

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ขวัญพงศ์ สุตานนท์. สัมภาษณ์, 11 สิงหาคม 2553.

ชาเลนจ์เจอร์ บี คาร์ ฉีกตลาดสู่ไลฟ์สไตล์ขับเคลื่อน [Online], 2553. แหล่งที่มา:

www.nanosearch.co.th/nano2/show_news_m.php?ID=238 [18 มีนาคม 2553]

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง. การสื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ทัฬหีรินทร์, 2536.

ถอดรหัส...รถใหม่ช่วยกรีบ [Online], 2549. แหล่งที่มา:

<http://www.positioningmag.com/Magazine/PrintNews.aspx?id=52765> [1 ตุลาคม 2549]

ธนพงศ์ พงษ์พานิช. สัมภาษณ์, 16 สิงหาคม 2553.

ธันวภรณ์ ปฏิสังข์ . กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการ 60 ปี 60 ล้าน

ความดี น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการ

ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

ปิณณ์ดา ศรีเนตร. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเป๊ปซี่และโค้กใน

ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ

ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

เปิดใจ 2 นีกกับปีทอง! ฮอนด้า [Online], 2551. แหล่งที่มา:

<http://www.manager.co.th/asp-bin/mgrview.aspx?NewsID=9510000107550>

[11 กันยายน 2551]

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2546.

ประจวบ อินอ้อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร : มณฑนาสถาปัตย์, 2532.

พิมพ์ใจ พันวินิจ. กลยุทธ์การสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องซีแล็ค.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ

นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2542.

วัลย์พร เกตุยงค์. การสร้างภาพลักษณ์รถยนต์อเนกประสงค์ SUV ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์

ปริญญาamahบัณฑิต. ภาควิชาวิทยาศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิต, 2547.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2549.

วีดิโอ "My Design, My Pride" ความภาคภูมิใจใหม่ ของรถซีดานขนาดเล็ก [Online].
2550. แหล่งที่มา: <http://www.ryt9.com/s/prg/90120> [8 มีนาคม 2550]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: Diamond in
Business World, 2540.

สุวิมล สุทธิพงศ์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใน
สายตาของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชา
วิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538.

เอก จิตรถเวช. สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2553

อัญญลักษณ์ บัวศรี. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของภาพยนตร์แอนิเมชัน
ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ฮอนด้า กลยุทธ์ Segmentation ชูคุณภาพเหนือยอดขาย [Online]. 2552. แหล่งที่มา:
<http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=406133> [2 ตุลาคม 2552]

ฮอนด้าเปิดตัว ฮอนด้า ซิตี้ ซีรีส์ใหม่ สปอร์ตโฉบเฉี่ยวที่ประหยัดน้ำมันกว่า! [Online].
2550. แหล่งที่มา: <http://www.naewna.com/news.asp?ID=60603> [21 พฤษภาคม
2550]

ภาษาอังกฤษ

Adapted from Solomon, M.R. Consumer Behavior. 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2002.

Assael, H. Consumer behavior and marketing action. 6th ed. Cincinnati, OH: South-Western Collage, 1998.

Cutlip, Scott M., Center, Allen H. and Glen M. Broom. Effective public relations. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall, 2000.

De Fleur, Lawrence, Melvin. Theories of mass communication. New York : Mackay, 1966.

Jefkins, Frank. Marketing and PR media planning. Oxford : Pergamon Press, 1974.

Klapper, Joseph T. The effect of mass communication. New York : The Free Press, 1960.

Kotler, P. Marketing management. 10th ed. Upper Saddle, River, NJ: Prentice-Hall, 2000.

Lutz, R. J. The role of attitude theory in marketing. In H.H. Hassajan, & Robertson, T. (Eds.), Perspective in consumer behavior 4th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1991.

Mowen, J.C., & Minor, M. Consumer behavior. 5th ed. Upper Saddle, River, NJ: Prentice-Hall, 1998.

Schramm, Wilbur. The process and effects of mass communication. Urbana : University of Illinios Press, 1965.

Shiffman, L.G., & Kanuk, L.L. Consumer behavior. 5th ed. Englewood, NJ: Prentice-Hall, 1994.

Shiffman, L.G., & Kanuk, L.L. Consumer behavior. 7th ed. Englewood, NJ: Prentice-Hall, 2000.

Shiffman, L.G., & Kanuk, L.L. Consumer behavior. 8th ed. Englewood, NJ: Prentice-Hall, 2004.

