

55602365 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : การแนะนำบอกต่อ ความจงรักภักดี ความรับผิดชอบต่อสังคม การสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาด

ศุภศิริ ศรีตระกูล : อิทธิพลของภาพลักษณ์ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคชาวเชียงใหม่พร้อมตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์สยามสแควร์ และสยามพารากอน กรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. 147 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของอิชิตัน ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าอิชิตัน การแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตัน 2) อิทธิพลของภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคอิชิตัน 3) ศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้าอิชิตัน 4) ศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อการแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตัน 5) ศึกษาอิทธิพลของความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีต่อการแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตัน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการดื่มชาเขียวพร้อมตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์สยามสแควร์และสยามพารากอน กรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายและแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของอิชิตันและความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคอิชิตันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าอิชิตันและการแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของอิชิตันมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคอิชิตัน 2) ความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคอิชิตันมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าอิชิตัน 3) ความพึงพอใจในการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้บริโภคอิชิตันมีอิทธิพลทางบวกต่อการแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตัน 4) ความจงรักภักดีในตราสินค้าอิชิตันมีอิทธิพลทางบวกกับการแนะนำและบอกต่อผลิตภัณฑ์อิชิตัน ซึ่งผลจากการศึกษานี้จะทำให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการสื่อสารกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดที่ครอบครองอยู่ได้

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

55602365 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : WORD OF MOUTH, BRAND LOYALTY, CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR), MARKETING STRATEGY COMMUNICATION
SUPPASIRI SRITRAKUL : INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY IMAGE ON SATISFACTION IN MARKETING STRATEGY COMMUNICATION
OF INSTANT ICHITAN GREEN TEA CONSUMERS IN SIAM SQUARE AND SIAM PARAGON,
BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.VIROJ JADESADALUG, Ph.D. 147 pp.

This research aims to study 1) the perception of CSR image, satisfaction in marketing strategy communication, brand loyalty and word of mouth communication 2) the influence of perceived CSR image on satisfaction in marketing strategy communication 3) the influence of satisfaction in marketing strategy communication on brand loyalty and word of mouth communication 4) the influence of brand loyalty on word of mouth communication. The research tool is a questionnaire to use with the sample consists of 384 instant Ichitan green tea consumers in Siam Square and Siam Paragon, Bangkok. The Statistics uses for data analysis are percentage, mean, standard deviation, correlation coefficient and hypothesis testing in simple and multiple regression analysis. The research results found that 1) The attitude toward the perception of CSR image and satisfaction in marketing strategy communication was high. 2) The attitude toward brand loyalty and word of mouth communication was medium. For hypothesis testing, 1) the perception of CSR image has a positive influence on satisfaction in marketing strategy communication. 2) Satisfaction in marketing strategy communication has a positive influence on brand loyalty. 3) Satisfaction in marketing strategy communication has a positive influence on word of mouth communication and 4) brand loyalty has a positive influence on word of mouth communication. These results will make entrepreneur aware of CSR activities and marketing strategy communication in order to maintain or increase market share.



Program of Entrepreneurship
Student's signature
Thesis Advisor's signature

Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2013

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ด้วยความสนับสนุนและความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข และอาจารย์ ดร.พิมพาภรณ์ พึ่งบุญพาณิชย์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนอาจารย์ทุกท่านในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการประกอบการ) และอาจารย์พิเศษภายนอกที่ได้มอบความรู้อันมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำงานวิจัยอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ประพล เปรมทองสุข และอาจารย์ภาวิณี กาญจนภา ที่ให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนความถูกต้องของภาษา เนื้อหา และยังได้กรุณาให้คำแนะนำดีๆ แก่ผู้วิจัยจนวิทยานิพนธ์สำเร็จได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบสอบถามในพื้นที่สยามสแควร์และสยามพารากอน กรุงเทพมหานครทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลและรวบรวมแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาวิชาการประกอบการ รุ่น 5 ที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือที่ดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งตรวจความถูกต้องของรูปเล่มวิทยานิพนธ์

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ภรรยา และญาติพี่น้องทุกท่านที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นกำลังใจแก่ผู้ศึกษาตลอดมาจนประสบความสำเร็จในครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาในครั้งนี้ขอมอบแด่บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน