

การศึกษาทัศนคติของพนักงานไทยที่มีต่อบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษาจาก บริษัทข้ามชาติจากประเทศเยอรมันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประเด็นสำคัญเบื้องต้นของทัศนคติกับการทำงานในบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยและ ศึกษาถึงทัศนคติของคนไทยที่มีความสัมพันธ์ต่อการทำงานในบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานไทยที่ทำงานในบริษัทข้ามชาติจากประเทศเยอรมันในประเทศไทย จากจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด 500 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับมาที่ใช้ได้ทั้งสิ้น 406 ชุด ประมวลผลการศึกษาด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของพนักงานไทยที่มีต่อการทำงานในบริษัทข้ามชาติจากประเทศเยอรมันในประเทศไทยและปริมณฑล สามารถจำแนกได้ตามภาพลักษณ์ของประเทศแม่ 4 ด้าน โดยพนักงานให้ความสำคัญกับมากที่สุดในด้านสังคมและวัฒนธรรม รองลงมา คือ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจและด้านเทคโนโลยี ตามลำดับ และในส่วนที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย 6 ด้านนั้น พนักงานให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านลักษณะธุรกิจ รองลงมา คือ ด้านคุณภาพการบริหารจัดการ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านลักษณะการเงิน ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ

ABSTRACT

213465

This research was carried out to study on the attitude of Thai Employees towards MNCs in Bangkok, Thailand. The objectives of this research are to identify the important factors that could influence Thai employee attitude towards Multinational Companies from Germany in Thailand. This research has applied the survey research method where questionnaires were use as a tool. Out of 500 questionnaires distributed to German Based MNCs in Bangkok, 406 completed questionnaires were returned from Thai Employees who are working in German Based companies in Bangkok. The SPSS program is used to analyze the data.

The result of this research shows that the significant criteria for Thai employee attitude towards German-based MNCs in Bangkok and Metropolis are Country of Origin Image and Corporate Image of MNCs in Thailand. The 4 dimension significant of Country of Origin Image which influence Thai Employees' decision to work for the MNCs from Germany are respectively Social and Culture Issue, Political Issue, Economic Issue and Technology. The 6 factors of Corporate Image of MNCs in Thailand which influence Thai Employees decision to work for German-based MNCs are namely, Business Characteristic, Management Style, Human Resource Management, Financial Management, Quality of Product and Service and Social Responsibility respectively.