



การออกแบบอัตลักษณ์เชิงเรขศิลป์ สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ

GRAPHIC IDENTITY DESIGN FOR RAJAMANGALA UNIVEST OF TECHNOLOGY EASTERN BANG PHRA AREA

เผ่าไท เมฆะราศี¹พนการ ภณณพงส์²ธนาวุฒิ ทองปลี³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 2) เพื่อกำหนดระบบค่าสีมาตรฐานสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อออกแบบคู่มือมาตรฐานการใช้งานอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ โดยการวิจัยในครั้งนี้ มีกระบวนการศึกษาวิจัยซึ่งแบ่งเป็น 3 ระยะดังนี้ ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลทางภาคเอกสาร ภาคสนาม เพื่อศึกษาสภาพปัญหา วิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กร โดยการประชุมแบบระดมความคิด ระยะที่ 2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบอัตลักษณ์ และระยะที่ 3 เป็นการนำผลสรุปข้อมูลที่ได้จากจากระยะที่ 1-2 มาวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อสร้างอัตลักษณ์องค์กร โดยผลการวิจัยในระยะที่ 1 จากการประชุมระดมความคิดพบว่า ปัญหาของตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาอังกฤษ ณ ปัจจุบันเป็นรูปแบบเดียวกันกับองค์กรอื่น จึงเกิดการสับสนในเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและไม่มีตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทย ที่ประชุมจึงมีมติให้ใช้อักษรย่อ ร.ม. ในภาษาไทย และใช้อักษรย่ออาร์ ยู โอ เค (R U O K) ในภาษาอังกฤษ รวมทั้ง เดิมมีการระบุสีประจำขององค์กรมีการซื้อสีไว้ 2 สี คือ สีน้ำเงินน้ำทะเล (Sea Blue) สีเทอร์ควอยซ์น้ำทะเล (Turquoise Sea) แต่ไม่มีระบบค่าสี หรือรหัสค่าสีที่ชัดเจน ที่ประชุมจึงมีมติใช้สีน้ำเงินน้ำทะเล (Sea Blue) รวมทั้งอัตลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร ประกอบได้ด้วย 1) อัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์ พบว่าเป็นมหาวิทยาลัย ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) และมีสถาบันวิจัยบัวที่โดดเด่น 2) อัตลักษณ์ด้านสังคม พบว่าองค์กรเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้เทคโนโลยี และ 3) ด้านอัตลักษณ์ด้านบุคคล คือ การผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ ในระยะที่ 2 จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบตราอัตลักษณ์องค์กร สรุปได้ว่า อัตลักษณ์เชิงเรขศิลป์มีความสำคัญต่อองค์กร ทางด้านการสื่อสาร และการสร้างความเชื่อมั่นน่าเชื่อถือ ควรมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นง่ายต่อการจดจำ ใช้หลักภาพแทนเชิงสัญลักษณ์มาประกอบ ในระยะที่ 3 เป็นการนำข้อมูลทั้ง 2 ระยะมาวิเคราะห์สรุปหาอัตลักษณ์ขององค์กร โดยสรุปได้ว่า ใช้การออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทยออกแบบจากรูปต้นแบบเข็มนาฬิกา (ร.ม.) ส่วนรูปแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาอังกฤษเป็นตัวอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ อาร์ ยู โอ เค (R U O K) เป็นรูปแบบที่ทันสมัยมีสัญลักษณ์ภาพแทนเชิงสัญลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อการสื่อสาร และการสร้างความเชื่อมั่นน่าเชื่อถือ ง่ายต่อการจดจำ และจากการสร้างระบบค่าสีมาตรฐาน

¹ สำนักงานวิทยาเขตจันทบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก² อาจารย์ ดร., สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก³ อาจารย์., คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก



