

บทที่ 4

ผลการศึกษา

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง “การออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ‘ไลท์ แอดดิกท์ สตูดิโอ’” ผู้ศึกษาได้แบ่งผลการศึกษาตามขั้นตอนการศึกษา 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis)

ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ของตนเอง (Self - Analysis)

ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค (Consumer Analysis)

ตอนที่ 1.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ (Design Development)

ตอนที่ 2.1 ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Brief)

ตอนที่ 2.2 ขั้นตอนพัฒนาความคิดและออกแบบ (Creative Process)

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการประยุกต์ใช้และประเมินผลงานออกแบบ (Application and Implementation)

ตอนที่ 1 รูปแบบองค์ประกอบอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ‘ไลท์ แอดดิกท์ สตูดิโอ’

ตอนที่ 2 การประเมินผลงานออกแบบ

ส่วนที่ 4 ขั้นตอนการจัดทำคู่มือการใช้งานระบบอัตลักษณ์ (Brand Guidelines)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis)

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ (Brand Identity)

ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ของตนเอง (Self - Analysis)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ คือ คุณชเนศ แก้วดวงดี ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางทางการออกแบบองค์ประกอบอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ (Brand Identity System) และการวิเคราะห์กลยุทธ์ของตราผลิตภัณฑ์ มาใช้กำหนดกรอบในการออกแบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ ได้แก่การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ในปัจจุบันของตราผลิตภัณฑ์ (Existing Brand Image) สิ่งที่ตราผลิตภัณฑ์สั่งสมมา (Brand Heritage) จุดแข็ง (Strength) และศักยภาพของตราผลิตภัณฑ์ (Abilities) และคุณค่าขององค์กร (Organization Values) ในมุมมองของผู้ประกอบการ และสิ่งที่ต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปได้ ดังนี้

หัวข้อที่ 1 ธุรกิจของคุณเกี่ยวข้องกับอะไร ? และลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการตราผลิตภัณฑ์ของคุณด้านใดบ้าง ?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ เป็นสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน ดำเนินกิจการด้านการให้บริการถ่ายภาพแต่งงานทั้งในวันงานและก่อนแต่งงาน (Pre-Wedding) ลูกค้าจะได้รับภาพถ่ายที่สวยงาม ด้วยมุมมองที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่ ทันสมัยและน่านิยม อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างเป็นธรรมชาติ อีกทั้งการให้บริการอย่างมืออาชีพในการจัดการวางแผนกระบวนการถ่ายภาพเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าไปจนถึงการส่งมอบงาน

หัวข้อที่ 2 หากเปรียบเทียบ โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ เป็นมนุษย์ คุณคิดว่า โลโก้ แอดดิทิว

สตูดิโอจะมีบุคลิกลักษณะอย่างไร ? (ลักษณะประชากร อายุ เพศ สถานะทางสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิต และบุคลิกภาพ)

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: โลโก้ แอดดิทิว สตูดิโอ เปรียบกับคนวัยทำงาน อายุประมาณ 26-29 ปี ที่ชอบความสร้างสรรค์ และเป็นผู้นำแฟชั่น

หัวข้อที่ 3 กลุ่มเป้าหมายของไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอคือใคร?

(ลักษณะประชากร อายุ เพศ สถานะทางสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิต และบุคลิกภาพ)

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: ผู้บริโภครวมกลุ่มเป้าหมายของไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ อายุประมาณ 26 - 29 ปี มีสถานะทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง ถึง มาก ชอบความสร้างสรรค์ และทันสมัย

หัวข้อที่ 4 คุณต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ และจดจำคุณอย่างไร ?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีมุมมองที่สร้างสรรค์ ภาพถ่ายมีคุณภาพ สวยงามแปลกใหม่ และมั่นใจในความเป็นมืออาชีพ

หัวข้อที่ 5 คู่แข่งของคุณคือใคร มีคู่แข่งที่คุณชื่นชมบ้างไหม ถ้ามี เพราะอะไร ? และจุดเด่นที่คุณยกขึ้นมาแข่งขันคืออะไร และคิดว่าเพราะอะไรลูกค้าจึงจะเลือกสินค้าหรือบริการของคุณ (แทนที่คู่แข่ง) ?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: คู่แข่งของไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ คือสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานรายเดิมที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ จุดเด่นที่ไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ นำมาแข่งขันคือภาพถ่ายแต่งงานที่มีมุมมองที่สร้างสรรค์ สวยงามแปลกใหม่

หัวข้อที่ 6 ปัจจุบัน ไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ มีวิธีการสื่อสารตัวตนอย่างไร? ผ่านทางช่องทางใดบ้าง?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: ปัจจุบัน ไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ มีวิธีการสื่อสารตัวตน โดยการแสดงกิจกรรมและตัวอย่างผลงานผ่านทางสังคมออนไลน์ (Facebook Fanpage)

หัวข้อที่ 7 คุณมองว่าในอีก 5 ปี และ 10 ข้างหน้า ธุรกิจ และแบรนด์ของคุณจะยืนอยู่ตรงจุดไหน?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: ไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ ผู้นำในด้านการถ่ายภาพแต่งงานที่มีคุณภาพของภาพถ่ายที่สวยงาม แปลกใหม่ และสร้างสรรค์

หัวข้อที่ 8 ค่านิยมหรือความเชื่อใดที่พนักงานของคุณยึดมั่น และใช้เป็นแรงขับเคลื่อนในการทำงาน?

ผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้: ไลต์ แอดดิทส์ สตูดิโอ ยึดมั่นในการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายที่สวยงามแปลกใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในราคาที่สมเหตุสมผล

ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค (Consumer Analysis)

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ มากำหนดกรอบแบบสอบถามลูกค้าที่เคยใช้บริการ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ เพื่อตรวจสอบการรับรู้ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ ในมุมมองของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์เพื่อระบุลักษณะกลุ่มลูกค้าของ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ และนำเสนอข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในรูปแบบของตาราง โดยตารางประกอบด้วย จำนวน และค่าร้อยละซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	2	10
หญิง	18	90
รวม	20	100

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และ เพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 21	0	0
22 - 25	4	20
26 - 29	15	75
30 - 35	1	5
36 - 39	0	0
มากกว่า 39 ปี	0	0
รวม	20	100

จากตารางที่ 2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนทำงาน โดยมากมีอายุ 26 - 29 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ อายุ 22 – 25 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อายุ 30 – 35 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0
ปริญญาตรี	17	85
สูงกว่าปริญญาตรี	3	15
รวม	20	100

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาคือ ระดับของการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	0	0
ธุรกิจส่วนตัว	12	60
พนักงานบริษัทเอกชน	8	40
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	0	0
รวม	20	100

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	0	0
10,001 - 20,000 บาท	5	25
20,001 – 30,000 บาท	14	70
30,001 – 40,000 บาท	1	5
มากกว่า 40,000 บาท	0	0
รวม	20	100

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระดับปานกลาง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5

สรุปข้อมูลจากตารางที่ 1 - 5 พบว่ากลุ่มลูกค้าของ โลท์ แอคติกท์ สตูดิโอส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงกลุ่มคนทำงาน โดยมากมีอายุ 26 - 29 ปี มีระดับการศึกษาคือ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลท์ แอคติกท์ สตูดิโอ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลท์ แอคติกท์ สตูดิโอ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในรูปแบบของตาราง โดยตารางประกอบด้วย จำนวน และค่าร้อยละซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงความถี่ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอ

ท่านรับรู้ภาพลักษณ์ของ ไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอ ในด้านต่างๆ ดังนี้		เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ค่าเฉลี่ย
1) สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ (การให้บริการอย่างมืออาชีพในการจัดการวางแผน กระบวนการถ่ายภาพเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ไปจนถึงการส่งมอบงาน)	ความถี่	0	2	15	3	0	3.1
	เฉยๆ						
2) สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีมุมมองในการ ถ่ายภาพที่สร้างสรรค์แปลกใหม่	ความถี่	0	2	16	2	0	3.1
	เฉยๆ						
3) สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีมุมมองในการ ถ่ายภาพที่ทันสมัยและเป็นที่นิยม	ความถี่	0	1	13	6	0	2.8
	เฉยๆ						
4) สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่สามารถถ่ายทอด อารมณ์ความรู้สึกของภาพถ่ายได้อย่างเป็น ธรรมชาติ	ความถี่	0	7	11	2	0	2.7
	เฉยๆ						

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ

3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย

4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเฉยๆ หมายถึงภาพลักษณ์ของไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอที่ผู้บริโภครับรู้กันยังไม่มีความชัดเจน โดยเฉลี่ยมีความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ

ต่อไปนี้จะเรียงลำดับจากคะแนนเฉลี่ยมากไปน้อยคือ การรับรู้ภาพลักษณ์ ไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอ สตูดิโอว่าเป็นถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 รองลงมาคือด้านมุมมองในการถ่ายภาพ ที่สร้างสรรค์แปลกใหม่โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 ด้านสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีมุมมองในการถ่ายภาพที่ ทันสมัยและเป็นที่นิยมมีค่าเฉลี่ย 2.8 และ สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกของภาพถ่ายได้อย่างเป็นธรรมชาติ 2.7

ตอนที่ 1.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

ผู้ศึกษาได้คัดเลือกตราสัญลักษณ์ของสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักใน จังหวัดเชียงใหม่และมีการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกับไลท์ แอดคิกท์ สตูดิโอ คือ

(1) โบโบ้ โฟโตกราฟฟี เป็นสตูดิโอ

อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ของ โบโบ้ โฟโต กราฟี ประกอบด้วย

การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) คือ ผู้ให้บริการถ่ายภาพ แต่งงานที่สำหรับคู่รักระดับปานกลางขึ้นไป

การกำหนดบุคลิกภาพตราผลิตภัณฑ์ (Brand Personality) คือ ความเป็นมิตร และ ความสร้างสรรค์

สรุปได้ว่า แก่นของอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โบโบ้ โฟโต กราฟี คือ “ภาพถ่ายที่ สร้างสรรค์แปลกใหม่เพื่อคุณ”

(2) หมูเฮาฟิล์ม “ภาพถ่ายที่โดดเด่นแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์”


อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ของ หมูเฮาฟิล์ม ประกอบด้วย

การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) คือ ผู้ให้บริการถ่ายภาพ แต่งงานที่สำหรับคู่รักระดับปานกลางขึ้นไป


การกำหนดบุคลิกภาพตราผลิตภัณฑ์ (Brand Personality) คือ ความเป็นมืออาชีพ และแตกต่างสร้างสรรค์

สรุปได้ว่า แก่นของอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โบโบ้ โฟโตกราฟฟี คือ “สตูดิโอถ่ายภาพ มืออาชีพ ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างในมุมมองของการถ่ายภาพ”

