

กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์

ศิริพรรณ หอมไกล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาด

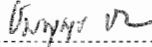
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2555


ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

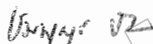
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของนางสาวศิริพรรณ หอมไถล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

 อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธาน
(ดร.เสาวณีย์ เทศกิม)

 กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์)

 กรรมการ
(ดร.ปารเมศ วรเศยานนท์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ดร.บุษอรอด บุญเกิด)

วันที่ 25 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยความเมตตาและความอนุเคราะห์อย่างดีจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ที่ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความเมตตาและความอนุเคราะห์อย่างมาก เพราะนอกจากจะให้คำแนะนำ คำสอน ข้อคิดเห็น และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ แล้ว ยังมีส่วนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้อีกด้วย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจากท่านประธานและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.เสาวณีย์ เทศกัม ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.ปารเมศ วรเศยานนท์ ที่ให้ความกรุณาในการให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณคริสโตเฟอร์ ไรท์ และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้

ขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนที่พาไปเก็บข้อมูล หรือเพื่อนที่คอยให้กำลังใจตลอดมา รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยกราบขอขอบพระคุณ นายละออ และนางสวย หอมไกล บิดามารดาที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถมีวันนี้ได้ รวมถึงการให้กำลังใจทุกครั้งเมื่อมีปัญหาในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทางผู้วิจัยจะไม่ลืมพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และมีส่วนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จขึ้นมาได้ เพราะฉะนั้นถ้าหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลหรือหน่วยงานใด ผู้วิจัยขออุทิศความดีทั้งหลายแด่บุพการี ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้ทุกท่าน

ศิริพรรณ หอมไกล

53910303: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: ตราสินค้า/ การสร้างตราสินค้าบุคคล/ คริสโตเฟอร์ ไรท์

ศิริพรรณ หอมไกล: กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์

(THE PERSONAL BRANDING STRATEGIES OF CHRISTOPHER WRIGHT)

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์: ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, Ph. D., 183 หน้า. ปี พ.ศ. 2555.

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ ศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการสร้างตราสินค้าบุคคล คริสโตเฟอร์ ไรท์ ตลอดจนองค์ประกอบที่ส่งผลทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคริสโตเฟอร์ ไรท์ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ กระบวนการสร้างตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์ และผู้บริโภครวมจำนวนทั้งสิ้น 19 คน ผลการวิจัยพบว่า ทั้งในช่วงก่อนและหลังที่มีชื่อเสียงคริสโตเฟอร์ ไรท์ ได้ใช้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. การสร้างความแตกต่าง 2. การเพิ่มคุณค่าให้กับตราสินค้า และ 3. การใช้เครื่องมือการสื่อสาร ตลาดแบบบูรณาการ ในส่วนของกระบวนการสร้างตราสินค้านั้นได้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการดำเนินงาน ขั้นตอนการติดตามและการประเมินผล และขั้นตอนการบริหารจัดการตราสินค้า ส่วนองค์ประกอบที่ส่งผลทำให้ตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์ ประสบความสำเร็จนั้น สอดคล้องตามแนวคิดของ Roberto Alvarez del Blanco (2010)

53910303: MAJOR: MARKETING COMMUNICATION; M.Com.Arts
(MARKETING COMMUNICATION)

KEYWORDS: BRAND/ PERSONAL BRANDING/ CHRISTOPHER WRIGHT

SIRIPHUN HOMKLAI: THE PERSONAL BRANDING STRATEGIES OF
CHRISTOPHER WRIGHT. ADVISORY: CHOMPUNUCH PUNYAPIROJE, Ph. D. 183 P.
2012.

