

ที่มา : <http://thesis.stks.or.th/>

ชื่อสถาบัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย

ระดับปริญญาและรายละเอียดสาขาวิชา

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การโฆษณา)

ปีที่จบการศึกษา

2547

ชื่อนิสิต

สุภาภักดิ์ ดิลกไชยชาญวุฒิ

ชื่อวิทยานิพนธ์

การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้าระดับโลกและตราสินค้าท้องถิ่น

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.ม.ล. วิภูรารุ จิระประวัติ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณค่าตราสินค้าระดับโลก (Global brand) และตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) ในสินค้าประเภทที่มีความเกี่ยวพันสูง คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำ คือ ยาสีฟัน (2) ศึกษาความตั้งใจซื้อตราสินค้าระดับโลก (Globalbrand) และตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) ของผู้บริโภค (3) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้าและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ตราสินค้าระดับโลก (โนเกียและคอลลเกต) มีคุณค่าตราสินค้าสูงกว่าตราสินค้าท้องถิ่น (ไอ-โมบายและดอกบัวคู่) ทั้งในสินค้าประเภทที่มีความเกี่ยวพันสูง (โทรศัพท์เคลื่อนที่)และสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำ (ยาสีฟัน) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า คุณค่าตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05