

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการออกแบบองค์ประกอบทางทัศนภาพ

ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แสดงภาพลักษณ์ของ

BOSE Partner Store ประเทศไทย

นักศึกษา

นายรัตนชัย อัสวโสภณ

รหัสประจำตัว

42063306

ปริญญา

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

สถาปัตยกรรมภายใน

พ.ศ.

2547

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผศ.นพปฎล สุวจินานนท์**บทคัดย่อ**

เนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือ การศึกษา การรับรู้องค์ประกอบทางกายภาพของสภาพแวดล้อม เพื่อสรุปผลการศึกษาเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน ที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ของร้านที่แสดงภาพลักษณ์ขององค์กร อันจะสามารถช่วยส่งเสริมการขายเครื่องเสียงยี่ห้อ BOSE ที่ใช้ภายในบ้าน และนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการออกแบบ ร้านขายเครื่องเสียงใช้ภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้าสินค้า BOSE และ ร้านค้าที่มีบริบทใกล้เคียงกับร้านขององค์กรที่เลือกเป็นกรณีศึกษา ในการวิจัยได้แบ่งการศึกษารับรู้องค์ประกอบทางกายภาพของสภาพแวดล้อมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบภาพลักษณ์ขององค์กร โดยการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรในเชิงความรู้สึก และทำการศึกษารับรู้องค์ประกอบทางกายภาพที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์กร จากองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายในของร้าน BOSE Partner Store ในประเทศออสเตรเลีย 3 แห่ง จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้คุ้นเคยกับสินค้า BOSE ในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แสดงผลการศึกษาข้อมูลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย ฐานนิยม และค่ามัธยฐาน โดยการให้กลุ่มตัวอย่างประเมินค่าการรับรู้ใน 2 มิติด้วยกัน คือ มิติทางกายภาพ และมิติเชิงความรู้สึก จากสภาพแวดล้อมของร้านภายในสถานที่จัดแสดงสินค้าซึ่งเป็นงานรวมการจัดแสดงสินค้าเครื่องเสียงใช้ภายในบ้าน ภายใต้คุณลักษณะที่กำหนดเป็นจำนวนประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน

จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้าน ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยลูกค้ามีความเห็นว่ารู้จัก บริษัท อัสวโสภณ จำกัด ในฐานะที่เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยของผลิตภัณฑ์เครื่องเสียงยี่ห้อ BOSE และบรรยากาศภายในร้านยังดูไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากยี่ห้ออื่นแนวทางการออกแบบสินค้าของ

เครื่องเสียง BOSE อย่างมีเอกลักษณ์จึงต้องทำให้ร้านมีจุดเด่นที่เป็นที่จดจำได้ สื่อได้ถึงองค์กร และแตกต่างจากร้านเครื่องเสียงใช้ภายในบ้านอื่นๆ ในระดับเดียวกัน ทั้งนี้การออกแบบต้องผสมผสาน ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอยด้านการส่งเสริมการขายความเข้าใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ให้เหมาะสมและการจดจำบริษัทได้ ซึ่งสิ่งที่แสดงภาพลักษณ์ของ BOSE Partner Store คือ ป้าย ห่อร้าน อักษรสีขาวบนพื้นดำที่เป็นตราสินค้า (logo) ของ BOSE ส่วนพนักงานนั้นต้องการพื้นที่ ในการทำการนำเสนอสินค้า เป็นระยะไม่ต่ำกว่า 0.90 เมตร นับจากแนวหน้าสุดของลำโพง จัดเป็น พื้นที่ใช้ในการยืมนำเสนอสินค้า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการจดจำร้านค้า เรียงลำดับจากที่สำคัญ สุดได้ ดังนี้ โทนีสีโดยรวมภายในร้าน วัสดุที่ใช้ตกแต่งพื้นผนัง ,รูปทรงของอุปกรณ์จัดแสดง และ การให้แสงสว่างภายในร้าน โดยโทนีสีภายในร้าน เป็นโทนีสีขาวครีม เน้นตัวสินค้าที่เป็นสีเดียวกัน ดูซ่อนอยู่ในการตกแต่งภายในร้าน การให้แสงสว่างที่เป็นแสงโทนอบอุ่น ดูบรรยากาศเป็นกันเอง คล้ายภายในบ้าน วัสดุที่ใช้ตกแต่งพื้นและผนัง มีลักษณะที่ดูภูมิฐาน และเรียบง่าย เป็นวัสดุที่ใช้ ตกแต่งภายในร้านทั่วไป รูปทรงของอุปกรณ์ที่ใช้จัดแสดงมีลักษณะที่อุปมาอุปไมย หรือรูปทรงที่ เลียนแบบมาจากตัวหน้าตาของสินค้าเอง

ดังนั้นแนวทางการออกแบบร้านที่มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และการพยายาม ออกแบบร้านที่แสดงภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรของ บริษัท อีคิวโสภา จำกัด นั้น เป็นไปตามลักษณะนโยบายของทาง BOSE Corporation, USA. ที่ต้องการมีการพัฒนาตาม คุณลักษณะที่เปลี่ยนไปตามกระแสเทคโนโลยีของทางบริษัทต่อไป

นอกจากนั้นถึงแม้กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจะมีแนวโน้มที่จะรับรู้สภาพแวดล้อมที่แสดง เอกลักษณ์ขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน แต่ยังมีปัจจัยทางสังคมและประชากรศาสตร์ที่ส่งผล ต่อความแตกต่างในการรับรู้มิติเชิงความรู้สึก ได้แก่ ระดับการศึกษา และช่วงอายุงาน และ องค์ประกอบอื่นที่มีผลต่อการจดจำได้ขององค์กร ได้แก่ ความประทับใจในการบริการทั้งก่อนและ หลังการขาย ของทาง บริษัท อีคิวโสภา จำกัด

Thesis Title	The Visual Design Element Criteria in Interior space ; Corporate Image of BOSE Partner Store , Thailand
Student	Mr. Ratanachai Asavasopon
Student ID.	42063306
Degree	Master of Architecture
Programme	Interior Architecture
Year	2004
Thesis Advisor	Asst.Prof. Nobpadol Suvachananonda

ABSTRACT

The main objective of this thesis is to study a perception improvement of the interior physical elements in BOSE's environments in Thailand branches. BOSE is a well-known audio company from the USA., who is specialised in innovative audio technologies. As the Asavasopon Co.Ltd. is an only official BOSE sale representative that still has inadequate specific image unlike the other audio companies. A need of domestic outstanding identity and its own characteristics, combined with an existence of black and bronze symbolic colour and the company's logo, is an essential requirement. To enhance the company image, not only may it promote BOSE's corporation characteristics but also this will maximise a sale rise of its audio products in domestic markets. The results of this research were derived from a use of the digital programme called SPSS measured on site surveys. The outputs of the SPSS programme is showed in digital information that is able to indicate a statistic of customers' overall perceptions and satisfactions from BOSE existing interior exhibit stores. Consequently, this research will use this statistic data to assess and produce optimal guidelines for new interior design in BOSE Partner Store,Thailand's spaces. At the result, the design guidelines analyzed will be applied to improve all BOSE Partner Store interior spaces in Thailand branches and also enhance the corporate image of its organization in terms of feeling aspects and physical aspects.