

สารนิพนธ์เรื่อง	พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่
คำสำคัญ	พฤติกรรม, การใช้ประโยชน์, ความพึงพอใจ
นักศึกษา	นพพรพร ทาเงิน
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร.ธนาชาติ จันทรเวโรจน์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชา ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ และศึกษาความพึงพอใจของพนักงาน ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ซึ่งการศึกษานี้ครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ จำนวน 352 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันกัน ด้วยค่า Independent-Samples T-Test การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) F-test และใช้สถิติไคส์สแควร์ (Pearson Chi-square) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และมีอายุงาน 7 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรในช่วงเวลา ก่อนกลับบ้าน ติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ 1-2 วัน/สัปดาห์ และสนใจข่าวประชาสัมพันธ์ทุกข่าว

การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหา ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ด้านเนื้อหา ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย ด้านเนื้อหา ข้อมูลมีความน่าสนใจเท่ากันกับด้านเนื้อหา ข้อมูลสามารถนำมาไปเล่าต่อได้ และน้อยที่สุด ด้านเนื้อหา ข้อมูลตรงตามความต้องการของท่าน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของพนักงาน และอายุงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของพนักงาน และอายุงาน แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกัน ยกเว้น พนักงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของพนักงาน และอายุงาน แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกัน ยกเว้น พนักงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

TITLE	BEHAVIORS AND UTILIZATIONS AFFECTING THE EMPLOYEES' SATISFACTIONS TOWARD PUBLIC RELATIONS MEDIA IN ORGANIZATION OF STANDARD CHARTERED BANK (THAI) PUBLIC COMPANY LIMITED, HEADQUARTERS
KEYWORD	BEHAVIORS UTILIZATIONS, SATISFACTIONS
STUDENT	NAWAPAT TANGERN
ADVISOR	DR.TANACHAT JUNVEROAD
LEVEL OF STUDY	MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY	COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMEIC YEAR	2015

ABSTRACT

The objectives of this study were to study the using behaviors of public relations media in organization of the employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters, study the utilizations of public relations media in organization of the employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters, and study the employee' satisfactions toward public relations media in organization of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters. In this study, the researcher collected the data from 352 employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters. The instrument used to collect the data was questionnaire. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, difference comparison between two variables with Independent-Sample T-Test, difference comparison between more than two variables with (ANOVA) F-Test, and Pearson Chi-square was used to test the hypothesis.

The findings revealed that most of the samples were females aged 26 – 30 years with marriage status, they had educations at bachelor's degree with monthly income of 10,001 – 30,000 baht and working experience more than 7 years.

The majority of the samples followed up the organizational news before going home, pursued the news for 1 – 2 days per week and interested in all news.

The utilizations of organizational public relations media of the employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters were overall at the high level.

The employee' satisfactions toward public relations media in organization of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited, headquarters were overall at the high level. When considering each aspect, it indicated that the reliability of contents and information were the highest average, followed by an easy understanding of contents and information, an interest of contents and information which was equivalent with the word of mouth on contents and information, and the meet of your requirement was the slightest.

The demographic characteristics of employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited which included genders, status, education levels, employees' incomes and working experiences had relation with the using behaviors of public relations media in organization.

The demographic characteristics of employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited which included different genders, status, education levels, employees' incomes and working experiences would differently utilize the public relations media in organization, except the employees who had different ages would not differently utilize the public relations media in organization.

The demographic characteristics of employees of Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited which included different genders, status, education levels, employees' incomes and working experiences had different satisfactions toward public relations media in organization, except the employees who had different ages had not different satisfactions toward public relations media in organization.