

ชื่อหัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าของร้าน ชา กาแฟ
กับขนมไทย และการออกแบบสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ผู้เขียน

นายสยามรัฐ ทองผลา

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์พลสิทธิ์ ลิทธิชมภู

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า สำหรับร้าน ชา กาแฟ กับขนมไทย และสามารถนำไปประกอบการออกแบบสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และตรวจสอบความพึงพอใจในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าในกลุ่มผู้บริโภค จากร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้บริโภค จำนวน 50 คน จากร้านกาแฟในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบความคิด เห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ศึกษาอัตลักษณ์ตราสินค้าที่ได้ มีลักษณะที่เห็นชัดเจนคือ รูปทรงลายเส้นของขนมสอดไส้ที่มีเส้นคาคกลาง ดัดแปลงให้ส่วนปลาย มีลักษณะคล้ายขอบใบชาประสานกับลายเส้นของถ้วยแก้วกาแฟมาประกอบกันในกรอบของทรงสามเหลี่ยมที่ให้ความหมายถึงการพุ่งสู่ความสำเร็จ มีฐานที่มั่นคง และยังสื่อให้เข้าใจได้ง่าย ถึงรูปลักษณ์ ชา กาแฟ ขนมไทย ที่อยู่ในกรอบของตราสินค้านี้

ความพึงพอใจในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษพบว่ามีความพึงพอใจในการออกแบบ โดยเฉลี่ยอยู่ใน ระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.60) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดความพึงพอใจในด้าน การใช้สี ตัวอักษร การออกแบบรูปทรง การสื่อให้เข้าใจและยอมรับ และทำให้นึกถึงชา กาแฟ ขนมไทย อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72, 4.66, 4.72 และ 4.50 ตามลำดับ) ส่วนการทำให้อยากไปลิ้มลองนั้น ความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38) งานค้นคว้าแบบอิสระนี้จึงสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นอย่างดี

Independent Study Title	Brand Identity Design of Tea Coffee and Thai Dessert Store and Advertising Media Design on Internet
Author	Mr. Syamrat Thongpala
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Palasit Sittichompoo

Abstract

This study aimed to design identity of trademark for tea, coffee and Thai dessert shop which is able to apply for Internet advertisement, and to examine satisfactory level in designing identity of such trademark among customers from coffee shops in Chiang Mai province.

The sample group was 50 customers from coffee shops in Chiang Mai province. The tool used in this study was a questionnaire while the statistical technique applied mean and standard deviation. The result of the study which was related to conceptual design from expert in designing and creating trademark was in an explicit form. That is to say, the lined pattern of sweet stuffed dough with the line in the middle was modified to be like the apex of tea leaf intervened by coffee cup's line within the triangle. This implies to the achievement with secure base and it is easily and visually understood that it is a shape of tea, coffee or Thai dessert inside the trademark.

For the satisfactory level of identity design of trademark of sample product, it found that the satisfactory level was averagely in the most level (total mean is equivalent to 4.60). When taking into the account of the use of color, alphabet, shape design, and understandable and acceptable communicative technique to tea, coffee and Thai dessert, it was rated in the most level (means is equivalent to 4.72, 4.66, 4.72 and 4.50 accordingly). For the taste try design, the satisfactory level was in much level (mean is equivalent to 4.38). This independent study was followed through.