หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของพนักงาน ลูกค้า และประชาชน ที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group
คำสำคัญ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร / การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร / ความเชื่อมั่น / บริษัท Thai Summit Group
ชื่อนักศึกษา	อรวรรณ พ่วงศิริ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา รินรัตนากร
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group ของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group กับความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group ของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษา คือ พนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group โดยในที่นี้เก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นพนักงานภายในบริษัท Thai Summit Group (ระดับเจ้าหน้าที่พนักงาน) เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 20 -30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อีเมล มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ มีเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับ คือ ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมขององค์กร เช่น กิจกรรมการกุศล กิจกรรมร่วมกับชุมชน มีเหตุผลที่เปิดรับข่าวสาร คือ ต้องการทราบถึงข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านผู้บริหารและ

SPU CHONBURI

บุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง และมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ อยู่ในระดับปานกลาง

ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) สถานะที่แตกต่างกัน จะมีสื่อที่เปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน 2) สถานะที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 3) สถานะที่แตกต่างกัน จะมีเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 4) สถานะที่แตกต่างกัน จะมีเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 5) การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีสื่อที่เปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน 6) การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 7) การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 8) การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group แตกต่างกัน 9) พนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group ที่มีสื่อที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group โดยรวม แตกต่างกัน 10) พนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group โดยรวม แตกต่างกัน 11) พนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group ที่มีเนื้อหาข่าวสารที่เปิดรับเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group โดยรวม แตกต่างกัน 12) พนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบบริษัท Thai Summit Group ที่มีเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท Thai Summit Group ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group โดยรวม แตกต่างกัน 13) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group ด้านผู้บริหารและบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบ ที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group โดยรวม 14) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group ด้านการดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบ ที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group โดยรวม 15) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group ด้านความโปร่งใสขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบ ที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group โดยรวม 16) การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท Thai Summit Group ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของพนักงาน ลูกค้าของบริษัท และประชาชนโดยรอบ ที่มีต่อบริษัท Thai Summit Group โดยรวม

SPU CHONBURI

Thesis Topic	Exposure Behavior, Perception on brand image And the Confidence of the Employees, Customers and the Public towards the Company Thai Summit Group
Keywords	Exposure Behavior / Perception on brand image / the Confidence of the Employees / Thai Summit Group.
Student's Name	Orawan Poungsiri
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Pariya Rinrattanakorn
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2019

Abstract

Conclusion purposes of this project is 1.For study the activity to open the information sensibly organization behavior and trust into the company Thai Summit Group of members client of company and public surrounding the Thai Summit Group 2.For comparative with different the motivated open the information with absorb organizations of member client and public surrounding Thai Summit Group 3.For study the relatively between except organization Thai Summit Group with believe through the company Thai Summit Group of member client of company and public surrounding company Thai Summit Group by at the initial time collect the example all 400 people are the agent in company Thai Summit Group (As agent level) represent female more than male age between 20-30 year educational bachelor degree they were agent company limited and earn salary 15,000-25,000 per month almost will open thier attitudes abt Thai Summit Group connect through social media for instance website facebook email has been sequences information 5-6 times per week the detail expand activity of associated example charities helping people its have reasonable that knowing through informative genral activity of company have sensibility react the company Thai Summit Group the part of responsible for social and environmental high priority below is presidential and/ page two / population stand middle and trustworthy direst to associate company Thai Summit Group preview trusted high levle second is honor in middle the result experiment shown 1.Status differential will be media open the

SPU CHONBURI

information in definit 2.Status as different will be consequence to accept the information relevant to company Thai Summit Group 3.Status differences will have the detailof company Thai Summit Group 4.Status different will have the resonable to open the informative relative to Thai Summit Group 5.Education different will have media to open the information 6.The education will sequence 7. Different educated will get the information about company thai aummit group 8.Different educate will have the resonable to open the information about Thai Summit Group 9.Members client of company and people surrounding company Thai Summit Group include the reaction of association overall 10. Membership client of company and public surrounding Thai Summit Group con sequence to open the infomation Thai Summit Group will absorb the react of Thai Summit Group to contin the speech 11.Membership client of company and public surrounding Thai Summit Group include detail information exept about company Thai Summit Group different have earn image associates of Thai Summit Group 12.Members client public have resonable different 13.Absorb the images of company president client public to get result overall 14.Absorb the react of thai summit part of processing to relating population 15.Knowing Thai Summit Group image part of justice relative trust client throughout Thai Summit Group all over 16.Knowing that image of company Thai Summit Group part responsibility social and environmental have confidential membership client public.

SPU CHONBURI