

กิตติกรรมประกาศ

“การวิจัยสุขภาพตราयीหือ” เป็นการศึกษาค้นคว้าเพื่อตรวจสอบหาข้อเท็จจริงว่า ภาพลักษณ์ของตราयीหือนั้นเป็นอย่างไรในมุมมองของผู้บริโภคในปัจจุบัน ดีหรือไม่ดีอย่างไร ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบอย่างไร ภาพลักษณ์ด้านใดที่กำลังอ่อนแอและโดนโจมตีจากสภพตลาดหรือคู่แข่งอื่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวมาวางกลยุทธ์เพื่อทำการแก้ไขปัญหสุขภาพตราयीหือต่อไป ถือเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารตราयीหือแบบยั่งยืน

ปัจจุบันตลาดรถจักรยานยนต์มีภาวะการแข่งขันสูง ตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้าเป็นผู้นำ ถือครองส่วนแบ่งในตลาดสูงสุด ถูกท้าทายด้วยปัจจัยหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการแข่งขันจากคู่แข่งหลัก มีผลทำให้ยอดขายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าลดต่ำลง โดยมีข้อสันนิษฐานว่ายอดขายรถจักรยานยนต์ฮอนด้าที่ลดลง มีสาเหตุมาจากภาพลักษณ์ของรถจักรยานยนต์ฮอนด้าที่กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นรับรู้ ว่าตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้าไม่ทันสมัยและเป็นผู้ใหญ่เกินไป ไม่เหมาะกับวิถีชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนตราयीหือที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ (Switching Brand) กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นเปลี่ยนพฤติกรรมไปซื้อรถจักรยานยนต์ของคู่แข่งหลักคือยามาฮ้า

การตรวจเช็คสุขภาพตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้า จึงเป็นการค้นหาว่าปัจจุบันตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้า มีภาพลักษณ์อย่างไรในการรับรู้ของผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นวัยรุ่น การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตราयीหือรถจักรยานยนต์หรือไม่ มีนัยสำคัญมากหรือน้อยเพียงใด

อนึ่ง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งเน้น การตรวจเช็คสุขภาพตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้าในด้านภาพลักษณ์ที่มีผลกระทบกับการตัดสินใจซื้อเพียงอย่างเดียว เพื่อการค้นคว้าวิจัยและสำรวจว่า ผู้บริโภคเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทัศนคติและการรับรู้เกี่ยวกับตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ภาพลักษณ์ตราयीหือรถจักรยานยนต์ฮอนด้า เป็นผู้นำหรือผู้ตาม มีจุดยืนที่เหมือนหรือแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไรในปัจจุบัน

นางสาว ศรีนยา ธาตุทอง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2549