

52602710 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ตราสินค้า/การสร้างตราสินค้า/ความจงรักภักดีในตราสินค้า/ความสัมพันธ์

พรียะ แก้ววิเศษ : ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการสร้างตราสินค้าและความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ วิทยุ. 75 หน้า.

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการสร้างตราสินค้าและความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนได้แก่ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 2) ข้อมูลด้านปัจจัยในการสร้างตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง และ 3) ข้อมูลด้านความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่มาใช้บริการทางการเงินด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 57.5) มีอายุระหว่าง 22 – 29 ปี (ร้อยละ 55.5) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 71.3) สถานภาพโสด (ร้อยละ 66.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 47.0) และมาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ประมาณ 1-5 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 76.8) 2) ระดับความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธุรกิจธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) เมื่อวิเคราะห์รายข้อแล้วพบว่าลูกค้ามีความเชื่อมั่นในธนาคารพาณิชย์ในระดับสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือสามารถเข้าไปอยู่กลางใจของลูกค้าได้ ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.56) 3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการสร้างตราสินค้าและความจงรักภักดีในตราสินค้าพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.554) วิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วพบว่าปัจจัยทางด้านความแตกต่างและความต่อเนื่องสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นธุรกิจควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ และให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้งสอง เพื่อสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าธนาคารให้มากยิ่งขึ้น เพื่อการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

52602710: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : BRAND / BRANDING / BRAND LOYALTY / RELATIONSHIP.

PIRIYA KAEWVISES: THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND BUILDING FACTORS AND BRAND LOYALTY IN ONE OF BANKING BUSINESS CUSTOMERS. THESIS ADVISOR: PROF. THANINRATA RATTANAPONGPINYO, Ph.D. 75 pp.

The Objectives of this research were 1) To study the degree of brand loyalty of Commercial Bank's customers and 2) To study the relationship between factors in branding and brand loyalty of Commercial Bank's customers. The instruments used in this study were the questionnaires consisted of questions which are relevant in three areas: 1) Demographic Data 2) Factors in branding of Commercial Bank and 3) Data of brand loyalty of Commercial Bank's customers. The data were collecting from 400 customers who have had financial transactions with Commercial Bank by using purposive sampling. The data was analyzed by using frequency, mean, standard deviation and Pearson correlation coefficient.

Results of this study shows that: 1) the respondents are mostly male (57.5%) age between 22-29 (55.5%) earned Bachelor Degree (71.3%) single (66.5%) average monthly income between 20,001-30,000 Baht (47%) and have financial transaction with Commercial Bank 1-5 times per month (76.8%) 2) Brand loyalty's level of Commercial Bank's customers is high (mean = 3.60) In addition, the results in each element showed that customers' confidence/trust in Commercial bank is extremely high (mean = 3.89) while the level of Commercial Bank's ability to become Customer Centrality and accessibility is high (mean = 3.56) 3) Association level between factors in branding and brand loyalty is in medium range ($r = 0.554$) each element analysis showed that Differentiation and Consistency related with Brand loyalty's level of Commercial Bank's customers.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature.....

Thesis Advisor's signature