

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร : กรณีศึกษา บริษัท บลูมอร์โฟ จำกัด

ผู้เขียน

นายระลึก อินเสมียน

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ชัยยศ สันตวิงษ์ ประธานกรรมการ  
 อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ  
 อาจารย์วีระพันธ์ จันทร์หอม กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์องค์กร โดยนำเอาหลักการทางสัตววิทยาเข้ามาใช้ 2) ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของบริษัท บลูมอร์โฟ จำกัด วิธีการศึกษาประกอบด้วยขั้นตอนการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis) และขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ (Design Development) โดยการนำเอาแนวคิดของสัตววิทยาเข้ามาประกอบใช้ในการออกแบบเพื่อให้ได้อัตลักษณ์องค์กรที่เหมาะสม

กลุ่มเป้าหมายในการในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ได้แก่ผู้บริหารและพนักงาน บริษัท บลูมอร์โฟ จำกัด จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 4 คน และลูกค้าขององค์กรจำนวน 20 คน ผลจากการเก็บข้อมูลมีทั้งจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและการทำแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการนำเอาองค์ประกอบด้านการออกแบบจำนวน 7 องค์ประกอบมาใช้เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ ได้แก่ อารมณ์ความรู้สึก ตราสัญลักษณ์ สี ตัวอักษร การเลือกใช้บริการจุดเด่นขององค์กร และทัศนคติที่มีต่อองค์กร

ผลการศึกษาพบว่าแนวความคิดหลักที่เป็นแบรนด์ดีเอ็นเอขององค์กรคือ “ทันสมัย เป็นมิตร อิสระ” ซึ่งแนวความคิดหลักนี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร โดยการนำเอาหลักการทางสัตววิทยาและการหาองค์ประกอบของแบรนด์เข้ามาใช้ในการออกแบบ

พบว่ามีความเหมาะสมจนได้ผลงานการออกแบบ ตลอดจนการทำคู่มือประกอบการใช้งานอัตลักษณ์องค์กรที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง

การประเมินการใช้งานอัตลักษณ์องค์กรนั้นยังเป็นเรื่องที่ทำได้ยากเนื่องจากต้องอาศัยระยะเวลาการใช้งานอัตลักษณ์องค์กรไปเป็นระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ใช้การประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญตามรูปแบบของการประเมินตราและเครื่องหมายการค้าของ Kuwiyama โดยผลการประเมินพบว่าอัตลักษณ์ขององค์กรที่ได้ออกแบบไว้สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดีประสบความสำเร็จ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title**      Designing Corporate Identity : A Case Study of Blue Morpho Co.,Ltd.

**Author**                              Mr. Raluek Insamian

**Degree**                              Master of Arts (Media Arts and Design)

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Chaiyot Santiwong                      Chairperson