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์รูปแบบตราสัญลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์โบโบโฟโตกราฟฟี

ตราสัญลักษณ์คู่แข่ง	ตราสัญลักษณ์
	<p>สัญลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์คัดแปลงมาจากตัวอักษร B ที่มาจากชื่อตราผลิตภัณฑ์ สไตส์การออกแบบเน้นที่ความเรียบง่าย แต่แฝงรายละเอียดน่ารัก การใช้ลายเส้นที่มีลักษณะเขียนด้วยมือให้ความรู้สึกใกล้ชิดเป็นกันเอง ลักษณะที่ไม่สมมาตร ทำให้เกิดความเคลื่อนไหว ซึ่งลายเส้นดังกล่าวนี้ถูกนำไปใช้เป็นองค์ประกอบกราฟิกเพื่อสื่อถึงบุคลิกตราผลิตภัณฑ์</p>
	<p>การใช้สี</p>
	<p>ใช้สีดำเพื่อสื่อถึงความทันสมัยเป็นมืออาชีพ มีระดับและเป็นที่นิยม โทนสีที่เรียบง่ายสื่อถึงความเป็นมาตรฐาน</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p>
	<p>รูปแบบของตัวอักษรใช้ตัวอักษรแบบ Sans Serif ที่มีน้ำหนักเส้นเท่ากัน เนื่องจากเป็นตัวอักษรที่เรียบง่ายอ่านชัดเจน สามารถใช้ได้ทุกโอกาส</p>

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์รูปแบบตราสัญลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์โบโบไฟโตกราฟี่

ตราสัญลักษณ์คู่แข่ง	ตราสัญลักษณ์
	<p>ตราสัญลักษณ์ ใช้ภาพตัดทอนของรูปภาพกล้องโบราณ อีกนัยหนึ่งสะท้อนความเป็นผู้เชี่ยวชาญของตราผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราผลิตภัณฑ์ (Credibility) โดยแสดงให้เห็นว่าตราผลิตภัณฑ์มีคุณภาพในการผลิตผลงาน</p>
	<p>การใช้สี</p>
	<p>สีน้ำตาลสื่อถึงความเก่าแก่และประวัติศาสตร์ที่มั่นคงของตราผลิตภัณฑ์ การตัดกันของความจัดของสี (The contrast of saturation) เป็นแนวทางที่ใช้ความมืดและความสว่างหรือค่าของน้ำหนักสีของกลุ่มสีข้างเคียงกันมาจับคู่กัน ทำให้เกิดความกลมกลืน</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p>
	<p>รูปแบบตัวอักษรที่ใช้จึงเป็นตัวหนาหนัก เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและตัวอักษรที่มีความโค้งมน อ่อนช้อยเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ</p>

จากการศึกษาภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งกันได้

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ (Design Development)

ตอนที่ 2.1 ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Brief)

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิทีฟ สตูดิโอ (Brand Identity) จากขั้นตอนการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis) มาใช้เป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Brief) เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ฯ แก่ผู้บริโภคเป้าหมาย โดยสร้างหรือกำหนดแก่นของอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ (Core Identity) ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน ดังนี้

2.1.1 การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) คือ ผู้ให้บริการถ่ายภาพ
 แต่งงานที่สำหรับคู่รักที่มีรายปานกลาง



2.2.2 การกำหนดบุคลิกภาพตราผลิตภัณฑ์ (Brand Personality) คือ ความมี
 จินตนาการ (Imaginative) สร้างสรรค์ แตกต่าง น่านิยม และมีความเป็นมืออาชีพ

สรุปได้ว่า แก่นของอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอคติกท์ สตูดิโอ คือ “สตูดิโอ
 ถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพที่มีมุมมองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับสำหรับคู่รักที่มีราย
 ปานกลางขึ้นไป” ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการกำหนดส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended
 Identity) ตราผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันต่อไป




ตอนที่ 2.2 ขั้นตอนพัฒนาความคิดและออกแบบ (Creative Process)

ในขั้นตอนการออกแบบนี้จะจัดทำผลงานออกแบบรูปแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ซึ่ง
 ประกอบด้วยตราสัญลักษณ์ (Logo) สี (Color) และรูปแบบตัวอักษร (Typography) จำนวน 3 ชุด
 เพื่อนำเสนอผลงานออกแบบแก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์และ
 ผู้ประกอบการ โลโก้ แอคติกท์ สตูดิโอ เพื่อประเมินผลงานออกแบบ และคัดเลือกรูปแบบ
 องค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการนำไปพัฒนาไปใช้เป็นเครื่องมือในการ
 สื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงผลงานทดลองออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 1

ผลงานออกแบบชุดที่ 1	
แนวคิดในการออกแบบ	
“สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ ที่มีมุมมองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับ สำหรับคู่รัก ที่มีรายปานกลางขึ้นไป”	
ตราสัญลักษณ์	
	มิติของสไตล์
	
