

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการรับรู้ต่อตราสินค้าเครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ เคอะ แชม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวกรรวิ ภิรมธุกร

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก)

..... / /

วัตถุประสงค์ในการวิจัย (1) เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ต่อตราสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ เคอะ แชม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2) รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการรับรู้ต่อตราสินค้า เครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ เคอะ แชม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคซึ่งหมายถึงลูกค้าที่ใช้เครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ เคอะ แชม จำนวน 400 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ให้อยู่ในช่วงอายุ ตั้งแต่อายุ 18-23 ปี อายุ 24-29 ปี อายุ 30-35 ปี และตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป ในจำนวนที่เท่ากัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้ สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และมี

สถานภาพโสด นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ปัจจัยการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ปัจจัยการส่งเสริมการขาย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดโดยการบอกต่อ การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม ส่งผลต่อระดับการรับรู้ต่อตราสินค้า โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ในระดับปานกลาง

Abstract

Research Title : The Integrated Marketing Communication Affecting Consumers' Brand Awareness on Korean Cosmetics Brand THE SAEM in Bangkok Metropolitan Area

Researcher : Miss Kornravee Peeramaturkorn

Degree : Master of Business Administration

Major : Marketing Management

Advisor :
(Dr. Pichet Musikapodok)
..... / /

The objectives of this research were (1) to study the demographic characteristics by sex, age, education, occupation and monthly income, and marital status affecting consumers' brand awareness on Korean cosmetics brand THE SAEM in Bangkok Metropolitan area (2) to study the integrated marketing communication affecting consumers' brand awareness on Korean cosmetics brand THE SAEM in Bangkok Metropolitan area. The sample size for the research was the consumers which are using Korean cosmetics brand THE SAEM 400 people and purposive sampling by collected the data from the questionnaires. The statistics used in this study was the percentage, average, frequency distribution, standard deviation for hypothesis testing, chi-square.

The results of the research find that the most of sample were female by the samples ranged in age from 18-23 years old, 24-29 years old, 30-35 years old, and 36 years in equal numbers, holding a bachelor's degree, students, and college students and having monthly income more than 20,000 baht per month and single. In addition, the researcher found that the factor of the

integrated marketing communication in the overall level. The most important factor was the promotion.

For hypothesis testing found that the promotions, the viral marketing, personal selling, direct marketing, publicity and public relations, the event. All factors were associated with a moderate level of perception.