

การศึกษาอัตลักษณ์ขององค์กรเพื่อการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

The Study of Corporate Identity for the Environment Interior Design for Loei Rajabhat University

นัตยา พลชา* และ ญานินทร์ รักวงษ์วาน**

Nattaya Polsa and Yanin Rugwongwan

บทคัดย่อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาที่แรกเริ่มก่อตั้งมีฐานะเป็น “วิทยาลัยครู” หลังจากนั้นได้รับพระราชทานนาม “ราชภัฏ” จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ให้เป็นชื่อประจำสถาบัน พร้อมทั้งพระราชทาน พระราชลัญจกรเป็นตราประจำมหาวิทยาลัย ถ้าจะกล่าวถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ภาพแรกที่ปรากฏขึ้นในอุดมคติของใครหลายคน คือ ตึกสี่เหลี่ยมสูงเป็นชั้นๆ และหากเจาะจงประเด็นถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่งอย่างไร อาจมีน้อยคนจะรู้ จึงเป็นประเด็นให้ผู้วิจัยเกิดข้อสงสัยอยากหาคำตอบจนนำมาซึ่งงานวิจัยศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และเพื่อนำผลการศึกษาวิจัยไปออกแบบสภาพแวดล้อมภายในอาคารที่เป็นศูนย์รวมและมีความสำคัญต่อนักศึกษาและบุคลากร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยจำนวน 15 คน นักศึกษาภาคปกติ ศูนย์เลยจำนวน 367 คน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgane จากนักศึกษา 5 คณะ และบุคลากรภายนอกทั่วไป (ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย) จำนวน 10 คน

ผลจากการศึกษา พบว่าลักษณะเฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยคำว่า “คนของพระราชา ข้าของแผ่นดิน” มีความเป็นอัตลักษณ์ทางด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร ความเป็นท้องถิ่นไทยเลย มีความเป็นอัตลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ต้นจันทน์ผา มีความเป็นอัตลักษณ์ด้านด้านสัญลักษณ์ และพิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจกร และถวายสัตย์ปฏิญาณตน มีความเป็นอัตลักษณ์ด้านพิธีกรรมและวัฒนธรรม

ABSTRACT

Loei Rajabhat University (LRU) former called Loei Teachers' College, is a public university under the jurisdiction of the Office of the Commission on Higher Education, Ministry. It was established on September 29, 1973. In 1995, His Majesty King Bhumibhol Adulyadej graciously bestowed

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

E-mail: wan_nattaya@hotmail.com

** อาจารย์ประจำ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

the name Rajabhat Institute to all Teachers' Colleges nationwide. First image appears in ideals of many people is building high-level and square shape. Maybe less people know the identity of the LRU with a difference of 38 Rajabhat University. These studies aimed at search for identity in LRU and apply the results to the environment design. The researcher used Krejcie and Morgan Table in selecting 367 participants of 8,983 populations, administrative officers of LRU 15 and alumni of the University's 10 employees.

Results showed that identity of University. The criteria of history; people of the King's servants of the land, the criteria of social environment; local is Tai Loei, the criteria of symbol; Dracaena loureiri, and the criteria of culture; Summoning ceremony of Royal seal.

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ อัตลักษณ์องค์กร การออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน

Keywords: Identity, Corporate Identity, Design for Internal Environment

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยที่พัฒนามาจากโรงเรียนฝึกหัดครูที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของประเทศ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น วิทยาลัยครู หลังจากนั้น ได้รับพระราชทานนาม “ราชภัฏ” จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ให้เป็นชื่อประจำสถาบัน พร้อมทั้ง พระราชทาน พระราชลัญจกรเป็นตราประจำมหาวิทยาลัย โดยในปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏมียุทธศาสตร์ 38 แห่ง ทั่วประเทศ ซึ่งรวมถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นสถาบันอุดมศึกษา ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 เดิมมีฐานะเป็น “วิทยาลัยครูเลย” เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2516 โดยใช้เงินงบประมาณโครงการเงินยืมจากธนาคารโลก ต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏขึ้น และได้เปลี่ยนชื่อจาก วิทยาลัยครูเป็นสถาบันราชภัฏเลยในปี พ.ศ. 2538 เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาระดับอุดมศึกษาและวิชาชีพชั้นสูง ทำการวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตรายการและส่งเสริมวิทยฐานะครู

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้วางแนวนโยบายในการพัฒนาองค์กรเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จสู่ตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ รวมไปถึงปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยนั้นมีทั้งหมด 38 แห่ง ครอบคลุมทั่วทุกภาคภายในประเทศ โดยควบคุมบริหารจากองค์การบริหารส่วนกลางเพียงแห่งเดียว ถึงแม้ว่าต่อมาจะแยกมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งออกเป็นเอกเทศ มีการจัดตั้งองค์การบริหารงานตนเอง (เปลี่ยนตามระบบการบริหารงานจากสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏ) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยก็ยังไม่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอื่นอย่างชัดเจนเท่าใดนัก โดยเฉพาะด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งหน่วยงานราชการส่วนมากมักจะมียุทธศาสตร์แบบสถาปัตยกรรมที่คล้ายคลึงกัน และไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องสถาปัตยกรรมภายในที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ขององค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อในด้านต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารที่ ความเป็นปึกแผ่นมั่นคงขององค์กร รวมถึงความน่าเชื่อถือต่อประชาชน

“อัตลักษณ์ขององค์กรจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลยอีกทางหนึ่ง”

จากวิสัยทัศน์มหาวิทยาลัย ว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนา

ท้องถิ่นสู่สากล” ซึ่งการพัฒนาท้องถิ่นสู่สากลนั้น กล่าวคือ เป็นการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์บนพื้นฐานความเป็นจริงของท้องถิ่นหรือพื้นที่ เคารพและเห็นถึงคุณค่าต่อสิ่งนั้น จึงเป็นประเด็นให้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อการพัฒนาองค์กรส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดความน่าเชื่อถือ

