

ณัฐธินา มานะต่อ 2557: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายชายของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม) สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนวัต ลิ้มปัทมชัยกุล, Ph.D. 137 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายชายของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การตระหนักถึงคุณค่าตราสินค้า กลุ่มอ้างอิง ผลิตภัณฑ์ออกใหม่ ความเกี่ยวพันของผู้บริโภค และการรับรู้ความเสี่ยง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร อายุ 20-45 ปี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายชาย มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายอื่นๆ และผู้บริโภคที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ชั้นบำรุงผิวกาย จำนวน 207 คน พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลรวมมากที่สุดจาก ความเกี่ยวพันของผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ถึงความเสี่ยง สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายชาย จำนวน 193 คน พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลรวมมากที่สุดจากกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงความเสี่ยง ความเกี่ยวพันของผู้บริโภค และการตระหนักถึงคุณค่าตราสินค้า โดยทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อทัศนคติในทิศทางบวก ยกเว้นปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติในทิศทางลบ และสรุปได้ว่าความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายชายของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก