

อัครพล นาคสวัสดิ์ :การออกแบบเรขศิลป์สำหรับร้านกาแฟพรีเมียมของคนไทยใน
รูปแบบแฟรนไชส์ (GRAPHIC DESIGN FOR THAI PREMIUM COFFEE SHOP
FRANCHISING) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ดร. ศุภกรณ์ ดิษพันธ์, 301 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเรื่องการออกแบบเรขศิลป์ร้านกาแฟพรีเมียมเพื่อสุขภาพ
ในระบบแฟรนไชส์มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ 1. เพื่อหากลยุทธ์ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของ
ร้านกาแฟพรีเมียมเพื่อสุขภาพ 2. เพื่อหาแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่เหมาะสมกับร้าน
กาแฟพรีเมียมเพื่อสุขภาพ 3. เพื่อหาคู่ประกอบทางเรขศิลป์ของร้านกาแฟพรีเมียมเพื่อสุขภาพสำหรับ
ใช้ในการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรและบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยทฤษฎีภาพต้นแบบ (Archetypes)

การวิจัยนี้อาศัยการเก็บข้อมูลแบบไม่เฉพาะเจาะจง การเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้อาศัยตัวอย่าง
ความไม่น่าจะเป็นและแบบสอบถามถูกใช้ในการเก็บข้อมูลและแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลอาศัยวิถีชีวิต
ของผู้บริโภคและพฤติกรรม หลังจากนั้นแบบสอบถามอีกหลายชุดถูกพัฒนาขึ้นโดย ผู้วิจัยได้แจกจ่ายไป
ยังผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดจำนวน 6 ท่าน นักออกแบบภาพลักษณ์องค์กร 6 ท่าน เพื่อชี้ให้เห็น
องค์ประกอบ ภาพลักษณ์และทัศนธาตุที่เหมาะสม ผลของงานวิจัยพบว่า Allusive Mark คือ
ตราสัญลักษณ์ที่ใช้องค์ประกอบภาพของ สิ่งที่มีความเกี่ยวพันกับประวัติ ประเภทและลักษณะพิเศษของ
องค์กร และนำเสนอในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์

ผลของการวิจัยสามารถชี้ให้เห็นดังนี้

1. กลยุทธ์ทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของร้านกาแฟพรีเมียมเพื่อสุขภาพได้แนวคิดหลัก
ว่า ห้องสมุดสุขภาพ (Health Library) ซึ่งแบ่งเป็นบุคลิกภาพได้ 3 แนวทางได้แก่ 1. Seeker
2. Companion 3. Earth Mother
2. แนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่เหมาะสม ได้แก่ การใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีความ
เกี่ยวพันกับประวัติ ประเภทลักษณะพิเศษขององค์กรแล้วนำมาเสนอในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ (Allusive
Mark)
3. องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่เหมาะสมได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ และตัวอักษรภาษาไทย
ใช้ตัวไม่มีเชิง (Sans Serif), ใช้รูปทรงอิสระ, สี คือ เอิร์ทโทน และใช้ภาพถ่าย

ภาควิชา..... นฤมิตรศิลป์.....

ลายมือชื่อนิสิต..... อัครพล นาคสวัสดิ์.....

สาขาวิชา..... นฤมิตรศิลป์.....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

ปีการศึกษา..... 2555.....

5486612035 : MAJOR OF CREATIVE ARTS

KEY WORD : COPORATE IDENTITY / PACKAGING DESIGN / ADVERTISING

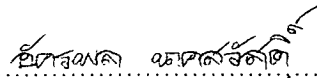
AKARAPHOL NAKSAWAT: GRAPHIC DESIGN FOR THAI PREMIUM COFFEE

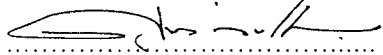
SHOP FRANCHISING. ADVISOR : ASSOC.PROF. SUPPAKORN DISATSPUNDHU,
Ph.D., 301 pp.

The research objective is to discover an appropriate corporate identity for a quality, health conscious coffee shop. The key objectives are: 1) to recognize the graphic design strategies for the coffee shop 2) to determine the type of corporate identity appropriate for the health conscious coffee shop 3) to indicate design elements for a corporate identity using the Archetype theory.

Non-Purposive sampling technique and questionnaires are employed for data collection based on consumer behaviors and lifestyles of the target groups. The questionnaires, developed by a researcher, were administrated to six corporate identity designers and six marketing specialists to recognize strategies, appropriate characteristics and design elements for a corporate design of the up-scale, health conscious coffee shop. The research found that:

1. The design strategies for corporate identity were: 1) Seeker 2) Companion and 3) Earth Mother
2. The allusive mark was the appropriate principle for the corporate identity design for the coffee shop.
3. The appropriate elements were sans serif typefaces, free forms, earth tones and photographic images.

Department :Creative arts..... Student's signature..... 

Field of Study.....Creative arts Advisor 's signature 

Academic Year.....2012.....