ดังนั้นควรมีการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงลักษณะอันเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และนำอัตลักษณ์นั้นมาเสนอ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมกายภาพที่สะท้อนอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยต่อไปในอนาคต โดยนิยามศัพท์เฉพาะของการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน (Interior Environment Design) ในงานวิจัยนี้หมายถึง การออกแบบลักษณะบรรยากาศภายในอาคารโดยนัยออกแบบเป็นผู้สร้างขึ้น อันประกอบด้วย การจัดวางพื้นที่ สี เครื่องเรือน และผิวสัมผัส

ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารจากวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้มีความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ประวัติการก่อตั้ง วัตถุประสงค์ เป้าหมายพันธกิจของหน่วยงาน แผนนโยบายในอนาคตของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยจะทำการสำรวจรายละเอียดลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพปัจจุบัน และรูปแบบสถาปัตยกรรม เพื่อค้นหาอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่แสดงถึงตัวตนมีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์จดจำ พื้นที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ถนนเลย-เชียงคาน อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย

ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่อัตลักษณ์ให้สมาชิกภายในองค์กรรับรู้และเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจะใช้อาคารที่มีความสำคัญและเป็นจุดศูนย์รวมมาเป็นตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อที่ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยจะวิเคราะห์จากข้อมูลดังที่กล่าวไว้ข้างต้น



ภาพที่ 1 แสดงภาพแผนที่ภูมิศาสตร์แสดงอาณาเขตมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ที่มา: สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps> เพิ่มเติมโดยผู้วิจัยอ้างอิงตามแผนที่มหาวิทยาลัยที่ปรากฏในคู่มือนักศึกษา, 2556

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
2. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กร

“Corporate Identity (CI)” หรือที่แปลเป็นภาษาไทยว่า “อัตลักษณ์องค์กร” นั้นเป็นรูปธรรม เราสามารถสัมผัสได้จากสิ่งของในชีวิตประจำวัน เช่น นามบัตร หัวจดหมาย ถุงใส่ของ หรืออื่นๆ ที่มีโลโก้หรือสัญลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ร่วมอยู่ด้วย ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการใช้งานระบบอัตลักษณ์ขององค์กรนั้นแทบทั้งหมด มนุษย์เราโดยเฉพาะสังคมเมือง มักจะได้สัมผัสถึง “อัตลักษณ์องค์กร” อันหลากหลายอย่างอยู่ทุกวันจนเกิดการยอมรับและเชื่อถือองค์กรหรือบุคคลนั้นไปโดยไม่รู้ตัว การที่องค์กรจะได้มาด้วยภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากองค์กรอื่นแล้ว นอกจากจะมีระบบงานบริหารที่ดีและบุคลากรที่มีคุณภาพแล้ว สภาพแวดล้อมขององค์กรก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรได้ (สุมิตรรา, 2547: 5-13)

องค์กรเปรียบได้กับมนุษย์ ซึ่งต่างมีบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกัน มีคุณสมบัติเฉพาะตัวและมีประวัติความเป็นมาอันน่าภาคภูมิใจที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับองค์กรที่ล้วนมีความแตกต่างกันทั้งสิ้น ดังนั้นการที่บุคคลทั่วไปจะได้มีโอกาสรับรู้และเข้าใจถึงองค์กรนั้น จึงต้องอาศัยการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และแสดงถึงภาพลักษณ์ (Image) ขององค์กรนั้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจอธิบายเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้นได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Image) คือ “ภาพ” ที่บุคคลทั่วไปหรือที่อยู่นอกองค์กรเข้าใจว่าองค์กรนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งแตกต่างจาก “อัตลักษณ์องค์กร” (Corporate Identity) ที่หมายถึง การสะท้อนภาพที่องค์กรนั้นเป็นจากมุมมองของคนในองค์กรนั้นๆ นำเสนอต่อสังคมเพื่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งอัตลักษณ์องค์กรจะต้องมีความชัดเจน ไม่ใช่เป็นเพียงคำขวัญ (Slogan) แต่จะต้องเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มองเห็นจริงและเป็นที่ยอมรับในสังคม อันเป็นพื้นฐานการกำหนดรูปแบบองค์กร อาคารสำนักงาน ห้องจัดแสดง

อย่างไรก็ตามการแสดงความเป็นอัตลักษณ์องค์กรอาจสื่อออกมาได้หลายรูปแบบ เช่น สี ชื่อ สัญลักษณ์ หรือลักษณะอันเป็นความเฉพาะตัวขององค์กรนั้นๆ ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่สร้างกรอบให้กับองค์กร รวมทั้งสร้างความภักดีให้เกิดแก่องค์กรอีกด้วย (Nzpoles, 1988: 19-20 อ้างในสุมิตรรา, 2547: 25)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า *อัตลักษณ์องค์กร คือ การสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรออกมาเป็นรูปธรรม มองเห็นด้วยตาอย่างชัดเจนและสามารถสัมผัสจับต้องได้*

จากการศึกษาแนวคิดของอัตลักษณ์องค์กร ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าตัวตนขององค์กรหรืออัตลักษณ์องค์กรไม่ใช่เพียงต้องตอบตัวเองให้ได้ว่า ตัวเราเป็นใคร “who am I ?” (จุฑาพรรธ, 2550: 3) เพราะคำตอบคงไม่ได้มาจากพื้นฐานความเข้าใจที่เรามีต่อตัวเราในเรื่องของชื่อหรือรูปแบบการบริการเพียงเท่านั้น แต่คำตอบยังรวมถึงประเด็นต่างๆ ที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรซึ่งมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมตัวตนขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลทางวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และสภาพแวดล้อมก็มีผลด้วยเช่นกัน ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์องค์กร

ดังนั้นคำว่า “อัตลักษณ์องค์กร” ในความเห็นของผู้วิจัยคือ *ภาพลักษณ์ตัวตนขององค์กรที่สมาชิกภายในรับรู้จนเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ซึ่งก่อรูปมาจากประวัติศาสตร์ขององค์กร ความเชื่อ ปรัชญา บุคลากร บุคลิกภาพของผู้ผู้นำ คุณค่าทางวัฒนธรรม*

อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์องค์กรก็ยังมีลักษณะสำคัญแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจก (เฉพาะตัว) กับสังคม เสมือนเป็นกระจกเงาที่สะท้อนซึ่งกันและกัน จึงอาจสรุปได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรนั้นมี 2 มิติ นั่นคือ “มิติอัตลักษณ์เดี่ยว” และ “มิติอัตลักษณ์ร่วม” ที่เกี่ยวพันเชื่อมโยงกันในสังคมตลอดเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร หรือ Corporate Culture เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ในทุกองค์กร อาจเกิดจากการตั้งใจสร้างขึ้นเองโดยผู้บริหารเพื่อความค่านิยม ปรัชญา ความเชื่ออันดีงามแก่องค์กร หรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่สั่งสมจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งตัวบุคคล กลุ่มคนที่มีอิทธิพลบางกลุ่ม ประเพณีความเชื่อที่ปฏิบัติต่อกันมา ทั้งนี้วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีทั้งวัฒนธรรมดีและวัฒนธรรมที่ไม่ดี ซึ่งวัฒนธรรมที่ไม่ดีนั้น มักเติบโตได้เร็วและมีอิทธิพลต่อคนในองค์กรมากกว่าวัฒนธรรมดี (ณรงศ์วิทย์, 2553: 23) ซึ่งถ้าวัฒนธรรมที่ไม่ดีคงอยู่มาเนิ่นนานอาจกลายเป็นอุปสรรคขัดขวางการพัฒนาองค์กรอย่างมาก เพราะยากที่จะถอนรากหรือเปลี่ยนแปลงได้

จากทฤษฎีองค์กรทำให้เห็นค่านิยม และบรรทัดฐานที่คนในองค์กรยึดถือร่วมกันไม่ว่าองค์กรจะมีรูปแบบเป็นอย่างไร หรือมีสภาพแวดล้อมทางสังคมแบบใดก็ตาม สิ่งสมมติเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวขององค์กรนั้นๆ เปรียบเสมือนปัจจัยสำคัญและเป็นศูนย์รวมแนวทางการทำงาน แนวคิดและทัศนคติของสมาชิกให้ไปสู่ทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน เสริมภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่น่าจดจำและตอกย้ำหัวใจขององค์กร

ดังนั้น “วัฒนธรรมจึงมีคุณค่าต่อองค์กรหนึ่งๆ เป็นอย่างมาก เพราะตัวกำหนดพฤติกรรมและบรรทัดฐานสมาชิกในองค์กรให้คล้ายคลึงกัน” (มาฆะ, 2554: 46.)

โดยความหมายของวัฒนธรรมองค์กรนั้น กล่าวตามการวิเคราะห์ของผู้วิจัยได้ว่า

“วัฒนธรรมองค์กร คือ ค่านิยมความเชื่อ ความเข้าใจและบรรทัดฐานร่วมกันของคนในองค์กร ซึ่งมีลักษณะเด่นที่ช่วยยึดเหนี่ยวระหว่างกัน สืบทอดต่อกันให้แก่สมาชิกผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ ก่อให้เกิดเป็นความหมายที่คนในองค์กรสามารถเข้าใจได้ตรงกัน”

แต่อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมองค์กรที่เกิดขึ้นนั้นมีทั้งวัฒนธรรมที่ดีและวัฒนธรรมที่ไม่ดี โดยส่วนมากแล้ววัฒนธรรมที่ไม่ดีมักมีอิทธิพลต่อคนในองค์กรมากกว่า การรักษา หรือปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรบางอย่าง ให้เหมาะสมตามยุคสมัยย่อมเป็นสิ่งสำคัญที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ นอกจากวัฒนธรรมที่ดีและวัฒนธรรมที่ไม่ดีที่เกิดขึ้นในองค์กรแล้ว ยังสามารถแบ่งลักษณะวัฒนธรรมองค์กรได้ 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมที่เข้มแข็ง และ วัฒนธรรมที่อ่อนแอ

ซึ่งไม่ว่าวัฒนธรรมองค์กรจะเข้มแข็งหรืออ่อนแอ ล้วนแต่ขึ้นอยู่กับระดับของการเห็นพ้องต้องกัน (Consensus หรือ Agreement) การยึดเหนี่ยวกัน (Cohesiveness) และการผูกพัน (Commitment) ของสมาชิกต่อวัฒนธรรมองค์กรนั้นๆ ด้วย (สุพานี, 2552: 411) และวัฒนธรรมองค์กรนั้นไม่ใช่สิ่งที่ผิดหรือถูก แต่เป็นสิ่งที่ดำรงอยู่และฝังรากลึกในองค์กรมาอย่างยาวนาน ช่วยให้สมาชิกขององค์กรเกิดความผูกพันอย่างเหนียวแน่น ลดความกำกวมในการปฏิบัติตนและปฏิบัติงานของสมาชิก และสร้างความแตกต่างระหว่างองค์กรใดองค์กรหนึ่งให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน

การออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน แม้จะถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ แต่ไม่ใช่มนุษย์ทุกคนที่จะเข้าใจหรือต้องการสิ่งนั้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมการดำรงชีวิต วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น สภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์หรือศาสนาและความเชื่อ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อรูปแบบการออกแบบสภาพแวดล้อมแทบทั้งสิ้น

การศึกษาให้เข้าใจถึงรากเหง้าของสิ่งต่างๆ รวมถึงธรรมชาติของสิ่งที่พบทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตอย่างถ่องแท้ เป็นพื้นฐานหลักสำคัญในการออกแบบหรือพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นสิ่งที่ควรคำนึงคือการไม่ทำลายอารยธรรมเก่าหรือวัฒนธรรมเดิม การออกแบบจึงจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมนั้นได้ ดังนั้นการออกแบบสภาพแวดล้อมจึงได้ถูกกำหนดให้เป็นสถาปัตยกรรมที่ประกอบด้วยวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์และศิลปศาสตร์ นอกเหนือจากนี้ยังรวมถึงศาสตร์ด้านนิเวศวิทยาเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรด้วย ทั้งนี้ Dober (1975) (อ้างในจันทน์, 2545: 2) มองอีกแนวทางหนึ่งว่า การออกแบบสภาพแวดล้อมเป็นลักษณะขององค์รวม และให้ความหมายของการออกแบบสภาพแวดล้อมไว้ว่า