The purpose of this research was to investigate the personal branding strategies and branding process of Christopher Wright and the components influencing the personal brand successful. Nineteen people consisted of Christopher Wright, Christopher Wright's branding process related persons and consumers were interviewed. The results revealed that Christopher Wright employed three strategies: differentiation, Added Value and Integrated Marketing Communication. The processes of the personal brand began from situation analysis and target consumer identification, planning, processing, tracking and assess and brand equity management. The components influencing personal branding strategies are congruent with Roberto Alvarez del Blanco's concept proposed in 2010.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าบุคคลและการสร้างตราสินค้าบุคคล.....	36
ประวัติส่วนตัวของคริสโตเฟอร์ ไรท์ (Christopher Wright).....	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3 ระเบียบและวิธีการวิจัย.....	64
กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์.....	64
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	65
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
การตรวจสอบข้อมูล.....	66
การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	66

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	67
ตอนที่ 1 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์.....	70
ตอนที่ 2 กระบวนการสร้างตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์.....	72
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์ ประสบความสำเร็จ..	149
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	156
สรุปผลการวิจัย	156
อภิปรายผล.....	160
ข้อเสนอแนะทั่วไป	165
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	165
บรรณานุกรม.....	167
ภาคผนวก	172
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	183

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	ตราสินค้า 10 อันดับแรกที่มีมูลค่าสูงสุดของโลกในปี 2554..... 2
2-1	ตัวอย่างตราสินค้าทั้ง 3 ประเภทในองค์กรต่าง ๆ..... 14
2-2	สรุปกระบวนการสร้างตราสินค้า 32
2-3	สรุปกระบวนการสร้างตราสินค้าประเภทบุคคล 45
3-1	รายชื่อกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1-3..... 65
4-1	สรุปผลงานของคริสโตเฟอร์ ไรท์ ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2554 69
4-2	สรุปการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของคริสโตเฟอร์ ไรท์..... 145

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2-1 องค์ประกอบของตราสินค้า.....	11
2-2 ทิศทางการขยายสายผลิตภัณฑ์.....	16
2-3 อัตลักษณ์ของตราสินค้า	20
2-4 กระบวนการสร้างตราสินค้า.....	22
2-5 ขั้นตอนการระบุเป้าหมาย.....	24
2-6 โมเดลพีระมิดคุณค่าตราสินค้าโดยถือเกณฑ์ลูกแก้ว.....	31
2-7 มิติกลยุทธ์ของการสร้างตราสินค้า	35
2-8 องค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับตราสินค้าบุคคล	39
2-9 กระบวนการสร้างตราสินค้าบุคคล.....	41
4-1 คริสโตเฟอร์ ไรท์.....	68
4-2 โลโก้และสัญลักษณ์ของตราสินค้าบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์ที่ใช้ในงานหนังสือ รายการ คริสเคลิเวอร์ีและงาน โรงเรียน	79
4-3 องค์ประกอบของเครื่องแต่งกายของคริสโตเฟอร์ ไรท์	80
4-4 ท่าทางการสอนภาษาอังกฤษที่ตลกของคริสผ่านทอล์คโชว์ (คริสอันซีน 2)	80
4-5 การขยายตราสินค้าของบุคคลคริสโตเฟอร์ ไรท์.....	87
4-6 ตัวอย่างปกหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสอนภาษาอังกฤษของคริส เล่ม 1-12	92
4-7 ตัวอย่างภาพประกอบเนื้อหาภายในเล่ม (จากหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กสอนภาษาอังกฤษชื่อ Chris Unseen: Have you ever seen Chris yet?).....	93
4-8 คริสโตเฟอร์ ไรท์ ออกรายการ Book Blog ในวันที่ 12 ตุลาคม 2554 เพื่อทำ การประชาสัมพันธ์ถึงงานหนังสือของตนเอง	96
4-9 ตัวอย่างสื่อออนไลน์ (แฟนเพจ) ที่ทางสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊กส์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ถึงงานหนังสือของคริสที่ออกใหม่	97
4-10 คริสแจกฉายเซ็นในงานเปิดตัวหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กของคริสโตเฟอร์ ไรท์ ในงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2554 .	98
4-11 ป้ายโฆษณา (Banner) หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กบนเว็บไซต์ของ โรงเรียนคริสอิงลิช	99