<p>แนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยรวม คือ การสร้างความแตกต่างและบุคลิกที่ชัดเจน ใช้รูปแบบตราสัญลักษณ์แบบตัวอักษรย่อ (Lettermark) LA ที่ย่อมาจากคำว่า Light Addict studio และเพิ่มการมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว ด้วยการหมุนแกนของตัวอักษร A และเมื่อมองรวมกันเป็นภาพ จะมองเห็นเป็นภาพกล้องถ่ายรูปที่ถูกตัดทอนให้ดูเรียบง่าย เพื่อสื่อสารถึงสตูดิโอถ่ายภาพที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยอาศัยเทคนิคการออกแบบโดยการลดตัดทอน (Distortion) ความสมดุลแบบไม่เหมือนกัน (Informal Balance) เป็นการสร้างความสมดุลให้ดูเท่ากัน โดยสายตา เพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจ สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง</p>	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ผลงานออกแบบชุดที่ 1	
ตราสัญลักษณ์	
	<p>การใช้สี</p> <p>สีแดง สื่อถึงความมีจินตนาการ พลังความมุ่งมั่น สร้างสรรค์พัฒนาอันเจิดจ้า ใช้แนวคิดการตัดกันของความมืดและความสว่างของสี (The contrast of light and dark) ซึ่งมีแตกต่างของค่าความมืดและสว่างเพื่อก่อให้เกิดมิติและพลังในงานออกแบบและสร้างความโดดเด่นแก่ตราสัญลักษณ์ ทำให้รู้สึกสะดุดตา มีจุดเด่นและแตกต่างไปจากตราสัญลักษณ์ของกลุ่มแข่ง</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p> <p>การใช้ตัวอักษรที่มีขนาดเล็กเพื่อเน้นจุดสนใจไปที่ที่สัญลักษณ์ LA เพียงจุดเดียว เพื่อสร้างความน่าสนใจและการจดจำ</p>
สีอัตลักษณ์	
<p>Pantone CMYK 00 00 00 90 RGB 00 00 00</p>  <p>Pantone CMYK 00 100 100 00 RGB 227 06 19</p> 	<p>การใช้สีเทาเพื่อบ่งบอกถึงความเป็นมาตรฐานสากล ความเป็นมืออาชีพ สีเทาเป็นสีที่ตารับรู้ได้ง่ายที่สุด หมายถึง ความเรียบง่าย ความน่าเชื่อถือ สีแดงแสดงถึงความรัก เป็นสีที่ใช้กระตุ้นการรับรู้ กระตุ้นระบบประสาททำให้อัตราการเต้นของหัวใจสูงขึ้น การเลือกใช้สีแดงนี้ใช้เพื่อสร้างความโดดเด่น น่าสนใจให้แก่อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิคท์ สตูดิโอและเพื่อสื่อถึงความมีจินตนาการ พลังความมุ่งมั่นสร้างสรรค์พัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง และกระตุ้นความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค</p>

ตารางที่ 10 แสดงผลงานทดลองออกแบบของค้ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 2

ผลงานออกแบบชุดที่ 2	
แนวคิดในการออกแบบ	
“สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ ที่มีมุมมองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับ สำหรับคู่รัก ที่มีรายปานกลางขึ้นไป”	
ตราสัญลักษณ์	
 <p>LIGHT ADDICT WEDDING PHOTOGRAPHY</p>	<p>มิติของโลโก้</p> 
	 <p>LIGHT ADDICT WEDDING PHOTOGRAPHY</p>
	<p>สไตล์โดยรวมมุ่งเน้นความเรียบง่าย โดยใช้หลักการออกแบบความสมดุลแบบเหมือนกัน (Symmetrical Balance) คือการจัดภาพให้มีลักษณะซ้ายขวาเท่ากัน แสดงถึง ผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายภาพ ความมีคุณภาพ ความน่าเชื่อถือเพื่อเน้นที่การสร้างเชื่อมั่นให้กลุ่มเป้าหมาย สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบใช้รูปแบบการออกแบบสัญลักษณ์ภาษา (Logotype) ใช้ตัวอักษรที่เป็นชื่อขององค์กร โดยมีการเน้นจุดสนใจไปที่สัญลักษณ์ภาษาเพียงจุดเดียวด้วยขนาดและตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อสร้างการจดจำ เพราะองค์กรต้องการค้นหาสิ่งบ่งชี้เพื่อช่วยให้คนจดจำผลิตภัณฑ์นั้นได้มากและเป็นเวลานาน และเพิ่มการมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวโดยใช้ตัวอักษร A ที่มาจากคำว่า</p>

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ผลงานออกแบบชุดที่ 2	
	Addict มารวมกับเส้นแนวเฉียงที่เป็นตัวแทนของแสง ที่มีความหมายถึง Light Addict Studio เพื่อสื่อสารถึงสตูดิโอถ่ายภาพที่มีความคิดสร้างสรรค์
	<p>การใช้สี</p> <p>ใช้สีเทาเพื่อบ่งบอกถึงความเป็นมาตรฐานสากล ความเป็นมืออาชีพ สีเทาเป็นสีที่ตารับรู้ได้ง่ายที่สุด หมายถึง ความเรียบง่าย ความน่าเชื่อถือ สีขาว แสดงถึงความใหม่ น่านิยม เรียบง่าย การเลือกใช้สีขาวเพื่อสื่อสารถึงความเรียบง่ายทันสมัยและสร้างจินตนาการ ให้แก่อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิคท์ สตูดิโอ และสร้างความชัดเจนในการสื่อสารเนื้อหาไปยังกลุ่มลูกค้า</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p> <p>การใช้ตัวอักษรแนวความคิดตามรูปแบบการออกแบบตัวอักษร (Font/ Typeface) แบบสวิสสไตล์ (Swiss Style) ที่เน้นความเรียบง่ายของตัวหนังสือแบบ ไม่มีหัวหรือฐาน (Sans Serif Typeface) อันเป็นแม่แบบให้กับการออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ (The New Typography) ที่เรียกว่า กระบวนการลดทอน (Reductive Process) โดยคำนึงถึงความเหมือนกันขององศาความลาดเอียง เส้นผ่านศูนย์กลางทั้งในและระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว การเว้นช่องไฟระหว่างตัวอักษรจะจัดไว้แบบหลวมๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายๆ เพื่อสื่อถึงงานบริการ</p>

