



วิจัยตราสินค้า

BRAND RESEARCH

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดสาขาโชติเวช

ภาควิชา ชุมงคล



201020716

คำนำ

ตำราวิจัยตราสินค้านี้ เกิดจากความตั้งใจของผู้เขียนที่ประสงค์จะนำเสนอแนวทางวิจัยตราสินค้าหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจได้นำไปใช้ออกแบบวิธีการรวบรวมข้อมูลเพื่อเสริมประสิทธิภาพการสร้างสรรคและสื่อสารตราสินค้า โดยตำราเล่มนี้ผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงขึ้น จากเอกสารตำรา ผลงานวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้า ประสบการณ์ในการทำวิจัย และประสบการณ์การสอนวิจัยด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เนื้อหาในตำราด้านหนึ่ง มุ่งเน้นให้ผู้อ่านได้มีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับหลักการวิจัย รวมถึงการเรียนรู้ขั้นตอนการวิจัย ตั้งแต่การกำหนดโจทย์วิจัย จนถึงการวิเคราะห์ข้อมูล อีกด้านแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้การวิจัยเพื่อศึกษาตราสินค้าในแง่มุมต่าง ๆ ตลอดจนการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์และสื่อสารตราสินค้า

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาตำราเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการที่จะเป็นแนวทางการแสวงหาความรู้ ความจริงเกี่ยวกับการสร้างสรรค์และสื่อสารตราสินค้าให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคดิจิทัล ตลอดจนเป็นแนวทางในเชิงวิชาชีพที่จะช่วยให้นักพัฒนาตราสินค้าได้เห็นแนวทางการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์ตราสินค้าอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้หากท่านที่ได้นำตำราเล่มนี้ไปใช้ และมีข้อเสนอแนะที่มอบให้แก่ผู้เขียน ซึ่งผู้เขียนมีความยินดีที่จะรับและนำมาปรับปรุง แก้ไขให้ตำราวิจัยตราสินค้ามีความถูกต้อง สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ตำราวิจัยตราสินค้าเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ก็ด้วยแรงส่งเสริมและสนับสนุนจากวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ตลอดจนความกรุณาจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเขียนตำราเล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้สร้างสรรค์เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่ผู้เขียนได้นำมาใช้ในการอ้างอิง และเรียบเรียงขึ้นมาเป็นตำราเล่มนี้ทุกท่าน และขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความช่วยเหลือ อีกทั้งคอยเป็นกำลังใจในการจัดทำตำราเล่มนี้จนกระทั่งเป็นตำราที่สำเร็จสมบูรณ์

หากคุณความดีใดอันจักเกิดจากคุณค่าทางวิชาการของตำราเล่มนี้ ขอน้อมคุณความดีทั้งสิ้นนั้น บูชาครูบาอาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้เขียน ด้วยจิตเมตตาเสมอมา

อีกทั้งขอยกคุณความดีทั้งหลายให้แก่ผู้หญิง 2 ท่าน ที่มีความสำคัญที่สุดในชีวิตของผู้เขียน คือ นางเพ็ญรุ่ง ชุมงคล แม่ผู้ให้กำเนิด ผู้เสียสละอบรมเลี้ยงดู เป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้เขียนในทุกเรื่องในชีวิต และ ศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา ผู้ชดเชลภาวิชาการ เป็นผู้อบรมมอบความเป็นครูให้แก่ผู้เขียน ด้วยความเมตตา เป็นผู้อยู่เคียงข้างผู้เขียนมาโดยตลอดทุกช่วงเวลาสำคัญของชีวิต

พิทักษ์ ชุมงคล

สารบัญ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

บทที่ 1	ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัยตราสินค้า	1
บทที่ 2	การพัฒนาโจทย์วิจัยตราสินค้า	41
บทที่ 3	การทบทวนวรรณกรรม	59
บทที่ 4	ตัวแปร และ นิยามศัพท์	77
บทที่ 5	กรอบแนวคิดในการวิจัย และ สมมติฐาน	93
บทที่ 6	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยตราสินค้า	113
บทที่ 7	การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยตราสินค้า	135
บทที่ 8	ระเบียบวิธีวิจัยตราสินค้า	177
บทที่ 9	การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล	223
บทที่ 10	การรายงานผลการวิจัยตราสินค้า	253
บทที่ 11	แนวทางการวิจัยตราสินค้า	273
บรรณานุกรม		351
ดัชนีคำค้น		371