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
4-12	ผังโครงสร้างการบริหารงานโรงเรียนคริสตอิงลิช.....	101
4-13	ตำราเรียนที่ใช้สอนของโรงเรียนคริสตอิงลิช.....	104
4-14	ตัวอย่างเนื้อหาในหนังสือที่ใช้ในการสอนภาษาอังกฤษของโรงเรียนคริสตอิงลิช.....	107
4-15	การออกแบบและการตกแต่งโรงเรียนคริสตอิงลิช.....	110
1-16	ป้ายโฆษณา (Banner) ของโรงเรียนที่ติดอยู่ในเว็บไซต์ของรายการโทรทัศน์ คริสเตลิเวอรี่.....	112
4-17	การโฆษณาโรงเรียนคริสตอิงลิชผ่านกูเกิล แอดเวิร์ด (Google Adwords)	113
4-18	การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของโรงเรียนคริสตอิงลิช	114
4-19	การประชาสัมพันธ์ผ่านแฟนเพจของคริสโตเฟอร์ ไรท์.....	115
4-20	ตัวอย่างแผ่นพับของโรงเรียนคริสตอิงลิช	116
4-21	ตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอรายการคริสเตลิเวอรี่ช่วงเทศกาลตรุษจีน ออกอากาศ วันที่ 20 มกราคม 2555 มีคุณแอนนา ชวนชื่น เป็นแขกรับเชิญ	123
4-22	ป้ายโฆษณา (Banner) ของรายการโทรทัศน์คริสเตลิเวอรี่ที่ติดอยู่บนเว็บไซต์ ของโรงเรียนคริสตอิงลิช	125
4-23	แฟนเพจรายการโทรทัศน์คริสเตลิเวอรี่ (http://www.facebook.com/#!/ChrisDelivery)	126
4-24	เว็บไซต์ของรายการคริสเตลิเวอรี่ (http://www.chrisdelivery.com)	127
4-25	การนำภาษาอังกฤษจากรายการโทรทัศน์คริสเตลิเวอรี่มาทำเป็นงานหนังสือ พ็อกเก็ตบุ๊ก	128
4-26	ตัวอย่างการกล่าวถึงรายการคริสเตลิเวอรี่ในรายการ TK Teen ซึ่งออกอากาศ วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2552.....	128
4-27	ตัวอย่างกิจกรรม English in the Movies ครั้งที่ 8 ที่จัดขึ้นในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2555 ณ โรงภาพยนตร์เอสพลานาด รัชดา ฯ	131
4-28	กิจกรรมค่ายภาษาอังกฤษ English Camp with Chris Delivery by Lactasoy ตอน The English Family จัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 13-14 สิงหาคม 2554	132
4-29	การแต่งกายในคริสอันซีน 1-2.....	134
4-30	งานแถลงข่าวงานทอดผ้าห่มคริสต์อันซีน 2 จัดขึ้นช่วงคืนเดือนตุลาคม พ.ศ. 2553	136

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-31 คริสออกรายการทูไนท์ โชว์เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงงานทอล์คโชว์คริสอันซีน 2 ออกอากาศ ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553.....	137
4-32 คริสออกรายการกลมก๊กเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงงานทอล์คโชว์คริสอันซีน 2 ซึ่งออกอากาศวันที่ วันที่ 24 ตุลาคม 2553	138
4-33 การประชาสัมพันธ์ทอล์คโชว์คริสอันซีน 1 ผ่านหนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก ฉบับวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552	139
4-34 การโฆษณางานทอล์คโชว์ผ่านงานหนังสือฟ็อกเก็ตบู๊ตคริสบู๊ตส์ ภาษาอังกฤษ แค่คริสก็มันส์แล้ว เดือน ตุลาคม 2553	140
4-35 ป้ายโฆษณา (Banner) งานทอล์คโชว์ที่ติดบนเว็บไซต์ของโรงเรียนคริสอิงลิช.....	143
4-36 การโฆษณางานทอล์คโชว์ผ่านแฟนเพจของรายการคริสเดลิเวอรี่	144