“เป็นศิลปะที่ยิ่งใหญ่กว่าสถาปัตยกรรม มีความซับซ้อนมากกว่าการวางผัง และมีความรู้สึกตอบสนองมากกว่าวิศวกรรม” ซึ่งเป็นการออกแบบที่เชื่อมโยงความสามารถมนุษย์กับประโยชน์ใช้สอย ด้วยการสร้างองค์ประกอบทางการมองเห็น เพื่อสร้างคุณค่า ความประทับใจ รวมถึงความสวยงามให้กับพื้นที่ โดยเน้นที่พื้นฐานทางสังคมนั้นเป็นหลักในการออกแบบ

ดังนั้นความหมายของการออกแบบสภาพแวดล้อมในความคิดเห็นของผู้วิจัย คือ

“การออกแบบสิ่งและสถานที่ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการมนุษย์ โดยเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพจิตภาพของมนุษย์ และกายภาพของวัตถุ นำมาก่อสร้างเป็นสภาพแวดล้อมภายใต้สังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ” โดยนำเอาองค์ประกอบทางกายภาพมาพิจารณาร่วมด้วยเพื่อให้เกิดความงาม สอดคล้องกลมกลืนเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ซึ่งได้แก่

- การจัดวางพื้นที่ (Space Planning) เป็นการกำหนดพื้นที่ในออกแบบโดยอ้างอิงข้อมูลจากวิถีชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน รูปแบบกิจกรรม รวมถึงสภาพสังคมขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมของแต่ละที่

- สี (Color) องค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งในงานออกแบบ หากใช้ได้เหมาะสมจะช่วยให้การออกแบบสมบูรณ์ขึ้น ซึ่งแต่ละสีก่อให้เกิดความรู้สึกทั้งด้านอารมณ์และจิตใจได้หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่และสีที่ใช้โดยทุกสิ่งมีความหมายเฉพาะตัว และอาจเปลี่ยนแปลงตามพื้นถิ่นหรือวัฒนธรรม

- เครื่องเรือน (Furniture) เป็นผลผลิตที่เกิดจากการออกแบบทางด้านศิลปะประดับตกแต่ง อาจมีความหมายในทางเชิงสัญลักษณ์หรือทางด้านศาสนา นอกจากจะถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยแล้ว เครื่องเรือนยังจัดว่าเป็นส่วนเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสถาปัตยกรรม (สุรกันต์, 2550: 80)

- ผิวสัมผัส (Texture) ในงานออกแบบมีการใช้พื้นผิวทั้งจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์ ซึ่งมีลักษณะสัมผัสที่แตกต่างกัน พื้นผิวเรียบและขรุขระก็ให้ความรู้สึกต่างกัน เช่น พื้นผิวเรียบให้ความรู้สึกลื่น คล่องตัว ส่วนพื้นผิวขรุขระ หยาดให้ความรู้สึกแข็งแรง มั่นคง การเลือกใช้พื้นผิวในงานออกแบบ นอกจากจะพิจารณาถึงความเหมาะสมกับหน้าที่ ยังต้องทำให้เกิดคุณค่าทางความงาม กลมกลืนกับภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมด้วย

ดังนั้น การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในในงานวิจัยนี้ ก็คือการออกแบบเพื่อจัดและตกแต่งภายในอาคารสถานที่ ตั้งแต่การจัดวางพื้นที่ การวางผังและรูปแบบเครื่องเรือน การเลือกวัสดุตกแต่ง และการกำหนดสี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ขององค์กรและความสวยงามภายในอาคาร

วิธีการดำเนินงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งเป็นได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มบุคลากร จำนวน 15 คน จากตำแหน่งงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ 2. นักศึกษา

ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นนักศึกษาภาคปกติ ศูนย์เลย จำนวน 367 คน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ R.V.Krejcie และ D.W.Morgane จากนักศึกษา 5 คณะ ได้แก่ คณะครุศาสตร์ 91 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 89 คน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 84 คน คณะวิทยาการจัดการ 85 คน และคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 18 คน 3.กลุ่มบุคคลภายนอกทั่วไป (ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย) จำนวน 10 คน แบ่งเป็น ศิษย์เก่าช่วงที่ 1 การก่อตั้ง พ.ศ. 2519-2537 จำนวน 3 คน ศิษย์เก่าช่วงที่ 2 ยกฐานะ พ.ศ. 2538-2546 จำนวน 3 คน และศิษย์เก่าช่วงที่ 3 ได้รับพระราชทานชื่อใหม่ พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเพื่อหาข้อมูลเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือ 2 แบบ ดังต่อไปนี้

- แบบที่ 1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลจากแนวคิดต่างๆ ดังที่ได้อ้างอิงไว้ในบทที่ 2 ซึ่งได้มาจากหนังสือ งานวิจัย บทความ เอกสารตีพิมพ์เผยแพร่ แผนที่ และบทความผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

- แบบที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการสัมภาษณ์นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เช่น ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม อัตลักษณ์ทางสัญลักษณ์ สภาพแวดล้อมจากอดีตจนถึงปัจจุบันของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านทัศนคติและความคิดเห็น

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเพื่อหาข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรมาประยุกต์เพื่อใช้เป็นหลักเกณฑ์การคัดเลือกอัตลักษณ์ ดังต่อไปนี้

1. เกณฑ์ด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร
2. เกณฑ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม
3. เกณฑ์ด้านสัญลักษณ์
4. เกณฑ์ด้านประเพณีและวัฒนธรรม

โดยหลักเกณฑ์ข้างต้นจะนำมาใช้พิจารณา ร่วมกับการกำหนดขอบเขตคำถาม ให้มีสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย เพื่อสร้างแบบสอบถามฉบับร่างและนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว นำไปทดลองใช้กับ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 20 ชุด

จากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามฉบับร่างภายหลังการนำไปทดลองใช้ โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.83 ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ปรากฏผลได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.410-0.821

ผู้วิจัยจึงจะทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมตามผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกก่อนนำไปใช้จริง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในมุมมองของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและนักศึกษา โดยใช้หลักเกณฑ์คัดเลือกอัตลักษณ์ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นเป็นตัวกำหนดค่าอัตลักษณ์ ลักษณะ

เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีหลักในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ
ลิเคิร์ท (Likert) ดังนี้ (ธานีรินทร์, 2557: 77)

ระดับความเป็นอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	ค่าน้ำหนักคะแนนตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด
(Open-Ended)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบ
รายการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย 15 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และนักศึกษา 367 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified
sampling) ได้รับกลับคืน จำนวน 382 ชุด คิดเป็น 100% โดยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงระหว่าง
วันที่ 25 เมษายน 2560 ถึงวันที่ 28 เมษายน 2560

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งตามวิธีการเก็บข้อมูล 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากบทสัมภาษณ์นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิด้านทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเลย และจากการสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม บริบททางสังคม จะใช้วิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลและ
นำเสนอในรูปแบบการเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากแบบสอบถาม ในมุมมองของนักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และบุคลากรภายนอกทั่วไปที่เกี่ยวกับ
อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จะใช้วิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ ข้อมูล (Content Analysis) เช่น ค่าเฉลี่ย
(Mean : $\bar{X}$) ค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

ส่วนที่ 3 สังเคราะห์ผล

นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาสังเคราะห์และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผลและผล เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการ
ออกแบบสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่สะท้อนอัตลักษณ์ โดยใช้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย
เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความเป็นอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 5.00-4.50	แปลว่า มีความเป็นอัตลักษณ์มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 4.49-3.50	แปลว่า มีความเป็นอัตลักษณ์มาก
คะแนนเฉลี่ย 3.49-2.50	แปลว่า มีความเป็นอัตลักษณ์ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 2.49-1.50	แปลว่า มีความเป็นอัตลักษณ์น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.49-1.00	แปลว่า มีความเป็นอัตลักษณ์น้อยที่สุด

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้วิจัยจะคิดคะแนนรวมแต่ละชนิดของอัตลักษณ์ สมมติว่าชนิดของอัตลักษณ์ใดมีระดับคะแนนอยู่ในเกณฑ์ความเป็นอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมากที่สุด จะถือว่าชนิดของอัตลักษณ์นั้นเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผลการศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ

- จากการสัมภาษณ์นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านให้ความเห็นตรงกันในประเด็นความภาคภูมิใจในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ว่าเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น พัฒนาชุมชนทั้งด้าน การท่องเที่ยว การเกษตร อาหาร การค้า
- จุดแข็งของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ การช่วยเหลือชุมชน และงานวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่น
- สภาพสังคมระหว่างอาจารย์-นักศึกษา นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ใน 3 ให้ความเห็นตรงกันคือ เป็นแบบเฉพาะกลุ่มบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอายุของอาจารย์ ซึ่งอายุมีผลต่อความใกล้ชิด ทั้งนี้ นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิยังให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ในอดีตครูกับนักเรียนมีความใกล้ชิดเนื่องจากนักเรียนมีจำนวนน้อย แต่ในปัจจุบันนักศึกษาเพิ่มขึ้นทำให้สภาพสังคมระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาห่างกัน
- ความหมายของสีฟ้า-ชมพู ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ใน 3 ให้ความเห็นว่า สีฟ้า มาจากสีของตราประจำจังหวัดเลย หมายถึงความสามัคคี ส่วนสีชมพู เป็นสีแห่งความรัก ความประนีประนอม อาจมีที่มาจากพระธาตุสีสองรัก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งมิตรระภาพ แต่นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิแย้งว่า ที่มาของสีชมพู ไม่ใช่พระธาตุสีสองรัก เพราะตามความเชื่อตัวแทนสีพระธาตุสีสองรักคือสีขาว จะไม่ใช่สีแดงแม้จะผสมสีขาวให้เป็นสีชมพูแล้วก็ตาม
- ความหมายของต้นจันทน์ผา ซึ่งเป็นต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นตรงกันว่า เป็นสัญลักษณ์แห่งความอดทน แข็งแกร่ง นั้นเพราะต้นจันทน์ผาเป็นต้นไม้หายาก ขึ้นตามหน้าผาสูงชันหินปูน เต็มโตช้า เปรียบเสมือนการเรียนของนักศึกษาที่ค่อยๆ เติบโต พัฒนามาอย่างมั่นคงแข็งแรง
- นิยามความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในความเห็นของนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน คือ **“มหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น”**

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาภาคปกติ ศูนย์เลย จำนวน 367 คน และบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 15 คน รวม 382 คน

ระดับความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามทัศนคตินักศึกษาและบุคลากร แบ่งจากหลักเกณฑ์การคัดเลือกอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

- เกณฑ์ด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร คือ รูปแบบขององค์กรจะเป็นตัวกำหนดการจัดวางพื้นที่ (Space Planning)
 - เกณฑ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม คือ สภาพทางสังคมของกลุ่มบุคคลจะกำหนดรูปแบบของเครื่องเรือนเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะผู้ใช้งาน และพื้นที่ที่ใช้งาน
 - เกณฑ์ด้านสัญลักษณ์ คือ รูปแบบสัญลักษณ์จะสื่อโดยการสีเป็นตัวกำหนด
 - เกณฑ์ด้านพิธีกรรมและวัฒนธรรม คือ จะสื่อผ่านทางผิวสัมผัส (Texture)
- โดยจะแสดงเป็นตารางรวมผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอัตลักษณ์ของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	$\bar{X}$	S.D.
คำว่า “คนของพระราชา ข้าของแผ่นดิน”	4.27	0.81
คำว่า “มหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการเรียนรู้ พัฒนาท้องถิ่นสู่สากล”	3.70	0.84
คำว่า “ทุ่งชุมทอง”	4.15	0.81
อาคารศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเลย	3.60	0.82
อาคารวิทยุการ	3.66	0.82
ความเป็นท้องถิ่นไทยเลย	4.16	0.88
ตราพระลัญจกร	3.93	0.80
ดอกจันทรีผา	4.23	0.83
สีฟ้า-ชมพู	4.22	0.82
ศาลเจ้าปู่	3.85	1.02
พิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจกรและถวายสัตย์ปฏิญาณตน	4.46	0.74
กิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่น	3.80	0.79
ไทรราชภัฏเลยบันเทิงศิลป์	3.64	0.99