1 ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัย ตราสินค้า



วัตถุประสงค์การเรียนรู้

เมื่อศึกษาบทที่ 1 จบแล้วสามารถ

1. อธิบายความหมาย คุณลักษณะของการการวิจัยได้
2. อธิบายความหมาย ความสำคัญ ประเภท และกระบวนการวิจัยตราสินค้าได้

ทำไมต้องวิจัย เป็นคำถามที่นักพัฒนาตราสินค้าอาจเกิดข้อสงสัยว่า ถ้าพึ่งอาศัยเพียงความเชื่อมั่นและประสบการณ์ที่สั่งสมมาเฉพาะตนไม่เพียงพอที่จะใช้ในการดำเนินงานการตลาดและสร้างตราสินค้าให้มีประสิทธิภาพหรือ ดังนั้นในเบื้องต้นต้องทำความเข้าใจว่าโลกในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่รุดหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง ผู้บริโภค คู่แข่ง และสภาพแวดล้อมทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความสลับซับซ้อนของปรากฏการณ์จนยากจะทำความเข้าใจให้แจ่มแจ้ง ความรู้เดิมที่เคยมี ประสบการณ์ที่เคยสร้างความชำนาญ อาจกลายเป็นเรื่องพื้นสมัยเพียงชั่วข้ามคืน ความแปรปรวนที่นักพัฒนาตราสินค้าต้องเผชิญอาจยากเกินกว่าจะคาดเดาทิศทางได้อย่างแม่นยำ โดยอาศัยแต่เพียงประสบการณ์เก่าหรือสามัญสำนึก

การเริ่มเรียนรู้การวิจัยในฐานะระบบการแสวงหาข้อมูลและความรู้ที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นวิธีการที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อค้นหาคำตอบของข้อสงสัยต่าง ๆ ด้วยความแม่นยำ รอบคอบ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักพัฒนาตราสินค้า ที่จะช่วยสร้างข้อมูลที่มีคุณภาพและวางใจได้สำหรับนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในยุคที่มีความผันผวนของสถานการณ์ทางการตลาดจนยากจะพยากรณ์

ตราสินค้า (brand) คือ หนึ่งในกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อผูกใจผู้บริโภค ในการพัฒนากลยุทธ์นี้จึงมีคำถามสำคัญมากมายที่รอการค้นคว้า คำตอบที่ล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างตราสินค้า เช่น คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะตราสินค้าที่เหมาะสม พฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคด้วยกันเอง กระบวนการสื่อสารตราสินค้าที่ทรงประสิทธิภาพ ตลอดจนทิศทางการความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภค ฯลฯ คำถามเหล่านี้ หากได้รับการคลี่คลายด้วยวิธีการวิจัยแล้วก็จะช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจที่แม่นยำให้กับนักพัฒนาตราสินค้า อันนำไปสู่การดำเนินกลยุทธ์เกี่ยวกับตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดต่อไป

ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้ด้วยการวิจัย อันจะเป็นพื้นฐานสำหรับต่อยอดความเข้าใจก่อนนำไปสู่กระบวนการวิจัยตราสินค้าในบทต่อ ๆ ไป ในบทนี้จึงนำเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับการวิจัยตราสินค้า ประกอบด้วย

- 1.1 การแสวงหาความรู้ของมนุษย์
- 1.2 ความหมายของการวิจัย
- 1.3 คุณลักษณะของการวิจัย
- 1.4 การวิจัยตราสินค้า


มีรายละเอียด ดังนี้

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<https://lib.rmutp.ac.th/catalog/BibItem.aspx?BibID=b00105483>



วิจัยตราสินค้า = Brand research / พิศทักษ์ ชุมงคล.

Author	พิทักษ์ ชุมงคล
Published	กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail	374 หน้า : ภาพประกอบ, แผนภูมิ ; 21 ซม
Subject	ชื่อตราผลิตภัณฑ์(+) การสร้างชื่อตราผลิตภัณฑ์(+) การสื่อสารทางการตลาด(+)
ISBN	9786165687607
ประเภทแหล่งที่มา	 Book

"สำหรับเพื่อการศึกษาและอ้างอิงเท่านั้น"