นทสรวง ภัทรอนุชิตกุล 2557: การศึกษาอิทธิพลระหว่างส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดของผู้บริโภคเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ศิริรัตน์ โกศการิกา, Ph.D. 208 หน้า

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมการตลาด คุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาและการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนคุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจซื้อ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผลจากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างทำให้สรุปสมมติฐานได้ว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า ส่วนประสมการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ตราสินค้า ด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพ และด้านความเชื่อมโยงตราสินค้า และส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อ ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า และการรับรู้ตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับความตั้งใจซื้อ

_____ _____ ___ / ___ / ___

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์