

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพประกอบ	(11)

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 การตรวจสอบสุขภาพตราयीหือสำคัญอย่างไร	1
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
1.5 แนวคิดในการทำวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	7
2.1.1 ความหมายของตราयीหือ	7
2.1.2 ความหมายของวัยรุ่น	8
2.1.3 ความหมายของ Gen-M.....	8
2.1.4 ลักษณะของ Gen-M	9
2.1.5 ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของ Gen-M.....	12
2.1.6 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของ Gen-M	14
2.1.7 การทำการตลาดกับ Gen-M	15
2.1.8 Brand Sense กลยุทธ์การสร้างตราयीหือด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5	17

2.1.8.1 การสร้างตราयीห่อแบบองค์รวมในอนาคต	17
2.1.8.2 ตราयीห่อ ที่ประกอบด้วยมิติทั้ง 5	18
2.1.8.3 การชำแหละตราयीห่อ	21
2.1.8.4 การกระตุ้น การเสริมคุณค่าและการสร้างความผูกพัน เพื่อสร้างตราयीห่อที่เร้าความรู้สึก	23
2.1.9 Brand Audit การตรวจเช็คสุขภาพตราयीห่อ	24
2.1.10 ประโยชน์ของตราयीห่อที่แข็งแรง	25
2.2 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.2.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ.....	26
2.2.1.1 ข้อมูลจากบริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด	27
• กลยุทธ์แผนการสื่อสารทางการตลาดรถจักรยานยนต์ ฮอนด้าระบบออโตเมติก ในปีพ.ศ. 2549	
• รายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผู้ใช้รถจักรยานยนต์ เชิงลึก	
• บทสรุปการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group I)	
2.2.1.2 ข้อมูลจากบริษัท ฑูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	35
• บทสรุปการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group II)	
2.2.1.3 ข้อมูลจากบริษัท อาซิแอม เบอร์สัน-มาร์สเทลเลอร์ จำกัด	37
• บทสรุปเอกสารข่าว (News Release)	
2.2.2 กรณีศึกษา 1 วิธีการตรวจสอบสุขภาพตราयीห่อ Spy Wine Cooler	43
2.2.3 กรณีศึกษา 2 การปรับตัวของ Mc Donald จากการสื่อสารแบบ 2 มิติสู่การสื่อสารแบบ 5 มิติ.....	50
2.2.4 กรณีศึกษา 3 ประสาทสัมผัสแห่งตราयीห่อ “ไค้ก” และ “เป๊ปซี่”	52
2.3 การศึกษาข้อมูลและเนื้อหาที่สำคัญของงานวิจัย	55
2.3.1 การสำรวจและศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ	55
2.3.1.1 การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล หน้า	
• ตัวแทนจากบริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด	55

● ตัวแทนจากบริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	57
2.3.1.2 การใช้แบบสอบถาม	62
2.3.2 ข้อมูล ข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ.....	63
3. การออกแบบงานวิจัย.....	69
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย.....	69
3.2 การสุ่มตัวอย่าง	69
3.3 คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
3.4 งานวิจัยภาคสนาม.....	70
3.5 เทคนิคและวิธีการทางสถิติ	70
3.6 การประมวลผลข้อมูล	72
3.6.1 ข้อมูลประวัติส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
3.6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	78
3.6.3 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์	92
4. สรุปผลงานวิจัย	107
4.1 สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์	107
4.2 สรุปผลการวิจัยจากการวิจัยภาคสนาม	111
4.3 สรุปประเด็นปัญหา	115
4.4 การนำเสนอแนวทางแก้ไข	116
ภาคผนวก	
ก. ข้อมูลแบบสอบถาม	119
ข. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพตลาดรถจักรยานยนต์	130
ค. ข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ฮอนด้า	133
ง. ข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ยามาฮ่า	168

หน้า

บรรณานุกรม 173

ประวัติการศึกษา..... 175

