

ที่มา : <http://thesis.stks.or.th/>

ชื่อสถาบัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย

ระดับปริญญาและรายละเอียดสาขาวิชา

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การโฆษณา)

ปีที่จบการศึกษา

2542

ชื่อนิสิต

ธีรดา ต้นธรรศกุล

ชื่อวิทยานิพนธ์

ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ของกลุ่มผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ของกลุ่มผู้หญิงเขตกรุงเทพฯ ซึ่งข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากแบบสอบถามจำนวน 385 ชุดจากกลุ่มตัวอย่างที่ไปจับจ่ายสินค้าในร้านค้าปลีก คำส่งที่มีสินค้าเข้าสู่แบรนด์วางจำหน่าย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (The One-Factor Analysis of Variance หรือ One-wayANOVA) และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มผู้หญิงที่มีลักษณะทางประชากรอันได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ไม่แตกต่างกัน 2. พฤติกรรมการเปิดรับสารจากการไปร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. ความรู้ที่มีต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4. ทัศนคติที่มีต่อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05