

55602311: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม, ภาพลักษณ์, การรับรู้

กิติวัฒน์ ธชีพันธ์: กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 102 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 2. เพื่อศึกษากิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลนครนครปฐม ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวทาง “เสริมสร้างทุนทางปัญญาเพื่อพัฒนาสังคมยั่งยืน” โดยเป็นกิจกรรมออกเป็น 4 มิติคือ 1. มิติการศึกษา 2. มิติสังคมและสิ่งแวดล้อม 3. มิติศิลปวัฒนธรรม และ 4. มิติการกีฬา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ 1.ลักษณะส่วนบุคคล 2. การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 3.การรับรู้ภาพลักษณ์ และ 4.ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One –way ANOVA) การทดสอบรายคู่แบบเชฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise Multiple Regression

ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน แต่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน 2. กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทางด้านการส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม ด้านการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม ด้านการบริจาคเพื่อการกุศล และด้านการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตเทศบาลนครนครปฐมโดยมีค่าพยากรณ์ร้อยละ 82.7

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

لامมือชื่อนักศึกษา

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

55602313: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

Keyword: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), IMAGE , PERCEPTIONS

KITTIWAT THACHEEPUN: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND ENVIRONMENT INFLUENCE THE IMAGE PERCEPTION TO THE CUSTOMER OF KRUNGTHAI BANG PCL. IN NAKHON PATHOM MUNICIPALITY. THESIS ADVISORS: ASSOC. PHITAK SIRIWONG DR. 102 pp.

This study focus on 1) to study Corporate Social Responsibility activity correspondent to social and environment perceiving to the customer of Krungthai Bank PCL. 2) to study Corporate Social Responsibility (CSR) and Enviroment influence the Image perceptions to the customer of Krungthai Bank PCL. in Nakhonpathom municipality. We found that the Bank carry out CSR activities under “intellectual capital is sustainable” and provide the projection follow 1) education 2) social and environmental 3) culture and 4) sport recreation. The participants were 400. Use questionnaire as a tool for study in this term. The questionnaire provides as 4 sections as well as 1) a private information of participants 2) a perceptions of CSR activities of KTB 3) an image perceptions of the Bank 4) opinion view and suggestion of participants.

Statistical analyses carried out using number of frequency, percentile, (\bar{X}), S.D., one-way ANOVA test, Scheffe’s method and Multiple Regression Analysis by using Stepwise Multiple Regression model.

The results of the Study were as follow 1. There is the same perceiving of KTB even the difference sex. Other way, the difference of population, age, marital status, education, occupation, salary and the period of service with the Bank are difference of perceptions. 2. The CSR activities following supporting the problem in social perceptions, a manufacturing corresponding the social, marketing strategic related the donation for good perceiving and developmental the product meet the demand of social customer. These are influence on the customer who may concern the service in Nakhonpathom municipality of the Bank is forecasting value is 82.7%

Program of ENTREPRENEURSHIP

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2013

Thesis Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทั้งนี้เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และความเมตตาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งในการทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงด้วยดี รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรพงษ์ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ชี้แนะแนวทางและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านในการให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยให้สำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณรุ่นพี่ รุ่นน้องและเพื่อนระดับปริญญาตรีและโท เพื่อนร่วมงานและกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยช่วยเหลือในทุกๆเรื่อง คุณพ่อ คุณแม่ ทุกท่านที่หล่อหลอมเลี้ยงดูมาอย่างดี และคอยให้การสนับสนุนทุนการศึกษา และให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัยตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัยดลบันดาลให้ผู้มีพระคุณทุกท่านมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์ ประสบความสุขสมหวังตั้งปรารถนาทุกประการ