Lect. Renu Sermboonsang                              Member

Lect. Weeraphan Chanhom                              Member

**ABSTRACT**

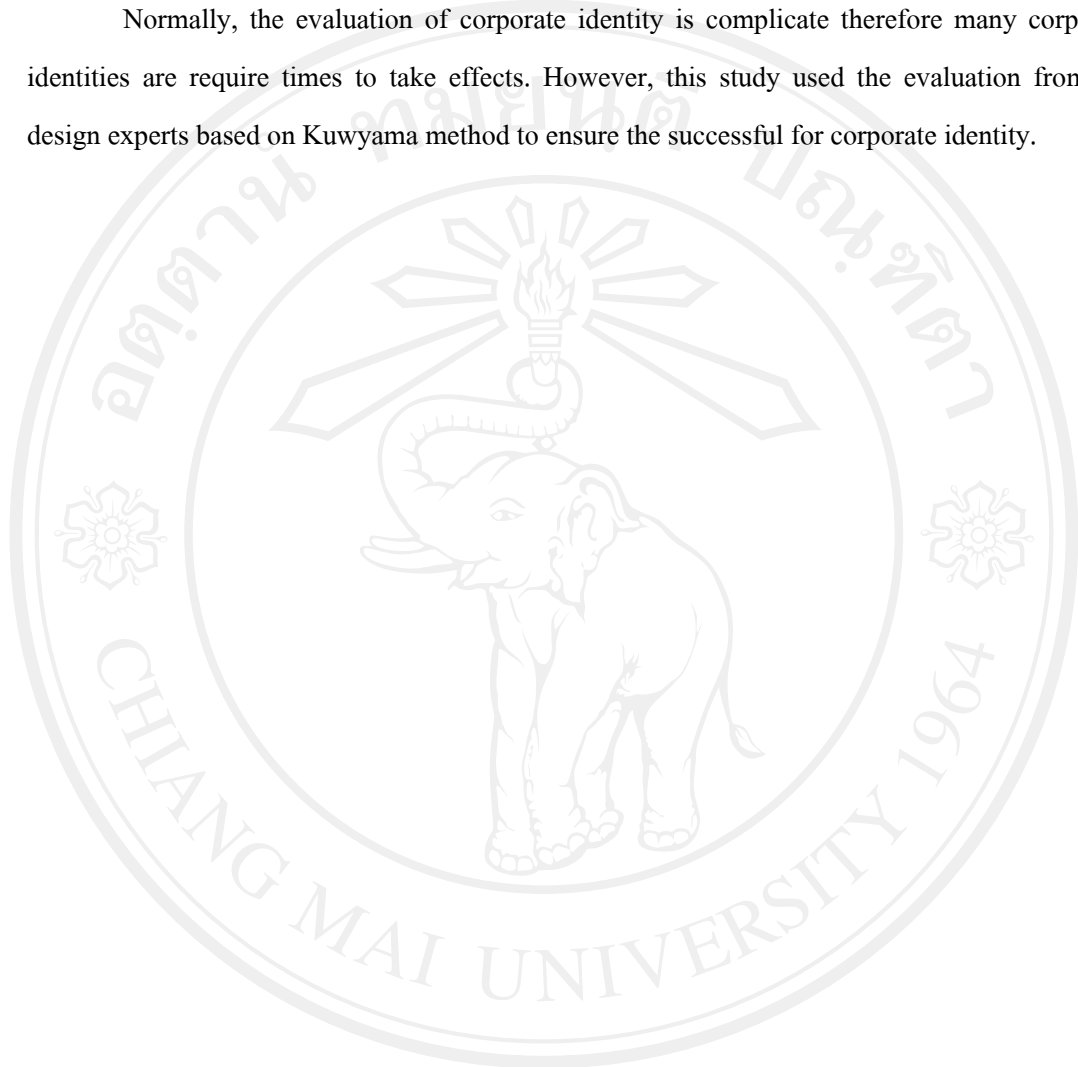
The objectives of this Independent Study are 1) Study of process to build the corporate identity based on semiotics principles. 2) Design of corporate identity of Blue Morpho Co.Ltd.,The research methodology comprises of literature review, data collection analysis and conclusion, and design development. The semiotics principle is selected to translate the corporate concept to the proper corporate identity.

Incidentally, the target group of this Independent Study research is consists of; corporate executive and staff, 4 of design experts and 20 customers of Bluemorpho Co. Ltd.. The reviews and questionnaire results were used to carry out the basis of design concept, comprises of 7 components; mood and tone, logo, colour, typography, reason for selecting services, emphatic point of organization, and attitude to the company.

The study can summarize that the corporate concept or Brand DNA of Blue Morpho Co; Ltd., is “Modern Friendly and Freedom”. Then this concept was adapted to build a corporate

identity and corporate manual by semiotics principles. All in all, the study showed that the semiotics principle is the proper methodology to develop the corporate identity.

Normally, the evaluation of corporate identity is complicate therefore many corporate identities are require times to take effects. However, this study used the evaluation from the design experts based on Kuwiyama method to ensure the successful for corporate identity.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved