

56602709: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำสำคัญ : การพัฒนากลยุทธ์/ การสร้างตราสินค้า/ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์

ชัชวาท กุลจิรัฐา: แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าในตลาดเฉพาะกลุ่มของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์กรณีศึกษา เฟอร์นิเจอร์ ตราเคนคูน. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ. ดร.พิทักษ์ศิริวงศ์. 78 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้าในตลาดเฉพาะกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์ตราเคนคูน 2) นำเสนอปัญหาและอุปสรรคในการสร้างตราสินค้าของเฟอร์นิเจอร์ตราเคนคูน เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารบริษัทเคนคูนจำกัด ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายและลูกค้าของบริษัทจำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ตราเคนคูนนั้นได้ใช้แนวความคิดสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างซึ่งมีแนวทางเป็นของตนเองอย่างชัดเจน ไม่ลอกเลียนแบบ และเป็นค่านิยมของครอบครัวที่ปฏิบัติตามกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ จึงเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของเฟอร์นิเจอร์ตราเคนคูน ทั้งนี้การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและใช้ความคิดสร้างสรรค์จึงสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้รวมไปถึงเคนคูนมีความตื่นตัวกับอุปสรรคและสามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและแก้ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเข้าใจถึงความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่มเป็นอย่างดีส่งผลได้เฟอร์นิเจอร์เคนคูนได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยสำหรับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในการสร้างตราสินค้าในตลาดจำเป็นต้องธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตลาดเฉพาะกลุ่มโดยต้องทำความเข้าใจกับการพัฒนาการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์และให้ความเหมาะสมกับธุรกิจของตนเองและสามารถแข่งขันกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ได้ และข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัยโดยให้ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจซึ่งการสร้างตราสินค้าในตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นต้องศึกษาปัญหาของธุรกิจอย่างตรงจุด รวมถึงความต้องการของตลาดอย่างแท้จริงซึ่งการนำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้ประกอบการดำเนินงานของเคนคูนมาจากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจึงได้นำมาใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2557

56602709 : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

KEYWORD : STRATEGY DEVELOPMENT / BRANDING / FURNITURE BUSINESS

CHADVA KULJIRATTHA: METHODS OF BRANDING STRATEGY DEVELOPMENT IN NICHE MARKET OF FURNITURE BUSINESS: CASE STUDY OF KENKOON FURNITURE. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. THIRAWAT CHANTUK, Ph.D. 78 pp.

The purposes of this research were as follows. 1) To analyze forms and branding strategies

in specific market group of KENKOON furniture. 2) To present problems and obstacles occurred from branding of KENKOON furniture. This study was a qualitative research that was conducted by used methods of phenomenology studied and collecting data by in-depth interview. The data was analyzed by descriptive analysis methods and in-depth interview with the management of KENKOON Co., Ltd., assistant of sales manager, and 15 customers of the company. The research results indicated that KENKOON business had been running by using creative concepts as methods of running business and strategies of making differences as their clear methods with no imitation. It was considered as a value of family that was carried out since their ancestors. Therefore, it was a clear identity of KENKOON furniture. Nonetheless, producing modern and creative products can increase values of products. Moreover, KENKOON always monitors and cope with problems occurred immediately, solve the problems quickly as well as understand demands of specific market group well. As a result, KENKOON furniture has been popular up till now.

Suggestions from the research: For furniture business, branding of products in the market was essential for businesses relating niche market. Understanding branding development was required to beneficial and suitable for their own business in order to compete with other large companies of furniture business. The suggestion from the researcher was to studied about problems and obstacles of running business. Branding in specific market was required to studied problems of the business directly and understand actual demands of the market. Applying strategies mutually with running business of KENKOON caused from problems and obstacles occurred was conducted to resolve problems and develop the business to be more effective.

Master of Business Administration Program
Student's signature
Thesis Advisor's signature.....

Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2014