ได้ระบบค่าสี 2 ระบบคือ ระบบสีสี่สีสิ่งพิมพ์ ซี เอ็ม วาย เค (C M Y K) และระบบสีจอแสดงผล (RGB) พร้อมคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์มาตรฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ

คำสำคัญ: การออกแบบอัตลักษณ์เชิงเรขาคณิต, องค์กรรมมหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เขตพื้นที่บางพระ

Abstract

The purposes of this study were to 1) design Thai and English abbreviated symbols, 2) set a system of standard colors used for designing advertisement and 3) design a standard manual of graphic identity used for Rajamangala University of Technology Taw-Ok Bang Phra Campus. Process of this study had been divided into 3 phases as following; 1st phase was to collect data from relevant documents, and brainstorming meeting in order to know inside and outside factors that could cause the problems. 2nd phase was to interview a specialist in designing graphic identity and 3rd phase was to analyze the result from 1st phase and 2nd phase to design graphic identity of the university. The results of the study from 1st phase revealed that a current English abbreviated symbol is similar to the symbol of other universities and this may create confusion among people and there is no Thai abbreviated symbol so the board announced to use an abbreviation รม in Thai and R U O K in English Moreover, There is no obvious color code for standard colors of the university that are Sea Blue color and Turquoise Sea color, so the board has a conclusion to use Sea Blue color. Remarkable identities of the university compose of 1) geographic identity which showed that the university is located in Eastern Economic Corridor (EEC) and has an outstanding Waterlily Institute 2) social identity which is a society of wisdom and technology and 3) personnel identity which is a university that create skilled students. The result of the study form 2nd phase revealed that after interviewing a specialist in designing graphic identity, he recommended that graphic identity design is very important for the image of the organization. To create the organization's trustworthiness, the graphic design should be unique and easy to understand and should use sign to create an identity. The result of the last phase revealed an analysis of 1st and 2nd phases to create the organization's identity. The conclusion was to use Thai abbreviated symbol from the pattern of university's brooch (รม) and English abbreviated symbol is capital letters R U.O K. Both symbols are modern and has an outstanding sign representation in order to build confidence,

and cognition. In addition, there are two type of standard color that are printed media color CMYK and multimedia color RGB, and there is a manual of standard identity of Rajamangala University of Technology Tawan-Ok Bang Phra Campus.

KEYWORDS: Graphic identity design, University organization, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok Bang Phra Campus

บทนำ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 นับตั้งแต่ปีก่อตั้งถึงปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนแปลงสถานะมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสถานะมีตั้งแต่วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัย และสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐบาล หรือที่เรียกว่ามหาวิทยาลัยนอกระบบ ซึ่ง ณ ปัจจุบันเกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเพิ่มขึ้นของสถาบันอุดมศึกษา อัตราการเกิดของประชากรไทยที่ลดน้อยลงจึงมีผลโดยตรงให้จำนวนนักศึกษาลดลงด้วย มหาวิทยาลัยต่างๆ พยายามหาวิธีดึงดูดให้นักศึกษาเข้ามาศึกษาในสถาบันของตนเพื่อให้เกิดรายได้ในการบริหารจัดการ โดยสถาบันระดับอุดมศึกษาของรัฐบาลออกนอกระบบราชการนั้น จะต้องมีการบริหารจัดการสถาบันเองให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากรัฐบาลจะสนับสนุนด้านงบประมาณให้น้อยลง

อัตลักษณ์เชิงเรขาคณิตเป็นส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารที่เป็นรูปธรรม การใช้เครื่องมือทางการตลาดเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ณ ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้มีการเติมโตทันสมัยอย่างรวดเร็ว การสื่อสารองค์กร จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์กร ด้วยช่องทางการติดต่อ สื่อสารที่มีจำนวนมาก รวดเร็ว และทันสมัย จะทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรตลอดจนกระทั่งภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กร สามารถถ่ายทอดออกไปสู่สาธารณะได้อย่างรวดเร็ว ลักษณะของอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและยังคงไว้ ซึ่งสั่งสมมาในช่วงระยะเวลาหนึ่งนั้นจึงเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะขององค์กร เป็นลักษณะที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ และเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ผ่านการวิเคราะห์มาจากภาพจำของสถานที่สำคัญต่าง ๆ ภายในองค์กร สภาพแวดล้อมทางสังคม กลายเป็นอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คำว่าอัตลักษณ์มีทั้งทางรูปธรรม นามธรรม การที่องค์กรใช้ต้นทุนภาพลักษณ์ที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอ และไม่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งควรต้องสร้าง หรือปรับปรุงภาพลักษณ์ขึ้นมาใหม่ให้ปรากฏชัดเจนยิ่งขึ้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องตามให้ทันต่อการพัฒนาขององค์ความรู้ใหม่ ๆ และการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่อยู่เสมอ ไม่ใช่แค่สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว แต่ยังต้องสื่อสารกันเองภายในองค์กร เนื่องจากเป็นรากฐานที่สำคัญต่อความเป็นเอกภาพขององค์กร



จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการออกแบบอัตลักษณ์เชิงเรขาคณิตเป็นการสร้างภาพแทนเชิงสัญลักษณ์ที่ประกอบการใช้ทฤษฎีการออกแบบ การตีความจากข้อมูลอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางรูปธรรมและนามธรรมขององค์กรรวมไว้ด้วยกัน โดยรวบรวมเป็นคู่มือ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในองค์กร และสร้างความเข้าใจในเชิงประจักษ์ที่โดดเด่นเป็นเอกภาพ รวมถึงความเชื่อมั่นภายในองค์กร และความเห็นพร้อมไปในทิศทางเดียวกัน ยกระดับจิตใจให้เข้าถึงความมีรสนิยม เป็นการสร้างมาตรฐานการใช้งานระบบอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นในองค์กร อีกทั้งเพื่อเป็นการสื่อสารสู่ภายนอก นำมาซึ่งความจำได้ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้มหาวิทยาลัยฯ จะเป็นที่ยอมรับ จดจำ คั่นเคยจากบุคคลภายนอก ชุมชน บุคคลทั่วไป ผู้ปกครอง นักเรียน หรือผู้ที่มีความต้องการจะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ถือเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ได้อย่างชัดเจนอีกด้วย จึงทำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ขึ้น

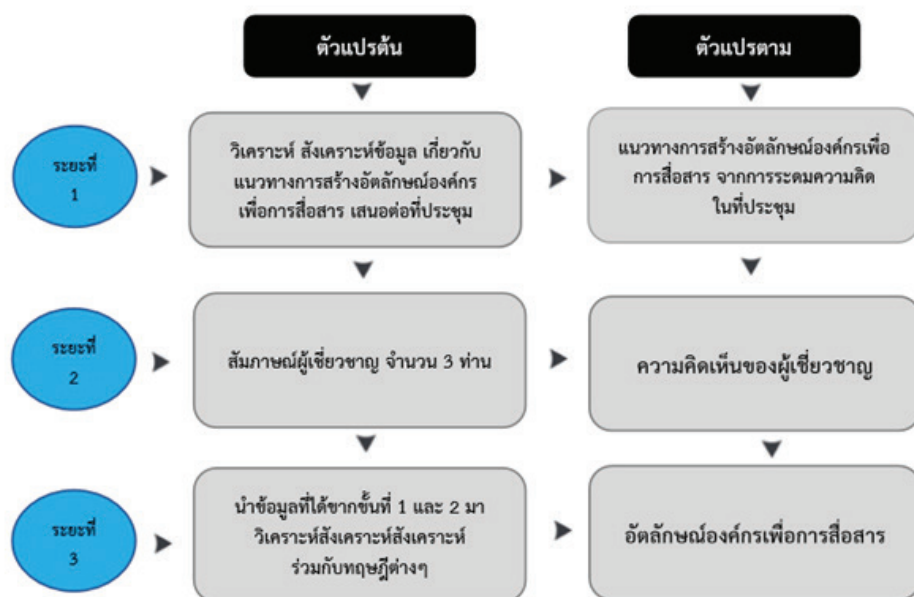
วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. เพื่อกำหนดระบบค่าสีมาตรฐานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ สำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
3. เพื่อออกแบบคู่มือมาตรฐานการใช้งานอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามกรอบแนวคิด มีกระบวนการศึกษาวิจัยเป็นแผนภูมิสรุปภาพรวมโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้





วิธีการดำเนินวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลภาคสนาม เพื่อทำความเข้าใจในความหมายของอัตลักษณ์ อัตลักษณ์องค์กร และข้อมูลอัตลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร การวิเคราะห์สภาพปัญหาวิจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กร เตรียมการประชุมแบบระดมความคิด โดยจากการศึกษาข้อมูลในระยะนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อในการศึกษาข้อมูล ดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของคำว่า อัตลักษณ์องค์กร (identity)
2. ข้อมูลอัตลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย อัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์, อัตลักษณ์ทางสังคม, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล โดยเป็นการจำแนกประเภทของอัตลักษณ์ทั้งทางรูปธรรมที่มองเห็นได้และทางนามธรรมที่มองไม่เห็น
3. วิเคราะห์สภาพปัญหาวิจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กร
4. จัดทำเอกสารการประกอบประชุมโดยมีการนำเสนอการวิเคราะห์ของผู้วิจัยลงในเอกสารการประชุม พร้อมแบบฟอร์มสรุปการประชุม

การศึกษาค้นคว้าในระยะแรกนี้ ผู้วิจัยยังได้รวบรวมข้อมูลภาคสนามในรูปแบบสัมภาษณ์กึ่งทางการ กับหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้งานของอัตลักษณ์องค์กร เพื่อเป็นอีกข้อมูลหนึ่งในการประชุมแบบระดมความคิด

ระยะที่ 2 เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อ ประกอบกับทฤษฎีความหมายของอัตลักษณ์, การออกแบบตรา



สัญลักษณ์, ทฤษฎีสัญวิทยา, ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ และการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์อักษรย่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จำนวน 4 เขตพื้นที่ เพื่อสร้างเป็นแบบฟอร์มการสัมภาษณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นการสัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์

ระยะที่ 3 นำข้อมูลจากการวิจัยทั้ง 2 ระยะมาวิเคราะห์สังเคราะห์สรุปหาแนวทางการออกแบบในระยะที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ประกอบกับทฤษฎีความหมายของสัญลักษณ์, การออกแบบตราสัญลักษณ์, ทฤษฎีสัญวิทยา, ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ มาทำการออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อบุคคลแบบใหม่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษตราสัญลักษณ์อักษรภาษาไทย รวมทั้งการวิเคราะห์ระบบค่าสีที่ใช้ในการสื่อสารและออกแบบรูปเล่มคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์องค์กร

ผลการศึกษา

จากการศึกษาตามกรอบแนวคิดและกระบวนการศึกษาวิจัยทั้ง 3 ระยะ พบว่า

ระยะที่ 1 ผลการประชุมแบบระดมความคิดพบว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระยังไม่มีตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทย และอักษรย่อภาษาอังกฤษ ปัจจุบัน ยังคงเป็นรูปแบบเดียวกันกับองค์กรอื่น จึงเกิดการสับสน ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลสรุปจากการประชุมมีมติให้ใช้อักษรย่อ (รม) ในภาษาไทยโดยปรับรูปแบบจากต้นแบบเข็มนาฬิกา (รม) และให้ใช้อักษรย่อ อาร์ ยู โอ เค (R U O K) ในภาษาอังกฤษ ส่วนการวิเคราะห์หาข้อมูลการระบุสีประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ พบว่ามีการระบุชื่อสีไว้ 2 สี คือ สีน้ำเงินน้ำทะเล (Sea Blue) และสีเทอร์ควอยซ์น้ำทะเล (Turquoise Sea) แต่ไม่มีระบบค่าสี หรือรหัสค่าสีที่ชัดเจน จึงเกิดการคลาดเคลื่อนในการสื่อสารและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ประชุมจึงมีมติให้ใช้การระบุชื่อ สีน้ำเงินน้ำทะเล (Sea Blue)

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ ทั้ง 3 ด้านที่มีความโดดเด่น เพื่อนำข้อมูลมาตีความบุคลิกภาพ โดยอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ได้แก่

1. อัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์ พบว่า เป็นมหาวิทยาลัยฯ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกและเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) และมีสถาบันวิจัยที่มีความโดดเด่น
2. อัตลักษณ์ด้านสังคม ซึ่งมีมหาวิทยาลัยฯ เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้เทคโนโลยี
3. อัตลักษณ์ด้านบุคคล คือ มหาวิทยาลัยฯ เน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ

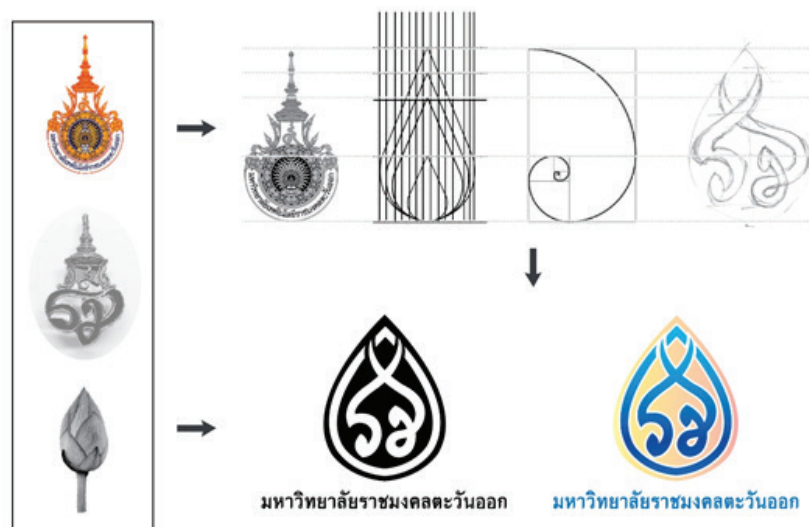
ระยะที่ 2 จากการสัมภาษณผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบอัตลักษณ์องค์กร จำนวน 3 ท่าน สรุปได้ว่าอัตลักษณ์เชิงศิลปมีความสำคัญต่อองค์กรทางด้านการสื่อสาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่น น่าเชื่อถือ ต้องเป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะตัวที่มีความโดดเด่น ง่ายต่อการจดจำ และควรใช้หลักภาพแทนเชิงสัญลักษณ์มาประกอบ

ระยะที่ 3 การออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทย (รม) เป็นการปรับรูปแบบจากต้นแบบเข็มราชมงคฺลฯ (รม) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบเข็มราชมงคฺลฯ (รม) และรูปทรงของพระราชลัญจกร ถอดรูปทรงออกมาเป็นสัดส่วนต้นแบบ ผู้วิจัยได้เทียบสัดส่วนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบ พบว่าสัดส่วนของสัญลักษณ์พระราชลัญจกร มีสัดส่วนที่คล้ายคลึงกับรูปทรงของดอกบัว ซึ่งมีความหมายแฝงที่ตรงกับอัตลักษณ์หลักขององค์กร ซึ่งมีสถาบันบัว เป็นสถาบันที่โดดเด่น และยังตรงกับทฤษฎีสัดส่วนทองคำ ผู้วิจัยจึงใช้สัดส่วนนี้เป็นต้นแบบ และเริ่มร่างแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อ (รม) จำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 เป็นรูปแบบที่เป็นลักษณะตัวอักษร ร และ ม และมีส่วนหางที่ไขว้กัน อยู่ในกรอบ รูปทรงดอกบัว

