

หัวข้อสารนิพนธ์	ความรู้ในตราสินค้าและความคิดเห็นต่อตราสัญลักษณ์ การไฟฟ้านครหลวงของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
คำสำคัญ	ความรู้ในตราสินค้า ตราสัญลักษณ์ การไฟฟ้านครหลวง
ชื่อนักศึกษา	เมธิ ภูศรี
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร.ปริยา รินรัตนากร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2558

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความรู้ในตราสินค้าและความคิดเห็นต่อตราสัญลักษณ์การไฟฟ้านครหลวงของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจความรู้ในตราสินค้า การไฟฟ้านครหลวงของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อตราสัญลักษณ์การไฟฟ้านครหลวงของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวม 210 คน เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามความสะดวก (Convenience sampling) กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 เขต คือเขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตคลองเตย และเขตบางเขน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistical analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออภิปรายผลข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ในตราสินค้าการไฟฟ้านครหลวง ด้านการตระหนักรู้ตราสินค้า ในส่วนการจดจำตราสินค้า (Brand recognition) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถจดจำชื่อ ตราสัญลักษณ์ และสีเอกลักษณ์ขององค์กร รวมถึงชื่อย่อภาษาไทยของการไฟฟ้านครหลวงได้ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบเอกลักษณ์ตราสินค้าที่มีความโดดเด่น เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่สามารถจดจำข้อมูลเชิงรายละเอียดที่เกี่ยวกับคุณสมบัติพื้นฐานของการไฟฟ้านครหลวงได้ เช่น ชื่อย่อภาษาอังกฤษ หมายเลขโทรศัพท์ศูนย์กลางข้อมูล (Call center) และพื้นที่ให้บริการของการไฟฟ้านครหลวง

การตระหนักรู้ตราสินค้า ในส่วนของการระลึกถึงตราสินค้า (Brand recall) กลุ่มตัวอย่างจะระบุชื่อ การไฟฟ้านครหลวง เป็นอันดับแรกมากที่สุด และยังพบว่ามี การระลึกถึงการไฟฟ้านครหลวงในเชิงบวกมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านองค์กร และด้านการบริการ

ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าการไฟฟ้านครหลวงล้วนเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกทั้งสิ้น ประกอบด้วย “ด้านคุณสมบัติ” (Attribute) “ด้านคุณประโยชน์” (Benefit) และ “ด้านทัศนคติ” (Attitudes) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าภาพลักษณ์การไฟฟ้านครหลวง ที่มีผลเชิงบวกมากเป็นอันดับแรก คือประเด็น “การไฟฟ้านครหลวงมีความมั่นคง”

ความคิดเห็นที่มีต่อตราสัญลักษณ์การไฟฟ้านครหลวงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีความโดดเด่น สะดุดตา สามารถสื่อความหมายถึงองค์กรได้ และยังมีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน มีการจัดวางองค์ประกอบได้สมดุลสวยงาม รวมถึงเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงทำให้ง่ายต่อการจดจำ และยังมีรูปแบบที่มีความทันสมัย

Thesis Title	Brand Knowledge and Opinion on Logo of Metropolitan Electricity Authority Among Bangkok Metropolitan
Keyword	Brand Knowledge Logo Metropolitan Electricity Authority
Student	Maytee Poo Sri
Thesis Advisors	Dr. Pariya Rinrattanakorn Assistant Professor Dr. Phnom Kleechaya
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2015

### ABSTRACT

Education Research "Brand Knowledge and Opinion on Logo of Metropolitan Electricity Authority among Bangkok Metropolitan" has the following objectives: 1) To explore knowledge in brand MEA of people in Bangkok 2) To survey the opinion on logo of MEA from people in Bangkok.

This research is a survey method, for collection data by questionnaire from the sample size of 210 people in 6 area (Bangkapi, Minburi, Ladprao, Laksi, Klong Toei and Bangkhen) selected by the convenience sampling method. Sample data were analyzed by using Descriptive Statistical Analysis, Percentage, Average and Standard Deviation, present the data in the table to discussion.

The research's result found that the sample know about Brand awareness in terms of brand recognition. Most people can remember the name, logo, corporate identity colors and initials Thai language of the MEA. However, the details study showed that most samplers were unable to remember the details of basic features such as English abbreviation, call center's telephone number and service areas of the MEA.

Brand awareness in terms of brand recall, the sample recalled the name Metropolitan Electricity Authority (MEA) the most It was also found that there is a positive memory to the for both corporate and services.

The MEA brand has a positive image are of "Attribute", "Benefit" and "attitude". In detail the highest image is "MEA stability".

Opinions on logo of MEA mentioned the distinguished color, eye-catching can be conveyed to the organization. And a simple, uncomplicated style with a beautifully balanced composition. Includes a logo that is unique. It's easy to remember It also has a modern style.

SPU CHONBURI