

งานวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินหลังการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร ตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 404 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .82 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t - test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินหลังการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านองค์กร และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับที่ผู้ให้บริการเห็นด้วย เช่นเดียวกัน การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินหลังการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร พบว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินหลังการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ให้บริการที่มีเพศ และอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินหลังการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร ไม่แตกต่างกัน