รูปแบบที่ 2 เป็นตัวอักษร ร และ ม ที่มีเส้นเชื่อมโยงกันในรูปทรงของดอกบัว

รูปแบบที่ 3 เป็นตัวอักษร ร และ ม ที่มีเส้นที่เชื่อมโยงกันในรูปทรงของดอกบัว ซึ่งเป็นลักษณะเหลี่ยมและกลมผสมกัน



ภาพที่ 2: แสดงกระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาไทย (รม)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ทั้ง 3 รูปแบบ และคัดเลือกเพื่อนำมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์จัดรวมเข้าภายในเล่มคู่มือการใช้อัตลักษณ์



ภาพที่ 3 : รูปแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาอังกฤษ (R U O K)

การออกแบบตราสัญลักษณ์อักษรย่อภาษาอังกฤษ (R U O K) ซึ่งเป็นอักษรย่อที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในที่ประชุม และได้รับการเห็นชอบ ณ ที่ประชุม ซึ่งเป็นสร้างค่านิยมขึ้นมาใหม่ให้ทันสมัย เป็นคำพ้องเสียงจากคำว่า (Are you okay ?) เพื่อง่ายต่อการจดจำ โดยอักษร อาร์ (R) ย่อมาจากคำว่า ราชมั่งคณา (Rajamangala) อักษร ยู (U) ย่อมาจากคำว่า ยูนิเวอร์ซิตี (University) และอักษร โอ เค (O K) ย่อมาจากคำว่า ตะวันออก (Tawan-Ok) ในส่วนรูปแบบตัวอักษรผู้วิจัยได้ทำการร่างตัวอักษรขึ้นมาใหม่ 3 รูปแบบ ดังนี้

แบบที่ 1 ออกแบบโดยใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ มีการเชื่อมตัวอักษรให้เกิดความต่อเนื่องของคำทำให้เข้าใจง่ายต่อการสื่อสารได้แนวคิดจากการหาข้อมูลของสัญลักษณ์อักษรย่อของมหาวิทยาลัยที่มีสัญลักษณ์อักษรย่อ จำนวน 4 เขตพื้นที่ ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบจะเน้นตัวอักษรพิมพ์ใหญ่

แบบที่ 2 ออกแบบโดยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ มีการใช้เส้นโค้งภายในอักษร (O) แทนสัญลักษณ์ของการขับเคลื่อน และการติดต่ออักษร (K) ให้เป็นรูปลูกศรแทนสัญลักษณ์ของการพุ่งเข้าหา ภาพรวมบ่งบอกถึงมีการเคลื่อนไหวและการขับเคลื่อนขององค์กรอยู่ตลอดเวลา

แบบที่ 3 ออกแบบโดยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ มีการใช้เส้นลักษณะปลายแหลมทางมุมด้านซ้าย พุ่งลงมาจากอักษร (O) แทนสัญลักษณ์ของคำพูดจากคำว่า “ โอ เค ” ซึ่งเป็นคำพ้องเสียง สัญลักษณ์ภายในคือดอกบัว และมีลายเส้นที่ตัดกันบ่งบอกถึงมีการเคลื่อนไหวหรือเคลื่อนที่

จากทั้งหมด 3 รูปแบบ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ และคัดเลือกเพื่อนำมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์จัดรวมเข้าภายในเล่มคู่มือการใช้อัตลักษณ์

การสร้างระบบค่าสีมาตรฐานเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลสี ได้ผลลัพธ์ คือ สีน้ำเงินน้ำทะเล (Sea Blue) ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลสีมาวิเคราะห์โดยนำค่าสีจากข้อมูลที่ได้มาใส่ในโปรแกรม

