

อารีวัลย์ เดชาดิลก 2557: ภาพลักษณ์องค์กรและความไว้วางใจของลูกค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดี
ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบางกรวย วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย, Ph.D. 175 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน 2) ศึกษาระดับความไว้วางใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน 3) ศึกษาถึงระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน 4) ศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน 5) ศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับความไว้วางใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับภาพลักษณ์องค์กร กับระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน และ 7) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจ กับระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน โดยการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานใช้ T-test, F-test, LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารออมสินในระดับมาก มีความไว้วางใจการใช้บริการกับธนาคารออมสิน ในระดับมาก มีความจงรักภักดีที่มีต่อธนาคารออมสิน ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความไว้วางใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในภาพรวมของระดับภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์กับระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสินในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 32.10 และในภาพรวมของระดับความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 36.90

สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ ธนาคารควรเน้นการสร้างภาพลักษณ์ในด้านความปลอดภัยให้ชัดเจนมากขึ้น ควรเน้นการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการในด้านความสามารถในการให้บริการ โดยเน้นในเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีความมั่นคงทางการเงิน และความรับผิดชอบต่อเงินฝากลูกค้าที่นำมาฝากธนาคารได้อย่างปลอดภัย