ตารางที่ 11 แสดงผลงานทดลองออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 3

ผลงานออกแบบชุดที่ 3	
แนวคิดในการออกแบบ	
“สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ ที่มีมุมมองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับ สำหรับคู่รักที่มีรายปานกลางขึ้นไป”	
ตราสัญลักษณ์	
	<p>มิติของสไตล์</p> 
	<p>ถูกออกแบบให้มีความร่วมสมัย เป็นสากล และง่ายต่อการจดจำชื่อขององค์กรมากขึ้น ออกแบบสัญลักษณ์ในลักษณะที่เป็นรูปจำลอง (icon) โดยมีการใช้องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับสัญลักษณ์รูปหัวใจมีวงกลมล้อมรอบ (Pictorial Name Mark) เพื่อสื่อถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความรัก เน้นความน่าเชื่อถือและอ่านชัดเข้าใจง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคู่รักระดับกลางขึ้นไป</p>

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ผลงานออกแบบชุดที่ 3	
	<p>การใช้สี</p> <p>การใช้สีทองเพื่อสื่อถึงความความมีคุณภาพของตราผลิตภัณฑ์ ใช้รูปแบบการตัดกันของความจัดของสี (The contrast of saturation) เพื่อให้เกิดความมืดและความสว่าง ทำให้เกิดความกลมกลืนเพื่อสื่อถึงความ เป็นมาตรฐาน</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p> <p>การใช้ตัวอักษรแนวความคิดตามรูปแบบการ ออกแบบตัวอักษร (Font/ Typeface) แบบสวิส สไตล์ (Swiss Style) ที่เน้นความเรียบง่ายของ ตัวหนังสือแบบ ไม่มีหัวหรือฐาน (Sans Serif Typeface) อันเป็นแม่แบบให้กับการออกแบบ กราฟิกสมัยใหม่ (The New Typography) ที่เรียกว่า กระบวนการลดทอน (Reductive Process) โดย คำนึงถึงความเหมือนกันขององศาความลาดเอียง เส้นผ่านศูนย์กลางทั้งในและระหว่างตัวอักษรแต่ละ ตัว การเว้นช่องไฟระหว่างตัวอักษรจะจัดไว้แบบ หลวมๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายๆ เพื่อสื่อถึงงาน บริการ</p>
สีอัตลักษณ์	
<p>Pantone CMYK 60 50 40 29 RGB 89 95 106</p>  <p>Pantone CMYK 28 44 52 21 RGB 163 122 38</p> 	<p>รูปแบบของสี สีทองสื่อถึงความเป็นมืออาชีพ และความมีมาตรฐานเป็นสากล และสีทองสื่อถึงความมี คุณภาพของตราผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่าง จากตราผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง</p>

ตารางที่ 12 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 1 ของกลุ่ม
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 1		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การสื่อสาร	การสื่อความหมายถึง โลโก้ แอคติคท์ สตูดิโอ	-	2	1	-	2.6
	เชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์	-	1	2	-	2.3
	สร้างความน่าเชื่อถือ	-	2	1	-	2.6
	เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์	-	2	1	-	2.6
	เหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์	-	2	1	-	2.6
	มีองค์ประกอบที่ชัดเจน	2	-	1	-	3.3
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	1	2	-	-	3.3
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	2	-	1	-	3.3
	มีความเรียบง่าย	1	1	1	-	3
	มีลักษณะเฉพาะตัว	1	1	1	-	3
	มีคุณค่าในการจดจำ	1	2	-	-	3.3
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	1	1	-	1	2.6
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	-	2	1	-	2.6
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	-	2	-	1	2.3
	ความสะดวกในการใช้งาน	1	2	-	-	3.3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	-	2	1	-	2.6
ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	-	2	1	-	2.6	
ความเห็นและ ข้อเสนอแนะ	แบบที่ 1 มีความน่าสนใจที่ใช้ตัวอักษร L A มาแปรเป็นตราสัญลักษณ์ซึ่งมีความชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ การใช้สีมีความดึงดูดน่าสนใจ รูปแบบการจัดวางสร้างจินตนาการ แต่การสื่อสารควรมีรูปแบบที่สื่อถึงสตูดิโอที่เกี่ยวกับงานแต่งงานมากกว่านี้เพื่อสื่อถึงตัวองค์กร					

ตารางที่ 12 (ต่อ)

งานทดลองออกแบบชุดที่ 1		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	-	2	-	1	2.3
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	1	2	-	-	3.3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	-	2	1	-	2.6
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	-	2	1	-	2.6
ความเห็นและ ข้อเสนอแนะ	แบบที่ 1 มีความน่าสนใจที่ใช้ตัวอักษร L A มาแปรเป็นตราสัญลักษณ์ซึ่งมีความชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ การใช้สีมีความดึงดูดน่าสนใจ รูปแบบการจัดวางสร้างจินตนาการ แต่การสื่อสารควรมีรูปแบบที่สื่อถึงสตูดิโอที่เกี่ยวกับงานแต่งงานมากกว่านี้เพื่อสื่อถึงตัวองค์กร					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 12 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมีความคิดเห็นต่อการออกแบบขององค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสื่อสาร การสื่อความหมายถึง โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.26 ความเชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.26 ความเหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.26 และมืองค์ประกอบที่ชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3