Solomon, M.R. Consumer behavior. 4th ed. Upper Saddle, River, NJ: Prentice-Hall, 1997.

Solomon, M.R. Consumer behavior. 5th ed. Upper Saddle, River, NJ: Prentice-Hall, 2002.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

“ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก”
แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากร

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย (x) ในกล่องสี่เหลี่ยม ที่คุณคิดว่าเหมาะสมหรือตรงกับคุณมากที่สุดเพียงข้อเดียว ขอความกรุณาในการตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

- (1) 18 - 25 ปี (2) 26 - 30 ปี (3) 41 - 45 ปี
(4) 31 - 35 ปี (5) 36 - 40 ปี (6) มากกว่า 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- (1) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า (2) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
(3) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (4) ปริญญาตรี
(5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท (2) 10,001 - 20,000 บาท
(3) 20,001 - 30,000 บาท (4) 30,001 - 40,000 บาท
(5) 40,001 - 50,000 บาท (6) มากกว่า 50,000 บาท

5. อาชีพ

- (1) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ (2) บริษัทเอกชน
(3) ธุรกิจส่วนตัว (4) นักเรียน / นักศึกษา
(5) อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2: การรับรู้ของผู้บริโภค

1. คุณขับรถหรือไม่

- (1) ขับ โปรดระบุรุ่นรถ..... (2) ไม่ได้ขับ

2. เมื่อพูดถึงรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก ที่มีขนาดของเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,500 ซีซี คุณนึกถึงยี่ห้อใดบ้าง กรุณาตอบมา 3 ชื่อ

- 1)..... 2)..... 3).....

3. คุณมีความคุ้นเคยกับรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

	ฉันรู้เกี่ยวกับ รถยนต์ยี่ห้อนี้เป็น อย่างดี 5	ฉันรู้เกี่ยวกับ รถยนต์ยี่ห้อ พอสมควร 4	ฉันรู้เกี่ยวกับรถ ยี่ห้อเล็กน้อย เท่านั้น 3	ฉันเคยเห็น แต่ฉันไม่รู้ อะไรเกี่ยวกับ มันเลย 2	ฉันไม่เคยเห็น หรือเคยได้ยิน รถยนต์ยี่ห้อนี้มา ก่อน 1
โตโยต้า วีออส					
ฮอนด้า ซิตี้					
เซฟโรเลต อวี่ โอ					

4. คุณรู้จักรถยนต์ยี่ห้อดังต่อไปนี้จากแหล่งใดบ้าง

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุด เพียงข้อเดียว

**หมายเหตุ	หมายเลข 5	คือ	มากที่สุด
	หมายเลข 4	คือ	มาก
	หมายเลข 3	คือ	เฉยๆ
	หมายเลข 2	คือ	น้อย
	หมายเลข 1	คือ	น้อยที่สุด

แหล่งข้อมูล	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อารีโอ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด					มากที่สุด - น้อยที่สุด					มากที่สุด - น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์															
2. สื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ															
3. สื่อหนังสือพิมพ์															
4. สื่อนิตยสาร															
5. สื่อกลางแจ้ง เช่นป้ายบิลบอร์ด															
6. สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น โบรชัวร์															
7. สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต															
8. สื่อกิจกรรมพิเศษ เช่น งานเปิดตัวรถยนต์, กิจกรรม Road Show															
9. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ															
9. อื่นๆ (โปรดระบุ)															

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุดเพียงข้อเดียว

**หมายเหตุ	หมายเลข 5	คือ	รู้จักเป็นอย่างดี / เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง
	หมายเลข 4	คือ	รู้จัก / เห็นด้วย
	หมายเลข 3	คือ	ไม่แน่ใจ / ไม่แน่ใจ
	หมายเลข 2	คือ	ไม่รู้จัก / ไม่เห็นด้วย
	หมายเลข 1	คือ	ไม่รู้จักเลย / ไม่เห็นด้วยเลย

5. คุณรู้จักกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของรถยนต์ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

กิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์ทาง การตลาด	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อารีโอ				
	รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย					รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย					รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. การใช้ผู้นำเสนอ (Brand Ambassadors) หรือ บุคคลผู้มีชื่อเสียงใน การนำเสนอสินค้า เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา															
2. การจัดกิจกรรม พิเศษ (Special Event) เช่น การ จัดการประกวด การ เปิดตัวสินค้า															
3. การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) กิจกรรมพิเศษ เช่น กิจกรรมดนตรี กีฬา ต่างๆ															

กิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์ทาง การตลาด	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อารีโอ				
	รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย					รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย					รู้จักดี - ไม่รู้จักเลย				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. การเป็นผู้สนับสนุน รายการโทรทัศน์ต่างๆ (Tie-in) เช่น การนำ สินค้าไปวางไว้ในฉาก ของละคร, การเป็น ผู้สนับสนุนช่วงต่างๆ ในรายการบันเทิง															

ส่วนที่ 3: ภาพลักษณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กแต่ละยี่ห้อ

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุดเพียงข้อเดียว

**หมายเหตุ	หมายเลข 5	คือ	รู้จักเป็นอย่างดี / เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	หมายเลข 4	คือ	รู้จัก / เห็นด้วย
	หมายเลข 3	คือ	ไม่แน่ใจ / ไม่แน่ใจ
	หมายเลข 2	คือ	ไม่รู้จัก / ไม่เห็นด้วย
	หมายเลข 1	คือ	ไม่รู้จักเลย / ไม่เห็นด้วยเลย

1. หากเปรียบเทียบรถยนต์ดังต่อไปนี้เป็น "คน" คุณคิดว่ารถยนต์เหล่านี้จะมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร

ภาพลักษณ์ของ รถยนต์	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อารีโอ				
	เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง อย่างยิ่ง					เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง อย่างยิ่ง					เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง อย่างยิ่ง				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. เป็นคนรุ่นใหม่ วัยรุ่น ดูทันสมัย															
2. เป็นคนแก่ ดูมีอายุ															
3. เป็นคนสุขุม เยียบขีวม															

ภาพลักษณ์ของ รถยนต์	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อวิโอ				
	เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง อย่างยิ่ง					เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง อย่างยิ่ง					เห็นด้วย - ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง อย่าง ยิ่ง				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. เป็นคนสนุกสนาน ร่าเริง ขี้เล่น															
5. เป็นคนมีความคิด สร้างสรรค์															
7. เป็นคนที่ชอบ เลียนแบบคนอื่น															

ส่วนที่ 4: พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยใดบ้างที่คุณใช้เพื่อประกอบการพิจารณา การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ใช้ในการ พิจารณา	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อวิโอ				
	มากที่สุด - น้อย ที่สุด					มากที่สุด - น้อย ที่สุด					มากที่สุด - น้อย ที่สุด				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. เป็นรุ่นที่เชื่อถือได้															
2. คุ่มค่าเงิน															
3. หูหრა															
4. มีดีไซน์ที่ดึงดูด น่าสนใจ															
5. มีความปลอดภัยสูง															
6. ทันสมัย															
7. สำหรับคนหนุ่มสาว															
8. สนุกในการขับ															

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	โตโยต้า วีออส					ฮอนด้า ซิตี้					เซฟโรเลต อารีโอ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด					มากที่สุด - น้อยที่สุด					มากที่สุด - น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
9.เหมาะกับบุคลิกของตน															
10.มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน															
11.เหมาะกับรูปแบบการใช้งานในชีวิตประจำวัน															
12.ราคาสามารถเป็นเจ้าของได้															
13.ประหยัดน้ำมัน															
14.ค่าบำรุงรักษาและอะไหล่ราคาถูก															
15.พื้นที่โดยสารภายในกว้างขวาง															
16.บริการหลังการขายดี															
17.ช่วงล่าง / ควบคุมการขับขี่ได้อย่างแม่นยำ															
18.มีอุปกรณ์ตกแต่งให้เลือกมากมาย															
19.ขายต่อได้ราคาสูง															
20.มีสมรรถนะเครื่องยนต์แรง															
21.โปรแกรมที่น่าสนใจ															

2. มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดที่คุณจะพิจารณาซื้อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆดังต่อไปนี้

	พิจารณาซื้อ อย่างแน่นอน 5	อาจจะ พิจารณาซื้อ 4	ไม่แน่ใจ 3	ไม่ พิจารณาซื้อ 2	ไม่พิจารณาซื้อ อย่างแน่นอน 1
โตโยต้า วีออล					
ฮอนด้า ซิตี้					
เซฟโรเลต อาวี โอ					

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสิปปารี มงคลศรี เกิดเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2525 สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรี
วารสารศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2547 และจากนั้นจึงได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2552



