

ชื่อเรื่อง: กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของผู้ชนะรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2548
ผู้วิจัย: นายณัฐพล จิตประไพ ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปีที่แล้วเสร็จ : 2551 จำนวน 529 หน้า
คำสำคัญ: กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า, ผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น, ตราสินค้า, รางวัลผู้ส่งออก

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของผู้ชนะรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2548” เป็นการศึกษาเพื่อศึกษากระบวนการสร้างตราสินค้าของผู้ส่งออกสินค้าและบริการที่ได้รับรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่นประจำปี 2548 โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างตราสินค้าจำนวน 20 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาภายใต้กรอบแนวคิดการตลาด การบริหารตราสินค้า โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

ประเภทที่ 1 ผู้ส่งออกสินค้าไทยดีเด่น ประกอบด้วย บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ แลบบอราทอรี แอนด์ เฮลท์แคร์ จำกัด บริษัท พันท้ายนรสิงห์ จำกัด และบริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 บริษัท มีการสร้างตราสินค้าผ่านกระบวนการสร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ธุรกิจ การออกแบบตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การนำเสนอข้อมูลตราสินค้า การขยายตราสินค้า และการบริหารคุณค่าตราสินค้า อันประกอบด้วย การตระหนักผู้ตราสินค้า การสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า การสร้างการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ส่วนเชื่อมโยงตราสินค้า

ประเภทที่ 2 ผู้ส่งออกไทยที่ใช้ตราสินค้าของตนเอง ประกอบด้วย บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท พันท้ายนรสิงห์ จำกัด บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท หาญ โปรดัคส์ จำกัด และบริษัท สตาร์ ซานิทารี แวร์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 5 บริษัท มีการสร้างตราสินค้าผ่านกระบวนการสร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ธุรกิจ การออกแบบตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การนำเสนอข้อมูลตราสินค้า การขยายตราสินค้า ยกเว้น บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด บริษัท พันท้ายนรสิงห์ จำกัด บริษัท สตาร์ ซานิทารี แวร์ จำกัด (มหาชน) และการบริหารคุณค่าตราสินค้า อันประกอบด้วย การตระหนักผู้ตราสินค้า การสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า การสร้างการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ส่วนเชื่อมโยงตราสินค้า

ประเภทที่ 3 ผู้ส่งออกไทยที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย บริษัท พลาสทีนา จำกัด บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟียร์น จำกัด บริษัท โยธกา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทั้ง 3 บริษัท มีการสร้างตราสินค้าผ่านกระบวนการสร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ธุรกิจ การออกแบบตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การนำเสนอข้อมูลตราสินค้า การขยายตราสินค้า เฉพาะบริษัท โยธกา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และการบริหารคุณค่าตราสินค้า อันประกอบด้วย การตระหนักผู้ตราสินค้า การสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า การสร้างการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ส่วนเชื่อมโยงตราสินค้า สำหรับผู้

ส่งออกกลุ่มนี้จะเน้นการสื่อสารตราสินค้าในต่างประเทศมากกว่าภายในประเทศไทย เนื่องจากตลาดเป้าหมาย โดยส่วนใหญ่เป็นตลาดต่างประเทศ

ประเภทที่ 4 ธุรกิจบริการที่มีชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการมาก ได้แก่ วิทยาลัยมิชชั่น ผลการศึกษาพบว่า วิทยาลัยมิชชั่น มีการสร้างตราสินค้าผ่านกระบวนการสร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ธุรกิจ การออกแบบตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การนำเสนอข้อมูลตราสินค้า การขยายตราสินค้าด้วยการเปิดหลักสูตรการสอนในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก และการบริหารคุณค่าตราสินค้า อันประกอบด้วย การตระหนักรู้ตราสินค้า การสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า การสร้างการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ส่วนเชื่อมโยงตราสินค้า

ประเภทที่ 5 ผู้ส่งออกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่น ประกอบด้วย บริษัท ดอยน้ำซบ จำกัด ผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือ ตรา เช่น กลุ่มทอเสื่อกก สุริยา บางสระแก้ว กลุ่มไม้ไผ่จักสาน คุณปราณี บริบูรณ์บริษัท ศรีเอชเอ็น เวิร์ด ไรต์ วู้ด จำกัด กลุ่มไม้แกะสลัก เทพทาโร บริษัท เก็จมุกดา จำกัด บริษัท ฟลาวเวอร์ ฟู๊ด จำกัด จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ได้ทำการสร้างตราสินค้าโดยอาศัยประสบการณ์และความความเข้าใจ ความรู้สึกของเจ้าของกิจการ โดยมีได้ทำการสร้างตราสินค้าอย่างเป็นระบบ อีกทั้งผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีงบประมาณในการดำเนินกิจการที่จำกัด ทำให้การสื่อสารตราสินค้าเป็นอยู่ในวงแคบจึงทำให้ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จักมากนัก