ด้านการออกแบบ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 การนำไปใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6

ตารางที่ 13 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 2 ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของคณาจารย์ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 2		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การสื่อสาร	การสื่อความหมายถึง ไลต์ แอคติกท์ สตูดิโอ	2	1	-	-	3.6
	เชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์	2	1	-	-	3.6
	สร้างความน่าเชื่อถือ	-	3	-	-	3
	เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์	-	3	-	-	3
	เหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์	-	3	-	-	3
	มีองค์ประกอบที่ชัดเจน	2	1	-	-	3.6

ตารางที่ 13 (ต่อ)

งานทดลองออกแบบชุดที่ 2		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	2	1	-	-	3.6
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	2	1	-	-	3.6
	มีความเรียบง่าย	-	3	-	-	3
	มีลักษณะเฉพาะตัว	-	1	2	-	2.3
	มีคุณค่าในการจดจำ	-	1	2	-	2.3
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	-	1	2	-	2.3
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	1	2	-	-	3.3
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	1	2	-	-	3.3
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	-	3	-	-	3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	2	1	-	-	3.6
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	2	1	-	-	3.6
ความเห็นและข้อเสนอแนะ	แบบที่ 2 นี้ขาดความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ logotype ได้แย้งบทบาทการจดจำของตัว brand mark ไป อาจแก้ปัญหาในจุดนี้ด้วยการใช้สีช่วยในการสร้างจุดเด่นให้กับ brand mark					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 13 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดคิกท์ สตูคิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสื่อสาร การสื่อความหมายถึง ไลต์ แอดคิกท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ความเชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3 ความเหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3 และมืองค์ประกอบที่ชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

ด้านการออกแบบ ความมีอิสระแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.3 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

ตารางที่ 14 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 3 ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบขององค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 3		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การสื่อสาร	การสื่อความหมายถึง ไลต์ แอดคิกท์ สตูดิโอ	1	1	1	-	3
	เชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์	1	2	-	-	3.3
	สร้างความน่าเชื่อถือ	2	1	-	-	3.6
	เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์	2	1	-	-	3.6
	เหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์	1	1	1	-	3
	มืองค์ประกอบที่ชัดเจน	2	1	-	-	3.6

ตารางที่ 14 (ต่อ)

งานทดลองออกแบบชุดที่ 3		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	1	2	-	-	3.3
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	2	1	-	-	3.6
	มีความเรียบง่าย	2	1	-	-	3.6
	มีลักษณะเฉพาะตัว	-	2	1	-	2.6
	มีคุณค่าในการจดจำ	1	1	1	-	3
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	1	1	-	1	2.6
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	2	1	-	-	3.6
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	1	1	1	-	3
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	1	1	1	-	3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	2	-	-	1	3
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	2	-	-	1	3
ความเห็นและ ข้อเสนอแนะ	แบบที่ 3 ลักษณะการออกแบบ brand mark logotype และ signature นั้นดูมีองค์รวมที่เป็นเอกภาพดี การออกแบบ brand mark มีความน่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน ควรมีการปรับปรุงชุดสีให้เหมาะสมกับความรักหรืองานแต่งงานมากขึ้น					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 14 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสื่อสาร การสื่อความหมายถึง ไลต์ แอคติกท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 ความเชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ความเหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 และมืองค์ประกอบที่ชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

ด้านการออกแบบ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.6 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ตารางที่ 15 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 1 ของกลุ่มผู้ประกอบการ ไลท์ แอคติกท์ สตูดิโอ จำนวน 2 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 1		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	-	1	1	-	2.5
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	-	2	-	-	3
	มีความเรียบง่าย	-	2	-	-	3
	มีลักษณะเฉพาะตัว	1	1	-	-	3.5
	มีคุณค่าในการจดจำ	1	1	-	-	3.5
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	2	-	-	-	4
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	-	2	-	-	3
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	-	2	-	-	3
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	-	2	-	-	3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	-	2	-	-	3
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	-	2	-	-	3
ความเห็นและข้อเสนอแนะ	แบบที่ 1 น่าสนใจด้วยรูปแบบตราสัญลักษณ์ และการใช้สี สื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ดี แต่ดูไม่น่าเชื่อถือ					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง

1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้

2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 15 ผู้ประกอบการ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการออกแบบ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5 ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ตารางที่ 16 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 2 ของกลุ่มผู้ประกอบการ ไลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ จำนวน 2 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 2		ความเห็นที่มีต่อผลงาน				ค่าเฉลี่ย
		ออกแบบ				
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	2	-	-	-	4
	ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	1	1	-	-	3.5
	มีความเรียบง่าย	1	1	-	-	3.5
	มีลักษณะเฉพาะตัว	-	2	-	-	3
	มีคุณค่าในการจดจำ	-	2	-	-	3
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	-	1	1	-	2.5
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	-	2	-	-	3
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	-	2	-	-	3

ตารางที่ 16 (ต่อ)

งานทดลองออกแบบชุดที่ 2		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	-	2	-	-	3
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	-	2	-	-	3
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	-	2	-	-	3
ความเห็นและ ข้อเสนอแนะ	แบบที่สองมีความเรียบง่ายให้ความรู้สึกถึงความเป็นมืออาชีพ แต่ยังขาดความรู้สึกที่เป็นสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 16 ผู้ประกอบการ ไกลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ไกลท์ แอดดิทท์ สตูดิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการออกแบบ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ตารางที่ 17 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบชุดที่ 3 ของกลุ่มผู้ประกอบการ ไลท์ แอคติกท์ สตูดิโอ จำนวน 2 ท่าน