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามทัศนคตินักศึกษาและบุคลากร เกณฑ์ด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร โดยคำว่า “คนของพระราชา ข้าของแผ่นดิน” อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เกณฑ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม คือ ความเป็นท้องถิ่นไทยเลย อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เกณฑ์ด้านสัญลักษณ์ คือ ดอกจันทรีผา อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเกณฑ์ด้านพิธีกรรมและวัฒนธรรม คือ พิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจกรและถวายสัตย์ปฏิญาณตน อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.39-4.46 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามทัศนคตินักศึกษาและบุคลากร อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มากที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ระดับความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามทัศนคตินักศึกษาและบุคลากร แบ่งจากหลักเกณฑ์การคัดเลือกอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

เกณฑ์ด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.70-4.27 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 คำว่า “คนของพระราชา ข้าของแผ่นดิน” ($\bar{X}$ = 4.27)

ลำดับที่ 2 คำว่า “ทุ่งชุมทอง” ($\bar{X}$ = 4.15)

ลำดับที่ 3 คำว่า “มหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการเรียนรู้ พัฒนาท้องถิ่นสู่สากล” ($\bar{X}$ = 3.70)

เกณฑ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.39-4.16 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความเป็นท้องถิ่นไทยเลย ($\bar{X}$ = 4.16)

ลำดับที่ 2 อาคารวิทยุการ ($\bar{X}$ = 3.66)

ลำดับที่ 3 อาคารศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเลย ($\bar{X}$ = 3.39)

เกณฑ์ด้านสัญลักษณ์ อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.48-4.23 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 ดอกจันทร์ผา ($\bar{X} = 4.23$)

ลำดับที่ 2 สีฟ้า-ชมพู ($\bar{X} = 4.22$)

ลำดับที่ 3 ตราพระลัญจกร ($\bar{X} = 3.93$)

ลำดับที่ 4 ศาลเจ้าปู่ ($\bar{X} = 3.48$)

เกณฑ์ด้านพิธีกรรมและวัฒนธรรม อยู่ในระดับความเป็นอัตลักษณ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.64-4.46 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 พิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจกรและถวายสัตย์ปฏิญาณตน ($\bar{X} = 4.46$)

ลำดับที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.80$)

ลำดับที่ 3 ไทราชภัฏเลยบันเทิงศิลป์ ($\bar{X} = 3.64$)

ระดับความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามทัศนคตินักศึกษาและบุคลากร อยู่ในระดับความเห็นเป็นอัตลักษณ์น้อยและน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เกี่ยวกับข้อคิดเห็นด้านอัตลักษณ์และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้ตอบ/ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	335	87.70
ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	47	12.30
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 382 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นด้านอัตลักษณ์และข้อเสนอแนะอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.70 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 12.30

ซึ่งความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อคิดเห็นด้านอัตลักษณ์และข้อเสนอแนะอื่นๆ มีรายละเอียดแสดงเป็นค่าความถี่และร้อยละ จำแนกเป็นข้อๆ ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับสิ่งที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สิ่งที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	ค่าความถี่	ร้อยละ
ภาษาเลย	202	60.31
ดอกจันทร์ผา	51	15.22
บรรยากาศ (ทะเลหมอก)	23	6.86
เครื่องแบบนักศึกษาและตราสัญลักษณ์	16	4.78
อาคารศูนย์วัฒนธรรม	12	3.58
อื่นๆ	27	8.06
ไม่มี	4	1.19
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มากที่สุด ได้แก่ ภาษาเลย คิดเป็นร้อยละ 60.31 รองลงมา ได้แก่ ดอกจันทร์ผา คิดเป็นร้อยละ 15.22 และน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่มีสิ่งทีแสดงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย คิดเป็นร้อยละ 1.19

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับอาคารในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความสำคัญและทรงคุณค่า

อาคารในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความสำคัญและทรงคุณค่า	ค่าความถี่	ร้อยละ
อาคารวิทยุการ	137	40.9
อาคาร 18 (ตึกเรียนรวม 8 ชั้น)	45	13.43
ตึก 2 คณะครุศาสตร์	43	12.83
ไม่มี	36	10.75
หอประชุมชุมทองวิไล	20	5.97
ตึก 3 คณะวิทยาศาสตร์	18	5.37
อื่นๆ	36	10.75
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอาคารในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความสำคัญและทรงคุณค่า มากที่สุด ได้แก่ อาคารวิทยุการ คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมา ได้แก่ อาคาร 18 (ตึกเรียนรวม 8 ชั้น) คิดเป็นร้อยละ 13.43 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับชื่อเรียกอย่างไม่เป็นทางการที่เป็นที่รู้จักกันภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ชื่อเรียกอย่างไม่เป็นทางการ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ไม่มี	122	36.42
ม.เลย	76	22.69
ราชภัฏเลย	58	17.31
วค.(วิทยาลัยครูเลย)	53	15.82
มหาวิทยาลัยโนน่านหมอก	26	7.76
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชื่อเรียกอย่างไม่เป็นทางการที่เป็นที่รู้จักกันภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มากที่สุด ได้แก่ ไม่มีชื่อ คิดเป็นร้อยละ 36.42 รองลงมา ได้แก่ ม.เลย คิดเป็นร้อยละ 22.69 ราชภัฏเลย คิดเป็นร้อยละ 17.31 วค.(วิทยาลัยครูเลย) คิดเป็นร้อยละ 15.82 และมหาวิทยาลัยโนน่านหมอก คิดเป็นร้อยละ 7.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่ออัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่ออัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	ค่าความถี่	ร้อยละ
ไม่มีข้อเสนอแนะ	312	93.14
อยากให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองและเห็นชัดเจน	14	4.18
อยากให้นักศึกษาแต่งชุดพื้นเมืองสัปดาห์ละครั้ง	5	1.49
อื่นๆ	4	1.19
รวม	335	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่ออัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มากที่สุด ได้แก่ ไม่มีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 93.14 รองลงมา ได้แก่ อยากให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองและเห็นชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 4.18 อยากให้นักศึกษาแต่งชุดพื้นเมืองสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.49 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.19 ตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

