

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การสร้างตราสินค้าผ่านสื่อบุคคลของโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion
ชื่อนักศึกษา	นางสาวภัทรพิมพ์ สาลีธงชัย
ปริญญา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศาสตรกรรมการตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. จิรา กฤตยพงษ์
ภาค / ปีการศึกษา	ภาคต้น / ปีการศึกษา 2555

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การสร้างตราสินค้าผ่านสื่อบุคคลของโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างตราสินค้าผ่านสื่อบุคคลของโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้ศึกษายึดหลักการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการลดทอนข้อมูลเพื่อกำหนดมโนทัศน์ (Conceptualization) ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

โรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion เป็นโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดที่มีการสร้างตราสินค้าให้กับตัวเองที่แตกต่างจากโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดโรงเรียนอื่นๆ โดยทางโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion มีจุดเด่น 2 ด้าน คือ การเรียนการสอนในแต่ละรอบของทางโรงเรียนที่มีการวางคอนเสิร์ตและออกแบบการเรียนการสอนไว้เป็น Fun Friend Family ที่จะให้การเรียนการสอนในแต่ละรอบนั้นแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้เรียนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และจุดเด่นอีกด้านของโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion คือการที่ทางโรงเรียนได้นำผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านกีฬาเทควันโด (Expert) และเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงเข้ามาเป็นผู้สอนในทุกรอบของการเรียนการสอน และนอกจากทำหน้าที่เป็นผู้สอนให้กับทางโรงเรียนแล้วนั้น บุคคลดังกล่าวยังทำหน้าที่เป็นพรีเซนเตอร์เพื่อทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับทางโรงเรียนด้วย ซึ่งจุดเด่นทั้ง 2 ด้านที่ทางโรงเรียนสร้างขึ้นนั้นทำให้โรงเรียนเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคธุรกิจโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด และทำให้ทางโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion โดดเด่นกว่าโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งได้ ถึงแม้ทางโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion จะใช้พรีเซนเตอร์เป็นจุดขายที่

สร้างความแตกต่างของตนจากโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดแห่งอื่นๆ แต่ทางโรงเรียนไม่ได้นำพรีเซนเตอร์ไปเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) เท่าที่ควรและถึงแม้โรงเรียนจะพยายามสื่อถึงคอนเซ็ปต์ Fun Friend Family เสมือนเป็นเอกลักษณ์ตราสินค้า แต่ก็ยังไม่ได้มีการนำพรีเซนเตอร์ไปช่วยสนับสนุนคอนเซ็ปต์ดังกล่าว ถ้าทางโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion สามารถเชื่อมโยงตราสินค้าเข้ากับจุดเด่นที่ทางโรงเรียนมีอยู่ และมีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอย่างครอบคลุมก็จะสามารถทำให้วิธีการสร้างตราสินค้าผ่านสื่อบุคคลของโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด The Champion นั้นเป็นไปได้ไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และถือเป็นวิธีการสร้างตราสินค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจโรงเรียนสอนศิลปะป้องกันตัวเทควันโด ที่จะทำให้โรงเรียนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางจนขึ้นมายู่ในระดับ Top of mind ของผู้บริโภคได้ในที่สุด