

การสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่ของไทย

นันทิธา รอดสถิตย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2556

Paper Mache Product Brand Branding in Thailand

NANTIDA RODSATIT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Communication Arts

Department of Communication Arts

Faculty of Communication, Dhurakij Pundit University

2013

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การสร้างแบรนด์สินค้าแปเปอร์มาเซ่งของไทย” ผู้วิจัยระลึกถึงบุคคลผู้มีส่วนร่วมหรือส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

กราบขอบพระคุณ คุณสุวชิรา สงวนรัชฎ์ เจ้าของแบรนด์ “chaarts” คุณสุเกษ รอดศิริ เจ้าของแบรนด์ “siamcraftintertrade” และคุณภัทธร ลีละวิทย์ เจ้าของแบรนด์ “frompaper” สำหรับความเมตตากรุณาและเอื้อเฟื้อในข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ ช่วยให้งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ และสามารถนำผลของงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

กราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.วลัย วัฒนะศิริ สำหรับความเอาใจใส่ความเมตตา ให้คำแนะนำต่างๆ และที่สำคัญกราบขอบพระคุณสำหรับแรงกระตุ้น ผลักดัน และอดทนกับการทำงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อปัญญา รอดสถิตย์ คุณแม่สุรีย์ รอดสถิตย์ ที่ดูแลเอาใจใส่และทุนทรัพย์ ที่มอบให้จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้ในวันนี้

กราบขอบพระคุณ คุณมรกต เจริญทอง คุณเบญจวรรณ พลเสน เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตทุกท่านที่ได้กระตุ้น และให้คำแนะนำ รวมถึงความช่วยเหลือเอื้อเฟื้อ ตลอดระยะเวลาที่รู้จักกัน และที่ทำงานวิจัยชิ้นนี้

นันทิชา รอดสถิตย์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญภาพ	๑๑
สารบัญตาราง.....	๑๒
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำถามการวิจัย.....	11
1.3 วัตถุประสงค์	11
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.5 ขอบเขตงานวิจัย.....	11
1.6 นิยามศัพท์	12
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างพอเพียง.....	14
2.2 แนวคิดเรื่องการวางแผนการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	33
2.3 แนวคิดการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	42
2.4 แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบ	55
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	59
3. ระเบียบวิธีวิจัย	60
3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	60
3.2 การกำหนดเครื่องมือในการวิจัย.....	61
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	60
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
3.5 การนำเสนอข้อมูล.....	62
3.6 ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์.....	64

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย	67
4.1 กระบวนการสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่.....	68
4.2 เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่.....	91
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	130
5.1 สรุปผลการวิจัย	130
5.2 อภิปรายผล.....	141
5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	146
5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	147
บรรณานุกรม.....	148
ภาคผนวก	152
ประวัติผู้เขียน	154

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพแนวโน้มเทรนด์ปี 2012.....	4
1.2 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่ แบรินด์ “Chaart”	8
1.3 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่ แบรินด์ “Siam Craft Intertrade”	9
1.4 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่ แบรินด์ “Frompaper”	9
2.1 การสร้างแบรนด์อย่างพอเพียง SUFFICIENCY BRANDING	20
2.2 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	59
4.1 ภาพโลโก้ “chaarts”	73
4.2 ภาพนามบัตรร้าน “chaarts”	73
4.3 ภาพหน้าเว็บไซต์แบรนด์ “chaarts”	74
4.4 ภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “chaarts”	75
4.5 ภาพโลโก้ “siamcraftintertrade”	79
4.6 ภาพนามบัตรร้าน “siamcraftintertrade”	80
4.7 ภาพหน้าเว็บไซต์ “siamcraftintertrade”	80
4.8 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่ ควายไทย นักมวยไทย รถตุ๊กตุ๊ก และเต๊กไทย.....	81
4.9 ภาพการขนส่งสินค้ามาจากจังหวัดร้อยเอ็ด	82
4.10 ภาพคนในชุมชนคูบอนช่วยกันตรวจสอบสินค้า.....	82
4.11 ภาพโลโก้ “frompaper”	86
4.12 ภาพนามบัตรร้าน “frompaper”	86
4.13 ภาพหน้าเว็บไซต์ “frompaper”	87
4.14 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่ของแบรนด์ “frompaper”	88
4.15 ภาพลักษณะการจัดแสดงสินค้าร้าน “chaarts”.....	95
4.16 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบบสิริธรรมชาติ	96
4.17 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบบป้อปอาร์ต	96
4.18 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปนกแก้ว	97
4.19 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปเด็กผู้ชาย.....	97
4.20 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปควาย	97
4.21 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปไดโนเสาร์.....	98
4.22 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปเปิด	98

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

4.23 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปแกะ.....	98
4.24 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปนกฮูก.....	99
4.25 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปกิ่งก่า.....	99
4.26 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปแพะ	99
4.27 ภาพรูปแบบลักษณะสินค้าเปเปอร์มาเซ่รูปช้าง	100
4.28 ภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “chaarts”	101
4.29 ภาพลักษณะการจัดร้านในงานแสดงสินค้า nap ครั้งที่ 8 ปี 2550	104
4.30 ภาพลักษณะการจัดร้านในงานแสดงสินค้า nap ครั้งที่ 9 ปี 2551	104
4.31 ภาพลักษณะการจัดร้านในงานแสดงสินค้า nap ครั้งที่ 10 ปี 2552	105
4.32 ภาพลักษณะการจัดร้านในงานแสดงสินค้า nap ครั้งที่ 11 ปี 2553	105
4.33 ภาพหน้าร้านสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “chaarts”	106
4.34 ภาพหน้าเว็บไซต์ของสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “chaarts”	108
4.35 ร้านที่ฝากขายสินค้าเปเปอร์มาเซ่ “ Lamoon Gallery”	110
4.36 ภาพการจัดแสดงสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “siamcraftintertrade”	112
4.37 ภาพรวมสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “siamcraftintertrade”	113
4.38 ภาพรวมสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “siamcraftintertrade”	113
4.39 พนักงานขายคุณสุรการ รอดศิริ	114
4.40 ภาพหน้าร้านขายสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “siamcraftintertrade”	116
4.41 ภาพหน้าเว็บไซต์ของสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “siamcraftintertrade”	118
4.42 ภาพบรรยากาศโรงงาน “siamcraftintertrade”	119
4.43 ภาพการจัดวางสินค้า.....	121
4.44 ภาพรวมสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “frompaper”	122
4.45 ภาพสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “frompaper” รูปช้าง	122
4.46 พนักงานขายคุณศรันย์พร ทีละวิทย์.....	123
4.47 ภาพการจัดแสดงสินค้างาน Big&Bih	125
4.48 ภาพหน้าร้าน “frompaper”	126
4.49 ภาพหน้าเว็บไซต์ของสินค้าเปเปอร์มาเซ่แบรนด์ “frompaper”	127

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สรุปกระบวนการสร้างแบรนด์สินค้าเปเปอร์มาเช่ของไทย.....	68
4.2 สรุปเครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	91