จำนวน 10 คนเกี่ยวกับบริบททางสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สิ่งที่แสดงถึงความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากบทสัมภาษณ์พบว่า 5 ใน 10 คน ให้ความเห็นตรงกัน คือ ความเป็นท้องถิ่น ความเป็นธรรมชาติ ผศ.ดร. ศักดินาภรณ์ นันท์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2560 ไว้ว่า “ความเป็นอิสระด้านวิชาการและเป็นคลังสมองของท้องถิ่น คือสิ่งที่บ่งบอกความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย”

บรรยากาศในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผู้ให้สัมภาษณ์ 6 ใน 10 คน ให้ความเห็นตรงกัน พบว่า บรรยากาศในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา มีความใกล้ชิด เป็นกันเอง มีความเป็นมิตรไมตรี ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า บรรยากาศระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาที่มีความใกล้ชิดพบได้เฉพาะกลุ่ม ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ ผศ.ภุชงค์ชัย ชลพัชรสิทธิ์กุล ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2560 ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ว่า “เมื่อยังเป็นวิทยาลัยครู ครูกับนักเรียนมีความสนิทสนมกัน เสมือนพี่น้อง สามัคคีกลมเกลียว เพราะมีจำนวนคนน้อย แต่ในปัจจุบันบรรยากาศระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาแตกต่างไปจากเดิมมาก แบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ 1. บรรยากาศแบบแม่-ลูก 2. บรรยากาศแบบแบ่งชนชั้น และ 3. บรรยากาศแบบกึ่งกลาง ซึ่งบรรยากาศแบบที่ 3 จะพบมากที่สุดภายในมหาวิทยาลัย”

วัสดุ พื้นผิว ลวดลาย ที่แสดงความเป็นท้องถิ่นในงานตกแต่ง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า ไม่มี ในมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์(ไม่ประสงค์เอ่ยนาม)บางส่วน มองว่ามหาวิทยาลัยควรมีวัสดุพื้นผิว ลวดลาย ที่แสดงความเป็นท้องถิ่นหรือการใช้สี จังหวะมาออกแบบงานตกแต่งเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์

สีที่เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัย จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดให้ความเห็นตรงกัน คือ สีฟ้า-ชมพู ดร.พยุพพร ศรีจันทร์พงษ์ ให้ความหมายเพิ่มเติมเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2560 ว่า “สีฟ้า มาจากธงประจำจังหวัดเลย ทะเลภูเขา สีของท้องฟ้า และสีชมพู คือความรัก ความสามัคคี”

ผู้ให้สัมภาษณ์ 6 ใน 10 คน ให้คำนิยามมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ว่า “มหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น” ผศ.ดร.ศักดินาภรณ์ นันท์ ให้คำนิยามเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2560 ไว้ว่า “Local University”

สรุปผลการศึกษาอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติ (SPSS) และจากการวิเคราะห์หัตถสัมผัสภาษาชน ทำให้สามารถกำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อที่ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย นั่นคือ “อาคารวิชาการ” คิดเป็นร้อยละ 40.9 จากผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับอาคารในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความสำคัญและทรงคุณค่า



ภาพที่ 2 แสดงภาพด้านหน้าอาคารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

อาคารวิชาการนับได้ว่าเป็นสถานที่ที่นัดพบปะพูดคุยกัน และเป็นศูนย์รวมความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ซึ่งประกอบไปด้วยกองพัฒนานักศึกษาและองค์การนักศึกษา ศูนย์อาหาร สหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัย พื้นที่สำหรับนั่งอ่านหนังสือ ด้านหน้าอาคารเป็นลานประกอบกิจกรรมของนักศึกษา เช่น โชว์เชียร์ การแสดงทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การแสดงสันตนาการต่างๆ ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย

และจากแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรนำมาประยุกต์ใช้เป็นหลักเกณฑ์ด้านอัตลักษณ์ แล้วใช้การวิเคราะห์ตีความเพื่อเชื่อมโยงถึงแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งสามารถสรุปแนวทางออกแบบสภาพแวดล้อมได้ดังนี้

- อัตลักษณ์ด้านประวัติความเป็นมาขององค์กร คือ “คนของพระราชา ข้าของแผ่นดิน” ($\bar{X} = 4.27$) ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการจัดวางพื้นที่จะเป็นแบบกึ่งทางการโดยอ้างอิงข้อมูลจากวิถีชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน รูปแบบกิจกรรม จำนวนสมาชิกกลุ่ม รวมถึงสภาพสังคมชนบทชนนิยม ดังนั้นลักษณะการจัดวางพื้นที่ควรแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ตามความต้องการการใช้พื้นที่ คือ โซนกลุ่มย่อย 2-4 คน โซนกลุ่มขนาดกลาง 4-6 คน และโซนกลุ่มขนาดใหญ่ 6-10 คน

- อัตลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม คือ ความเป็นท้องถิ่นไทยเลย ($\bar{X} = 4.16$) ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางออกแบบเครื่องเรือนเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะผู้ใช้งาน และพื้นที่ที่ใช้งาน จะมีลักษณะของความเป็นท้องถิ่นไทยเลย เครื่องเรือนเป็นวัสดุจากไม้ วัสดุเคลือบเงาชนิดด้านเพื่อคงสภาพผิวเนื้อไม้และง่ายต่อการบำรุงรักษา อีกทั้งยังเห็นลวดลายไม้อันเป็นธรรมชาติ โดยจะเป็นรูปแบบเครื่องเรือนท้องถิ่น หรือเครื่องเรือนแบบไม่เป็นทางการเน้นรูปแบบความเรียบง่าย