งานทดลองออกแบบชุดที่ 3		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	2	-	-	-	4
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	2	-	-	-	4
	มีความเรียบง่าย	2	-	-	-	4
	มีลักษณะเฉพาะตัว	2	-	-	-	4
	มีคุณค่าในการจดจำ	-	2	-	-	3
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	-	1	1	-	2.5
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	2	-	-	-	4
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	1	1	-	-	3.5
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	1	1	-	-	3.5
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	2	-	-	-	4
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	-	2	-	-	3
ความเห็นและข้อเสนอแนะ	แบบที่ 3 มีความลงตัวในการสื่อสารถึงสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานด้วยรูปแบบสัญลักษณ์ ควรปรับเฉดสีให้สื่อถึงงานแต่งงานมากขึ้น					

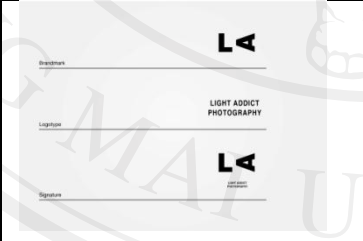

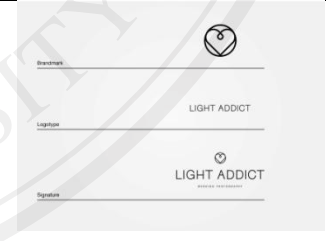
หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 17 ผู้ประกอบการ โลโก้ แอดดิคท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิคท์ สตูดิโอ ชุดที่ 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการออกแบบ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5

ด้านการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 การนำไปใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3

ตารางที่ 18 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลการทดลองออกแบบ 3 ชุด จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่ม

	ชุดที่ 1		ชุดที่ 2	ชุดที่ 3
ผลการทดลอง ออกแบบ				
	การสื่อสาร	2.6	3.35	3.3
	การออกแบบ	2.9	3.16	2.96
	การใช้งาน	2.8	3	3.4
กลุ่มนักออกแบบ	รวม	2.76	3.17	3.22

ตารางที่ 18 (ต่อ)

	ชุดที่ 1		ชุดที่ 2	ชุดที่ 3
กลุ่ม ผู้ประกอบการ	การออกแบบ	3.18	3.18	3.62
	การใช้งาน	3	3	3.5
	รวม	3.09	3.09	3.56
ผลรวม		2.9	3.13	3.36

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง
 1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
 2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
 3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 18 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อผลการออกแบบทั้ง 3 ชุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ แบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.36 แบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 และแบบที่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการประยุกต์ใช้และประเมินผลงานออกแบบ (Application and Implementation)

ตอนที่ 1 รูปแบบองค์ประกอบอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ไลท์ แอดดิท สตูดิโอ

จากความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ ไลท์ แอดดิท สตูดิโอ ผู้วิจัย ได้นำผลการทดลองออกแบบในชุดที่ 3 ซึ่งมีแนวทางและความเป็นไปได้ในการนำมาพัฒนารูปแบบตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำ คือ การปรับปรุงชุดสีอัตลักษณ์เพื่อให้เหมาะสมกับการสื่อสารอัตลักษณ์ ไลท์ แอดดิท สตูดิโอ มากขึ้น โดยเพิ่มเฉดสีชมพูซึ่งแสดงถึงผู้หญิง ความรักและงานแต่งงาน เพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ และสร้างความชัดเจนในการสื่อความหมายให้กับ อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดดิท สตูดิโอ

ตารางที่ 19 แสดงผลการพัฒนางานออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดดิกท์ สตูดิโอ และการประยุกต์ใช้งาน

ผลงานออกแบบชุดที่ 3	
แนวคิดในการออกแบบ	
“สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานมืออาชีพ ที่มีมุมมองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่น่าสนใจ สำหรับคู่รักที่มีรายปานกลางขึ้นไป”	
ตราสัญลักษณ์	
	มิติของโลโก้
	
	
	<p>ถูกออกแบบให้มีความร่วมสมัย เป็นสากล และง่ายต่อการจดจำชื่อขององค์กรมากขึ้น ออกแบบสัญลักษณ์ในลักษณะที่เป็นรูปจำลอง (icon) โดยมีการใช้องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับสัญลักษณ์รูปหัวใจมีวงกลมล้อมรอบ (Pictorial Name Mark) เพื่อสื่อถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความรัก เน้นความน่าเชื่อถือและอ่านชัดเข้าใจง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคู่รักระดับกลางขึ้นไป</p>

