หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสร้างแบรนด์ภายในที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักรในจังหวัดระยอง
คำสำคัญ	การสร้างแบรนด์ภายใน / ความผูกพันในองค์กร / ธุรกิจผลิตเครื่องจักร
ชื่อนักศึกษา	ธนพล รู้จริง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.บุญเกียรติ วิสิทธิกาศ
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับความผูกพันในองค์กรพนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักร โดยจำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและ 2) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของการสร้างแบรนด์ภายในที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรพนักงานในธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ พนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักร โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 350 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลวิจัยพบว่า 1) พนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันในองค์กรพนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักรที่แตกต่างกันและ 2) การสร้างแบรนด์ภายในที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรพนักงานในธุรกิจผลิตเครื่องจักร ได้แก่ การสื่อสารภายใน การฝึกอบรม การประเมินผลการทำงาน การให้รางวัล วิสัยทัศน์ และการสนับสนุน

SPU CHONBURI

Thesis	Internal Branding That Affects Organizational Commitment in Machinery Business in Rayong Province
Keywords	Branding within the organization / Organizational engagement / Machinery business
Student	Thanaphol Roojing
Thesis Advisor	Dr.Boonkiat Wisittigars
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2023

ABSTRACT

The objectives of the research were 1) to compare the level of organizational engagement among employees in the machinery business; classified according to personal factors, and 2) to study the level of influence of branding within the organization on employee organizational commitment in the machinery business. Samples of this research were 350 employees in the construction business using the sample selection method according to Taro Yamane's formula. Statistics used in data analysis included frequency, mean, and variance test, and multiple regression analysis.

The research found that 1) employees in the machinery business have personal factors such as gender, age, education level and different lengths of service have different effects on employee organizational commitment in the machinery business, and 2) internal branding within the organization has different effects on employee organizational engagement in the machinery business communication within the organization training in performance evaluation award giving vision and support.

SPU CHONBURI