คอมพิวเตอร์ออกแบบพบว่า สีน้ำเงินน้ำทะเลระบบสีสื่อสิ่งพิมพ์ โดยจากข้อมูลเดิม รหัสค่าสีคือ ซี (C) ระดับค่าสี ร้อยละ 100 เค (K) ระดับค่าสี ร้อยละ 20 จากการวิเคราะห์ค่าสีในสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ควรมีสี ดำหรือรหัสค่าสี เค (K) เนื่องจากสีดำจะทำให้งานสื่อสิ่งพิมพ์มีรูปแบบสีที่ไม่สดใส เพราะฉะนั้นผู้วิจัยได้เปลี่ยนรหัสค่าสี เค (K) เป็น รหัสค่าสี เอ็ม (M) ร้อยละ 20 ระบบค่าสีที่ได้จึงมีความสดใสแต่ยังคงเป็นรูปแบบสีน้ำเงินน้ำทะเล การสร้างระบบค่าสีสื่อมัลติมีเดีย ผู้วิจัยได้เทียบเคียงค่าสี ซี เอ็ม วาย เค (C M Y K) จากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ค่าสีที่ได้ยังไม่มีความเสถียรในระบบของตัวเลข ผู้วิจัยจึงปรับค่าสีให้ได้ตัวเลขที่มีความเที่ยงตรงและแม่นยำในการนำไปใช้งานต่อไป



ภาพที่ 4 : แสดงเล่มคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์องค์กร

การออกแบบเล่มคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์องค์กร ประกอบไปด้วยปกหน้า ซึ่งจะระบุชื่อคู่มือการใช้งาน อัตลักษณ์องค์กรไว้อย่างชัดเจน ภายในมีบทนำ สารบัญ รูปแบบการใช้งานของตราสัญลักษณ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษรูปแบบการใช้งานของระบบสีทั้ง 2 ระบบ คือระบบสื่อสิ่งพิมพ์และระบบสื่อมัลติมีเดีย แสดงการใช้งานระบบเอกลักษณ์องค์กร (CORPORATE IDENTITY MANUAL) เพื่อการสื่อสาร การจัดทำสื่อ และการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทุกระดับในมหาวิทยาลัยฯ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะเป็นการสร้างเอกภาพเชิงภาพ (VISUAL) และสื่อความเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ ผ่านตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารง่าย เข้าใจได้ง่าย และมีความเป็นสากล นำมาสู่ความภาคภูมิใจในมหาวิทยาลัยฯ ของนักศึกษาและ



บุคลากร พร้อมทั้งตัวอย่างการนำไปใช้ จัดวางรูปเล่ม จำนวน 12 หน้า พร้อมแผ่นซีดีรูปแบบ พีดีเอฟ (PDF) และไฟล์ต่าง ๆ บรรจุภายในคู่มือการใช้งานนี้

วิจารณ์และสรุปผล

การออกแบบอัตลักษณ์เชิงเรขาคณิตสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ เป็นการออกแบบตั้งแต่ต้นทาง กล่าวคือ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบและแนวคิดของผู้วิจัยลงไปในตัวอย่างชิ้นงานที่นำเสนอ ณ ที่ประชุม ซึ่งเป็นการออกแบบเริ่มจากการสืบค้นข้อมูล รวมถึงปัญหาที่พบ รวบรวมเป็นข้อมูลอัตลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร รวบรวมข้อมูลตัวอย่างตราสัญลักษณ์อักษรย่ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์ รวมทั้งการผสมผสานทฤษฎีต่าง ๆ ซึ่งผลลัพธ์จะตรงตามที่น่าเสนอไปมาน้อยเพียงได้ผู้วิจัยได้รวบรวมนำมาวิเคราะห์ ผลลัพธ์ที่ได้จะผสมผสานระหว่างแนวคิดของผู้วิจัย และข้อมูลอัตลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร นำมาออกแบบใหม่ในรูปแบบเรขาคณิต การออกแบบใหม่ในกระบวนการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบอัตลักษณ์องค์กร พร้อมทั้งมีการปรับปรุงแบบให้สอดคล้องกับที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้การเสนอแนะไว้ในบทความสัมภาษณ์จนกระทั่งได้รูปแบบที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ตามกระบวนการ

