

ที่มา : <http://thesis.stks.or.th/>

ชื่อสถาบัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย

ระดับปริญญาและรายละเอียดสาขาวิชา

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การโฆษณา)

ปีที่จบการศึกษา

2547

ชื่อนิสิต

วันธิดา จันทกิจ

ชื่อวิทยานิพนธ์

อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

รศ.ดร. สราวุธ อนันตชาติ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ของการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งประกอบด้วย ความสอดคล้องระหว่างประเภทสินค้ากับประเภทกิจกรรม, ขนาดของกิจกรรมที่ตราสินค้าให้การสนับสนุน และระยะเวลาในการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม โดยทำการวิจัยเชิงทดลองแบบ 2x2x2 แฟคทอเรียล กับกลุ่มผู้เข้าร่วมการวิจัยที่เป็นนักศึกษาเนติบัณฑิต จำนวน 244 คน ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ผลการวิจัยพบว่า ประเภทสินค้าที่มีความสอดคล้องกับประเภทกิจกรรม จะทำให้ตราสินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าในภาวะที่ไม่มีความสอดคล้องกัน ในขณะที่การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมในขนาดต่างกันและการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมเป็นระยะเวลาต่างกัน ไม่ทำให้ภาพลักษณ์ตราสินค้าต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามพบว่า ระดับขนาดของกิจกรรมที่ต่างกันกับระดับของระยะเวลาที่สนับสนุนกิจกรรมต่างกัน มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้านอกจากนั้นยังพบว่า ปัจจัยทั้งสามมีผลกระทบร่วมกันต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า