

## ตราสินค้าจะสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้อย่างไร

ฉิษยา ภูสิทธิกุล

ในอดีตผู้ประกอบการที่สร้างและทำการคุ้มครองสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทางอุตสาหกรรม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญา แต่ไม่ได้มีการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปสร้างมูลค่าทางธุรกิจ ซึ่งแท้ที่จริงแล้วสามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Image) ในการสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้

ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าทางธุรกิจจากตราสินค้าได้ แต่น้อยคนนักจะให้ความสนใจในการพัฒนาภาพลักษณ์ของตราสินค้าของตัวสินค้าและบริการ อาจเนื่องมาจากยังไม่ค่อยมีความเข้าใจในภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมบางรายเชื่อว่า การพัฒนาภาพลักษณ์ของตราสินค้าเหมาะสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ซึ่งแท้ที่จริงแล้วภาพลักษณ์ของตราสินค้าสามารถช่วยในการส่งเสริมการตลาดของสินค้าและบริการ ได้ทั้งในธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจะให้มีความสำคัญในการพัฒนาภาพลักษณ์ของตราสินค้า และกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งการทำแผนธุรกิจ เพราะภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ดี จะสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าทางธุรกิจอย่างแท้จริงและยั่งยืน

### ตราสินค้า (Brand) คืออะไร

บางครั้ง “ตราสินค้า” (Brand) จะใช้ใกล้เคียงกับ “เครื่องหมายทางการค้า” (Trademark) แต่ในเชิงพาณิชย์นั้น “ตราสินค้า” เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งทรัพย์สินที่มีตัวตน จับต้องได้ และ ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ เช่น เครื่องหมายทางการค้า (Trademark), แบบผลิตภัณฑ์ (design), รูปแบบที่เป็นสัญลักษณ์ (logo) และการคุ้มครองเครื่องหมายในภาพรวม (trade dress) รวมทั้ง ความคิด (concept), ภาพพจน์ (image) และชื่อเสียงที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและการบริการ อย่างเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญบางท่านคิดว่า “ตราสินค้า” ยังหมายรวมถึงตัวสินค้าและบริการอีกด้วย ซึ่งตราสินค้ายังเป็นส่วนที่สำคัญในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า ต่อตัวสินค้า และ/หรือ บริการอีกด้วย

## อะไรทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จ

การพัฒนาตราสินค้าเป็นวิทยาศาสตร์มากกว่าศิลปะ ดังนั้นจึงมีหลายปัจจัยที่สามารถทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความชัดเจนเฉพาะเจาะจง สร้างความเชื่อถือ และต้องทำให้เกิดความแตกต่างกับตราสินค้าอื่น รวมทั้งควรมีลักษณะที่โดดเด่นและมีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบริการ

ปัจจัยที่ทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จมีหลายปัจจัย แต่ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างตราสินค้าให้มีพลัง ตราสินค้าที่มีพลังจะต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกับตราสินค้าอื่นตามที่อยู่บริบทกลุ่มเป้าหมายต้องการ โดยตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) สามารถจดจำได้ง่าย เพื่อการส่งเสริมการตลาดของตัวสินค้า และ/หรือ การบริการ
- 2) สร้างความพึงพอใจ ทั้งคุณภาพและราคาของตัวสินค้า และ/หรือ การบริการ
- 3) สร้างความไว้วางใจในตัวสินค้า และ/หรือ บริการ
- 4) สามารถสื่อถึงลักษณะของสินค้า และ/หรือ บริการได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันนี้ในโลกของธุรกิจมีการแข่งขันที่สูง ดังนั้นการสร้างตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นจะทำให้สะดวกในการนำตราสินค้าไปใช้ในการส่งเสริมการตลาด สร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าและบริการ และสามารถจูงใจและรักษาผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้

## การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าทำได้อย่างไร

การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นกลยุทธ์ทางการด้านการตลาดที่สำคัญ ซึ่งควรจะมีการกำหนดไว้ในส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ โดยทั่วไปการสร้างตราสินค้าควรต้องมีการศึกษาหาความต้องการและความปรารถนาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากตราสินค้าจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการโฆษณาตัวสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จได้

ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าควรจะต้องทำการวิจัย การศึกษาข้อมูลปัจจัยทางสถิติ และการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างทำธุรกิจ โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้านั้น ไม่ใช่เป็นหน้าที่เฉพาะผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดเท่านั้น แต่หมายรวมถึงลูกจ้างและพนักงานทุกคนในบริษัท

## การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าในทางปฏิบัติทำได้อย่างไร

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า ไม่ใช่เพียงแค่ทำให้มีความน่าสนใจหรือดึงดูดใจเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการรักษาภาพลักษณ์ให้คงอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราสินค้าต้องเป็นตัวกลางในการสื่อสารลักษณะเฉพาะ และสร้างภาพที่เกิดขึ้นภายในใจเกี่ยวกับตัวสินค้า และ/หรือการบริการ ให้แก่ผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจและผิดหวังกับภาพลักษณ์ของตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง อาจส่งผลทำให้ธุรกิจนั้นไม่ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นพนักงานทุกคนในบริษัท (ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง คณะทำงาน และพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง) จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยผู้บริหารที่มีความสามารถทางด้าน

การตลาดต้องวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า และทำให้พนักงานมีความเข้าใจในคุณค่าของตราสินค้า และแผนกลยุทธ์ทางการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าไปในทิศทางเดียวกัน

เพื่อที่จะทำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบที่จะสร้าง และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าไว้ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญมาก

## สิ่งที่ควรทำในการทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จ

### 1. ต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน

ถ้าผู้ประกอบการไม่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน ก็เป็นไปได้ยากที่จะกำหนดภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้แก่บริษัท ดังนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดเป็นอย่างแรก ผู้ประกอบการควรที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ของบริษัทอย่างชัดเจนก่อน โดยวิสัยทัศน์ของบริษัทควรมีขอบเขตครอบคลุมและสามารถใช้ได้ยาวนาน รวมทั้งมีความชัดเจนและไม่ซับซ้อน

### 2. ต้องทำให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีพลัง

“ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีส่วนที่สอดคล้อง และแตกต่างกับวิสัยทัศน์ของบริษัท”

จากข้อความข้างต้นวิสัยทัศน์ของบริษัทควรมีขอบเขตครอบคลุมและยั่งยืน ส่วนภาพลักษณ์ของตราสินค้าควรมุ่งชัดเจนที่จะตัวสินค้า บริการ และผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างภาพที่ดีภายในใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้านั้นควรทำให้มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ควรประเมินราคาและระดับการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดการลงทุนที่สูงเกินไป

### 3. ต้องทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้า

การที่พนักงานจะทำงานหนักอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการยังต้องทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้า โดยต้องมีการสร้างความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้าของบริษัท ถ้าพนักงานของคุณไม่มีความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า พวกเขาเหล่านั้นจะถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้อย่างไร และวิธีการที่จะทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้าอาจทำได้หลายวิธี เช่น การจัดให้หน่วยงานเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล การจัดการฝึกอบรม และการมอบรางวัลให้แก่พนักงาน เป็นต้น

### 4. การผสมผสานภาพลักษณ์ของตราสินค้าในกระบวนการต่างๆ ในบริษัท

การสื่อสารของผู้ประกอบการ กระบวนการผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ที่เกิดขึ้นหลาย ๆ ครั้งจะส่งผลโดยตรงกับภาพลักษณ์ของตราสินค้าทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นควรจะมีการส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการสื่อสารและทำงานร่วมกันมากขึ้นภายในบริษัท โดยทุกส่วนของบริษัทควรจะทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับความสำเร็จทางด้านการตลาด รวมทั้งวิสัยทัศน์ของบริษัทให้มากขึ้น

### 5. การปรับเปลี่ยนตราสินค้าให้เข้ากับสถานการณ์

เนื่องจากในโลกปัจจุบันโลกทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการศึกษาแนวโน้มทางการตลาด การแข่งขันทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงความต้องการและความปรารถนาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย หลังจากนั้นจึงค่อยทำการปรับปรุงตราสินค้าให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค

### 6. ควรส่งเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้าอย่างชัดเจน

ควรจะให้มีการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้าในลำดับต้น ๆ ในวาระการประชุม เพราะเป็นหัวใจและจิตวิญญาณของบริษัทของคุณ

#### บทสรุป

ตราสินค้า เครื่องหมายทางการค้า การออกแบบทางอุตสาหกรรม และอื่น ๆ  
คือทรัพย์สินทางปัญญาที่ควรปกป้อง  
เพราะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจคุณได้  
อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรจะเรียนรู้ประโยชน์ และใช้อย่างสร้างสรรค์

ที่มา : <http://www.wipo.int/sme/en/documents/branding.htm>