

หัวข้อศิลปนิพนธ์	แนวทางการออกแบบสื่อตัวอักษรของนักออกแบบไทย เพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กร
ผู้เขียน	นางสาวศิริภัสสร คะปุก่า
ปริญญา	ปริญญาศิลปบัณฑิต (ศิลปปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	อาจารย์อุทิศ อติมานะ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบสื่อตัวอักษรของนักออกแบบไทยเพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กร มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดของนักออกแบบตัวอักษรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กร 2) เพื่อสังเคราะห์ได้หลักการออกแบบสื่อตัวอักษรเพื่อการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กร 3) เพื่อสังเคราะห์ได้การสร้างสรรคผลงานสื่อเชิงวิพากษ์ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวอักษร แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ และหลักการออกแบบตัวอักษร

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้รู้และผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักออกแบบตัวอักษรและผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โครงสร้างแนวคิดของนักออกแบบตัวอักษรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กรตามมุมมองและทัศนคติต่อตัวอักษรกับการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ พบว่า (ก) ตัวอักษรมีความสำคัญในการสื่อสารความหมาย (ข) ตัวอักษรช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์และช่วยในการจดจำ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถสังเคราะห์หลักการออกแบบตัวอักษรของนักออกแบบตัวอักษรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์องค์กร แบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ (1) กระบวนการก่อนการออกแบบ มี 1 หัวข้อย่อย คือ (ก) ต้องทำการศึกษาวัฒนธรรมองค์กร (2) กระบวนการออกแบบมี 3 หัวข้อย่อย คือ (ก) ขั้นตอน Pre-Production (ข) ขั้นตอน Production (ค) ขั้นตอน Post-Production (3) กระบวนการหลังการออกแบบ มี 2 หัวข้อย่อย คือ (ก) การตรวจสอบผลตอบรับและแก้ไขปัญหา (ข) การทำสัญญาข้อตกลงการซื้อขายฟอนต์

สาขาวิชาสื่อ ศิลปะ และการออกแบบสื่อ
คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Thesis Title	The concept design of font designer to create Thai's corporation brand identity.
Author	Ms.Sirapassorn Kaphukham
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Mr.Uthit Atimana

ABSTRACT

Research about the concept design of font designer to create Thai's corporation brand identity. The purpose are: 1) To study the concept of font designers that involved in the creation of corporation brand identity. 2) To syntheses the design principles of corporation brand identity. 3) The results of this research led to the creation of media critically in main order to education. For example: The concept is associated with the font. The ideas that related to brand design principles. And the concept about the font design.

This study used qualitative research procedures. By interviewing two groups of five experts to get information on different issues completely reliable and consistent with the objectives of the research. The first group are professional font designers and the second group are experts of band creation.

According to first purpose of study, the objective qualitative research found that the concept of font designer, which related to corporate brand identity, with the views and attitudes of the font to create a brand identity: (a) The font is very import to present the meaning (b) The font help to present the brand image and help to recognize the brand.

According to second purpose of study, the objective qualitative research synthesized that the principles of font designer, which related to corporate brand identity, with the views and attitudes of the font to create a brand identity, in three step:1. Research and Analysis 1.1 Studied culture of organization. 2. Design Development 2.1 Pre-Production 2.2 Production 2.3 Post-Production 3. Evaluation Design 3.1 Monitoring feedback and troubleshooting. 3.2 Purchase contract of font.

Media Arts and Design Department
Faculty of Finearts, Chiang Mai University