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ผลงานออกแบบชุดที่ 3	
	<p>การใช้สี</p> <p>การใช้สีทองเพื่อสื่อถึงความความมีคุณภาพของตราผลิตภัณฑ์ สีชมพูสื่อถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ความรักและการแต่งงาน การใช้การตัดกันของความ เป็นสี (The contrast of hue) เป็นแนวทางที่ใช้ความแตกต่างของสีในวงสีธรรมชาติ ซึ่งถ้าพลังความจัดของคู่สีที่ตัดกันมีมากเท่าไร ความตัดกันจะยิ่งเพิ่มขึ้น ผลจากการตัดกันประเภทนี้ก่อให้เกิดมิติและระยะของภาพเนื่องจากความแตกต่างของสี และทำให้รู้สึกถึงพลังและความเคลื่อนไหวที่อยู่ในงานออกแบบเพื่อสร้างความน่าสนใจ</p>
	<p>การใช้ตัวอักษร</p> <p>การใช้ตัวอักษรแนวความคิดตามรูปแบบการออกแบบตัวอักษร (Font/ Typeface) แบบสวิสสไตล์ (Swiss Style) ที่เน้นความเรียบง่ายของตัวหนังสือแบบไม่มีหัวหรือฐาน (Sans Serif Typeface) อันเป็นแม่แบบให้กับการออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ (The New Typography) ที่เรียกว่ากระบวนการลดทอน (Reductive Process) โดยคำนึงถึงความเหมือนกันขององศาความลาดเอียง เส้นผ่านศูนย์กลางทั้งในและระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว การเว้นช่องไฟระหว่างตัวอักษรจะจัดไว้แบบหลวมๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายๆ เพื่อสื่อถึงงานบริการ</p>

ตอนที่ 2 การประเมินผลงานออกแบบ

ในการประเมินผลการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและงบประมาณในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อติดตามและประเมินผล ในการศึกษาเนื่องจากผู้ศึกษามีเวลาจำกัด จึงใช้การประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในวงการออกแบบสื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ ซึ่งเป็นผู้ใช้งาน มาเป็นผู้ประเมินผลงานออกแบบในการศึกษารั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 20 ตารางสรุปผลแบบสอบถามจากการประเมินผลงานออกแบบ ครั้งสุดท้ายจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่ม

งานทดลองออกแบบชุดที่ 3		ความเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การสื่อสาร	การสื่อความหมายถึง โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ	4	1	-	-	3.8
	เชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์	4	1	-	-	3.8
	สร้างความน่าเชื่อถือ	5	-	-	-	4
	เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์	5	-	-	-	4
	เหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์	5	-	-	-	4
	มีองค์ประกอบที่ชัดเจน	5	-	-	-	4
รวม		3.93				

ตารางที่ 20 (ต่อ)

งานทดลองออกแบบชุดที่ 3		ความเห็นที่มีต่อผลงาน ออกแบบ				ค่าเฉลี่ย
		ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ปรับปรุง (1)	
การออกแบบ	มีระเบียบแบบแผน	5	-	-	-	4
	มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	5	-	-	-	4
	มีความเรียบง่าย	5	-	-	-	4
	มีลักษณะเฉพาะตัว	4	1	-	-	3.8
	มีคุณค่าในการจดจำ	3	2	-	-	3.6
	มีความโดดเด่นและแตกต่าง	4	1	-	-	3.8
	ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	4	1	-	-	3.8
	ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน	5	-	-	-	4
รวม	3.87					
การใช้งาน	ความสะดวกในการใช้งาน	4	1	-	-	3.8
	การนำไปใช้ในเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย	4	1	-	-	3.8
	ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย	5	-	-	-	4
รวม	3.86					

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.75 หมายถึง ระดับความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง

1.76 - 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้

2.51 - 3.25 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

3.26 - 4.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก

จากตารางที่ 20 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมีความคิดเห็นต่อการออกแบบองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสื่อสาร มีความคิดเห็นระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93 โดยมีรายละเอียดดังนี้ การสื่อความหมายถึง โลโก้ แอดคิกท์ สตูดิโอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 ความ

เชื่อมโยงกับบริการของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 ความเหมาะสมกับลักษณะของตราผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 และ มืองค์ประกอบที่ชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4

ด้านการออกแบบ มีความคิดเห็นในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ความมีระเบียบแบบแผน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีความเรียบง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4 มีลักษณะเฉพาะตัว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 มีคุณค่าในการจดจำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 มีความโดดเด่นและแตกต่าง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานโดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4

ด้านการใช้งาน มีความคิดเห็นในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ความสะดวกในการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 การนำไปใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8 ใช้งานได้นานเหมาะสมทุกยุคทุกสมัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4

ส่วนที่ 4 ขั้นตอนการจัดทำคู่มือการใช้งานระบบอัตลักษณ์ (Brand Guidelines)

การจัดทำคู่มือการใช้งานองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ไลท์ แอดคิท สตูดิโอ คู่มือนี้จะเป็นเครื่องมือควบคุมให้การใช้งานระบบอัตลักษณ์เป็นไปอย่างถูกต้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เปรียบเสมือนเป็นหนังสือที่มีรายละเอียด เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรสัญลักษณ์และระบบอัตลักษณ์ทั้งหมด ข้อแนะนำและข้อห้ามต่างๆ ในการใช้งาน รวมทั้งตัวอย่างการใช้งานในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ความเข้าใจแก่คนที่จะมารับหน้าที่ในครั้งต่อไป และควรให้คู่มือเป็นเอกสารประกอบการใช้งาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) คำอธิบาย ไลท์แอดคิทสตูดิโอ
- 2) มาตรฐานการใช้งานตราสัญลักษณ์
 - a. Logo
 - b. Signature
 - c. Clear Space

- d. Minimum Size
- e. Use and Misuse
- 3) องค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์
 - a. Elements
 - b. Typography
 - c. Color Palette
- 4) ตัวอย่างการใช้งานองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ Application
 - a. สื่อดิจิทัล Digital Application
 - b. สื่อสิ่งพิมพ์ Print Application
 - c. สื่อวีดิทัศน์ Video Application

โดยจะแสดงผลงานออกแบบคู่มือการใช้งานองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ โลโก้ แอคติคท์ สตูดิโอ ใน บทที่ 5