การวิจัยในครั้งนี้พบปัญหาตั้งแต่กระบวนการเริ่มเก็บข้อมูล ซึ่งพบว่าระบบการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานขององค์กรขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่มีการจัดเก็บฐานข้อมูลที่เป็นหลักแหล่ง ชัดเจน และไม่มีหน่วยงานที่จัดเก็บรวบรวม หรือรับผิดชอบ ทำให้การค้นหาข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงทำได้ยาก การที่มีระบบในการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานที่ดีนั้น จะมีส่วนทำให้เกิดอัตลักษณ์องค์กรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะข้อมูลพื้นฐานอันเป็นข้อเท็จจริงที่จัดเก็บอย่างเป็นระบบนั้น ทำให้ง่ายต่อเผยแพร่และการส่งต่อข้อมูล การเก็บข้อมูลที่ไม่เป็นระบบและไม่เป็นแหล่งข้อมูลเดียวจะทำให้เกิดปัญหาเชื่อมโยงไปถึงอัตลักษณ์ที่ไม่ถูกนำมาใช้งาน เพราะว่าไม่มีฐานข้อมูลที่แน่ชัด และส่งผลไปถึงความเชื่อมั่น เชื่อถือในภาพลักษณ์องค์กร และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงควรส่งเสริมให้เห็นถึงความสำคัญของของอัตลักษณ์องค์กร เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการสื่อสารเพื่อให้เกิดผลของความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและอาจเป็นแนวทางในการวิจัยต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐจิรา เมณฑกา. (2550). ศึกษาการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์, ภาควิชาการ
ออกแบบนิเทศศิลป์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ณัฐวดี ศรีศุข. (2561). การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 13 ปี การศึกษา 2561, (หน้า 2,469-2,479) ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ทองเจือ เขียวทอง. (2548). การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : ศิลปะภา.
- ธนาพร เจียรกุล. (2557). การพัฒนาตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการบริหารแบรนด์ของมหาวิทยาลัยไทย. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, ภาควิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิศากร เพ็ญสมบุญ. (2549). ศิลปะสร้างสรรค์ : ศึกษาทฤษฎีสัดส่วนทองของกรีกโบราณ และกรณีศึกษาผลงานจิตรกรรมของโรเบิร์ต แมนโกลด์ตั้งแต่ปีค.ศ. 1964 - 1999. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่),คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประชิด ทิถบุตร. (2554). การออกแบบกราฟิกเอกลักษณ์มาตรฐาน สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. วารสารจันทรเกษมสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 17(33), 42-52.
- พรพิมล ศักดา และคณะ. (2558). การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์ถ้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตถ้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- วิกิพีเดีย. (2546). เอกลักษณ์องค์กร.สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2564, เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย. (2564). ระบบสี (The Color System). สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2564, เข้าถึงได้จาก<http://www.thaiprogrammer.org>.
- สิริกานต์ ทองพูน และคณะ. (2563). อัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านลานคา จังหวัดสุพรรณบุรี. ในการประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11, (หน้า 948-953). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สิริธร บุญประเสริฐ และคณะ. (2558). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมกับ ชุมชนโดยใช้แหล่งการเรียนรู้โบราณคดีหนองราชวัตร จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 8(1), 511-523.
- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. (2564). องค์ความรู้ศิลปะร่วมสมัยสาขาเรขศิลป์. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2564,เข้าถึงได้จาก: <https://ocac.go.th/>.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : Core Function.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2543). อัตลักษณ์ (identity). กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