต์ใช้และการพัฒนา คุณค่าด้านสังคมและโอกาสก้าวหน้า และคุณค่าด้านความน่าสนใจ ตามลำดับ รายข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณค่าทางเศรษฐกิจ 3) การปรับตัวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดชลบุรีมี 2 ปัจจัยได้แก่ การเปิดใจรับสิ่งใหม่ และความมั่นใจในตนเอง 4) การสร้างแบรนด์นายจ้างที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของงานแรงงานต่างด้าวในจังหวัด

SRU CHONBURI

ชลบุรี ได้แก่ คุณค่าด้านสังคมและโอกาสก้าวหน้า คุณค่าด้านการประยุกต์ใช้และการพัฒนา คุณค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าด้านความน่าสนใจ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors of Cultural Adjustment and Employer Branding Influencing Organizational Commitment of Migrant Workers of Manufacturing Companies in Chonburi Province
Keyword	Cultural adjustment /Employer branding/Migrant workers/ Organizational commitment
Student	Kannasut Doungkul
Thesis Advisor	Dr. Mukdashine Sandmaung
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2022

ABSTRACT

This research aimed to investigate factors of cultural adjustment and employer branding influencing organizational commitment of migrant workers of manufacturing companies in Chonburi province . The data were gathered from 400 migrant workers of manufacturing companies in Chonburi province with the use questionnaires. The statistics applied for the data analysis included percentage, mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis.

The research results were as follows: First, the respondents expressed the high level of opinions toward the migrant workers' cultural adjustment. It was found that the aspect with the highest mean score was accept change, whereas the other aspects with lower mean scores were, ranked in descending order of their mean scores, self confidence, self worth and open-mindedness, Second, the respondents demonstrated their opinions toward the employer branding. It was found that there were three aspects with the highest mean scores, namely applied and development value, social value and opportunity for advancement, and interesting value, and one aspect with the middle mean score, economy value, Third,cultural adjustment that influenced organizational commitment of migrant workers in Chonburi province, consisted 2 factor, open-mindedness and self confidence. Fourthly, employer branding that influenced organizational commitment of migrant workers in

SPU CHONBURI

Chonburi province, were social value and opportunity for advancement, applied and development value, as well as economy value and interesting value.

SPU CHONBURI