- อัตลักษณ์ด้านสัญลักษณ์ คือ ดอกจันทน์ผา ($\bar{X} = 4.23$) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสีชาว-ฟ้า-ชมพู โดยจะใช้โทนสีชาวของดอกจันทน์ผาเป็นสีหลักสำหรับ ผนัง พื้น และเพดาน อันมีความหมายโดยนัย คือ ความคิดอันบริสุทธิ์ของนักปราชญ์แห่ง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อาจนำลวดลายจากดอกจันทน์ผามาเป็นองค์ประกอบร่วมด้วย สีรองใช้ฟ้า-ชมพู ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย โดยใช้สีฟ้าในอัตรา 75-80% ต่อสีชมพู 20-25% สำหรับผนังด้านที่ต้องการเน้นให้เกิดความโดดเด่น

- อัตลักษณ์ด้านพิธีกรรมและวัฒนธรรม คือ พิธีอัญเชิญตราพระราชลัญจกรและถวายสัตย์ปฏิญาณตน ($\bar{X} = 4.46$) ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการออกแบบผิวสัมผัสจะเป็นลักษณะพื้นผิวเรียบด้าน เพื่อให้ความรู้สึกหนักแน่นของการปฏิญาณตนใช้กับผนัง เพดาน ประกอบกับพื้นผิวเรียบมันวาว ที่สื่อให้รู้สึกถึงความสง่า มีคุณค่าต่อพิธีกรรมสำคัญ ซึ่งวัสดุพื้นผิวมันวาวจะใช้ในการตกแต่งบางส่วนที่ต้องการดึงดูดความสนใจ อาจฉลุลวดลายเป็นตัวอักษรทับบนพื้นผิวลายไม้จริง แผ่นไม้จะตัดแบ่งเป็นสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนแล้วประกอบกันเป็นรูปดาว 6 แฉก อันสื่อถึงสัญลักษณ์ของดอกจันทน์ผา

กล่าวโดยสรุปแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในจะใช้แนวความคิดการออกแบบ คือ มหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น (Local University) โดยแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสู่ผ่านทางวัสดุพื้นถิ่นและการออกแบบตกแต่งให้มีความทันสมัย ความเป็นสากล และการพัฒนาท้องถิ่นสู่สากล ตามทัศนคติของผู้วิจัยอธิบายได้ว่าเป็นการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในให้มีความสมัยใหม่บนรากฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น เคารพคุณค่าต่อสิ่งที่มีอยู่เดิมและนำสิ่งนั้นมาประยุกต์ในการออกแบบให้สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม จับต้องสัมผัสได้ และสมาชิกภายในองค์กรเกิดความเข้าใจต่ออัตลักษณ์นั้นร่วมกันอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ในการสร้างอัตลักษณ์ในองค์กรหนึ่ง องค์กรต้องร่วมมือกันทุกภาคส่วนและเห็นถึงความสำคัญในอัตลักษณ์ สร้างความเป็นตัวตนขององค์กรให้เป็นหนึ่งเดียว และในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ขององค์กรเพื่อการออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย” นี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ฝ่ายบริหารควรส่งเสริมและพัฒนาอัตลักษณ์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่นักเรียนและผู้ประกอบการให้รู้จักและมีความเชื่อมั่นในสถาบันตามคำนิยามที่ว่า “มหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น”
2. จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นว่า การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักศึกษาอาจทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกคำถามการวิจัย ควรเป็นการระดมความคิดเห็นจากตัวแทนนักศึกษาแต่ละคณะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

เอกสารอ้างอิง

- จุฑาพรรธน์ ผดุงชีวิต. 2550. **วัฒนธรรมการสื่อสาร และอัตลักษณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทน์ เพชรานนท์. 2545. **การออกแบบสภาพแวดล้อม**. ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์. 2559. **อัตลักษณ์ในงานออกแบบ**. กรุงเทพฯ: พิมพ์สวย
- ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2553. **วัฒนธรรมองค์กร: คุณค่าที่หาซื้อไม่ได้ แต่สร้างได้**. นนทบุรี: โอติซี พรีเมียร์.

- บุรดิเยอ, ปิแยร์. 2550. **เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์**. ชนิตา เสงี่ยมไพศาลสุข (แปล). กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ดุสิต ทิพทัส. 2530. **หลักการเบื้องต้นในการจัดองค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรม**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ เรืองธรรม. 2556. **ทฤษฎีการออกแบบ**. นนทบุรี: อินทนิล.
- มาฆะ ภูจินดา. 2554. “รูปแบบนวัตกรรมสำหรับองค์กรสมัยใหม่”. **วารสารข้าราชการ**. 56(1): 46.
- ร็อบบิ้นส์, สตีเฟน. พี. 2548. **พฤติกรรมองค์กร**. รังสรรค์ ประเสริฐศรี (แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- สุพานี สฤณวานิช. 2552. **พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปทุมธานี: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. **การออกแบบอัตลักษณ์: Corporate Identity**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: คอร์ฟังก์ชั่น.
- สุรกันต์ รวยสูงเนิน. 2550. **การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในขั้นพื้นฐาน**. ขอนแก่น: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Ind, N. 2000. **The Corporate Brand**. New York: NYU Press.
- Nailya, G. B., Yuliya, N. G., and Oksana, V. 2015. “University management: from successful corporate culture to effective university branding”. **Procedia Economics and Finance**, 26(1): 764-768.
- Martina, P., Alzbeta, B., and Erika, S. 2015. “The Importance of Corporate Identity in Water Transportation Company”. **Procedia Economics and Finance**, 26(1): 286-291.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- สุชีพ วรรณสูตร. 2552. **แนวคิดอัตลักษณ์ Identity**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <http://sucheepost.blogspot.com/2009/05/identity.html>