

ชื่อเรื่อง : การการรับรู้ภาพลักษณ์ของดีไซน์เนอร์แบรนด์ผ่านสัญลักษณ์เชิงไอคอนิก
 ผู้วิจัย : พลอยขวัญ เจตียจิตต์, รัชชา บัญเรืองขาว
 ปีการศึกษา : 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของดีไซน์เนอร์แบรนด์ผ่านสัญลักษณ์เชิงไอคอนิก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางสัญลักษณ์เชิงไอคอนิก โดยทำการศึกษาจากกลุ่มผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ในยุควิด 19 ในเขตปริมณฑล จำนวน 200 คน ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มประชากรการทำวิจัยในระดับท้องถิ่น (Regional studies) ใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) เฉพาะผู้ที่ซื้อและใช้น้ำหอมในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าประเภทน้ำหอม และข้อมูลระดับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าประเภทน้ำหอม ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยสังคมศาสตร์ใช้ค่าสถิติร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation และบรรยายเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายผลการศึกษา

Title : Perception of Designers Brand Image Forwards Symbol
Iconic.

Researcher : Ploykwan Jedeejit, Thichacha Boonreungkaow

Academic Year : 2023

ABSTRACT

Research on the perception of brand designer images through iconic symbols is a quantitative research that aims to study the perception of brand identity of consumers through iconic symbols. The study was conducted from a group of consumers who had experience in deciding to buy fashion clothes online during the COVID-19 era in the metropolitan area, totaling 200 people, which is the size of the population group for local research (Regional studies). Purposive sampling was used only for those who bought and used perfume in the past 3 years. Data was collected using a questionnaire divided into 3 parts: general information of the respondents, information on the perception of perfume brand images, and information on the level of relationship between customers and perfume brands. Data were analyzed and processed using ready-made programs for social science research. Percentage statistics, standard deviations, Pearson Correlation analysis, and descriptive descriptions were used to explain the results of the study.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยท่านอธิการบดี ศ.ดร.บังอร เบ็ญจาธิกุล ผู้สนับสนุนงานวิจัยนี้ อีกทั้งขอกราบขอบคุณคณะผู้บริหาร รองอธิการบดีทุกท่าน และสำนักวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี รวมถึงผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลทุกท่าน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้อำนวยความสะดวกทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างที่ให้ความอนุเคราะห์ในการประเมินคุณภาพบทความ และงานสร้างสรรค์

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

ผู้วิจัย