

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบจากข้อมูลข่าวสารของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการรับรู้ด้านชื่อเสียงขององค์กร” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นอกจากนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่อการรับรู้ด้านชื่อเสียงขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างชื่อเสียงให้แข็งแกร่งและพัฒนาการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพต่อไป

โดยในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนทั่วไป ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการรับรู้ชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสื่อกับการรับรู้ชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลการรับรู้ของตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับประชากรที่แท้จริง และมีจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ จะทำการประมวลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติร้อยละ (Percentage) สถิตีสถิติเดอนท์ที (Student t-test) และไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุและการศึกษาทำให้เกิดการรับรู้ชื่อเสียงแตกต่างกัน
2. ด้านการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศมีผลกระทบต่อผลประกอบการขององค์กรอีกทั้งการบินไทยเป็นองค์กรที่ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป ในการใช้บริการ และผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่ผ่านมาในปี 2551 ทำให้การบินไทยประสบปัญหาการขาดสภาพคล่อง

3. การศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับการรับรู้ด้าน
ชื่อเสียงองค์กร กล่าวคือถ้าประชาชนมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข้อมูลของ บริษัท การบินไทย จำกัด
(มหาชน) ไม่มีผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร

