

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการออกแบบโลโกของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การรับรู้ภาพลักษณ์จากผู้ให้บริการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา(1) รูปแบบโลโกโรงแรม ที่นักท่องเที่ยวและ ประชาชนทั่วไปรับรู้และพึงพอใจ (2) แนวทางในการออกแบบโลโกโรงแรม ที่มีพื้นฐานแนวคิดมาจากศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดเชียงใหม่ (3) ออกแบบโลโกสำหรับโรงแรม ให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น ส่งเสริมการจัดการด้านการตลาดของโรงแรมให้สามารถแข่งขันได้อย่าง มีศักยภาพ โดยมีการสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การใช้ตาราง Matrix analysis จะช่วยให้นักออกแบบเห็นภาพรวมของผลงานการออกแบบโลโกของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ นำไปสู่การสร้างแนวทางการออกแบบให้กับโรงแรมที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือปรับปรุงภาพลักษณ์ ให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย จากงานวิจัยพบว่าโลโก้ในโรงแรมของจังหวัดเชียงใหม่มีองค์ประกอบศิลป์บางอย่างที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เมื่อทราบข้อมูลเหล่านี้แล้วการปรับปรุงภาพลักษณ์ของโรงแรมจึงสามารถทำได้โดยสำรวจลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วออกแบบโลโกเพื่อให้ตรงกับความต้องการและให้เป็นที่ยอมรับได้ นำไปสู่การให้บริการซ้ำ ทั้งนี้กระบวนการวิเคราะห์โดยตาราง Matrix analysis สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับงานออกแบบอื่นๆ ในลักษณะเดียวกันเพื่อพัฒนาผลงานการออกแบบต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อการแข่งระหว่างธุรกิจโรงแรมต่อไป ซึ่งแนวทางการออกแบบที่ได้จากการวิจัย เป็นแนวทางที่ศึกษาจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ นักออกแบบ หรือผู้ประกอบการ จึงสามารถนำมาประกอบการออกแบบโลโกให้กับธุรกิจหรือองค์กรอื่นๆ ได้ โดยปรับปรุงแนวทางให้เหมาะสมกับขั้นตอนการออกแบบ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้มีได้หมายความว่าความถึงการตีกรอบของศิลปะการออกแบบ ผู้ออกแบบสามารถใช้แนวทางการออกแบบได้อย่างหลากหลาย เพียงแต่งานวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงที่มาในแนวทางการออกแบบโลโกอีกลักษณะหนึ่ง ทักษะ ความสามารถ และจินตนาการ ของผู้ออกแบบแต่ละคน ถึงแม้ว่าจะใช้แนวทางการออกแบบที่คล้ายกัน แต่ก็สร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลาย

แตกต่างกันไป สิ่งสำคัญสำหรับผู้ออกแบบ คือ การศึกษาไปอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน
ที่แปลกใหม่ พัฒนาการออกแบบต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved