หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การรับรู้แบรนด์นายจ้าง / ประสิทธิภาพการทำงาน / อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์
ชื่อนักศึกษา	ลลิล นุชสวาท
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รมิดา วงษ์เวทวณิชย์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แบรนด์นายจ้างกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสร้างแบรนด์นายจ้างที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในระยะยาว ประชากรของงานวิจัยนี้คือ พนักงานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้านปริมาณที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ด้านอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานทุกด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และด้านสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานทุกด้านที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านการรับรู้แบรนด์นายจ้าง เช่น บรรยากาศการทำงานที่สร้างสรรค์ การอบรมและพัฒนา สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิต ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และความเท่าเทียมในองค์กร ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานทุกด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors of Employer Brand Perception Affecting Work Performance Automotive Parts Industry in Amata City Industrial Estate, Chonburi Province
Keywords	Employer Brand Perception / Work Performance / Automotive Parts Industry
Student	Lalin Nuchsawart
Thesis Advisor	Dr.Ramida Wongvedvanij
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

This research aims to 1) study the relationship between employer brand awareness and employee performance in the automotive parts industry, Amata City Industrial Estate, Chonburi Province, and 2) propose guidelines for developing appropriate employer brand strategies that are consistent with employee needs to promote long-term organizational performance. The population of this research is employees in the automotive parts industry in Amata City Industrial Estate, Chonburi Province. The sample group was selected using Taro Yamane's formula, resulting in a sample of 400 people. The statistics used for data analysis were frequency, mean, test of variance, and multiple regression analysis. The results of the research found that 1) different personal data factors such as gender had a significant effect on quantitative performance at 0.05, age, highest level of education, work experience, job position, and average monthly income had a significant effect on all aspects of performance at 0.05, and different marital status had no significant effect on all aspects of performance. 2) Factors related to employer brand awareness, such as creative work atmosphere, training and development, work-life balance, compensation and welfare, and organizational equality, had a significant effect on all aspects of performance at 0.05

SPU CHONBURI