



การออกแบบอัตลักษณ์โดยใช้สัญลักษณ์สัตว์เพื่อสื่อสาร แบรินด์ อาร์คไทป์

THE IDENTITY DESIGN BY USING ANIMAL SEMIOTIC FOR COMMUNICATE BRAND ARCHETYPE

ชนาพงษ์ ภูมรินทร์*

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความหมายของสัตว์ชนิดต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ (Identity Design) ที่สามารถสื่อสารแบรนด์ อาร์คไทป์ (Brand Archetype) ได้ ดำเนินวิธีการวิจัยโดย 1) หากกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสนใจ หรือให้ความสำคัญกับเรื่องแบรนด์ จากงานวิจัยและบทความอ้างอิงต่าง ๆ 2) ค้นหารายชื่อสัตว์ชนิดต่าง ๆ และทำการวิจัยว่ามีทั้งหมดกี่ชนิดที่กลุ่มเป้าหมายรู้จัก โดยการสอบถามกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ซึ่งในแต่ละกลุ่มต้องมีผู้ที่รู้จักสัตว์ชนิดนั้น 3 คนขึ้นไป และคัดเลือกเฉพาะคำตอบที่ตรงกันทั้ง 2 กลุ่มมาใช้ในขั้นตอนต่อไป 3) ศึกษาทฤษฎีแบรนด์ อาร์คไทป์ และศึกษาแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์ (Logo Trend) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ จัดกลุ่มสัตว์ของสัตว์ และรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่มีความหมาย หรือมีลักษณะตรงกับอาร์คไทป์ใด และนำผลสรุปกลับไปวิจัย โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน เพื่อคัดเลือกสัตว์ และรูปแบบของตราสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารอาร์คไทป์นั้น ๆ

สรุปผลการหากกลุ่มเป้าหมาย พบว่ากลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น วาย (Generation Y) คือกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับงานวิจัยชิ้นนี้ และได้อาร์คไทป์ที่แตกต่างกัน 14 อาร์คไทป์ ได้แก่ วีรบุรุษ นักปราชญ์ ผู้วิเศษ จอมเจ้าเล่ห์ นักค้นหา ผู้ช่วยเหลือ มารดา นักรัก ผู้ไร้เดียงสา เพื่อนสนิท ราชา ผู้สันโดษ ขบถ และผู้สร้าง โดยมีสัตว์ที่เป็นตัวแทนของแต่ละอาร์คไทป์ทั้งหมด 56 ชนิด และมีรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะตรงกับอาร์คไทป์ต่าง ๆ จำนวน 49 รูปแบบ ซึ่งจะนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบขั้นตอนต่อไป

คำสำคัญ: สัตว์ / อาร์คไทป์ / เจนเนอเรชั่น วาย / ตราสัญลักษณ์ / สัญลักษณ์

Abstract

This research aimed to analyses the meanings of animals, for the purpose of an identity design which could be used to communicate the brand archetypes.

The methods were: 1) seeking interested or brand-orientated target groups from previous researches and cited articles; 2) searching for animal names, and studying the types known by the target groups – by inquiring 2 target groups of 5 participants, at least 3 participants in each group must recognize an animal, then only matched answers from both groups were selected; 3) studying brand archetype theory and logo trends, the experts categorising and matching the animal groups and logo trends to the archetypes, the results were explored via 2 5-participant focus group discussions to select animals and logo trends which could communicate the brand archetypes.

The results indicated that the Generation Y target group was the suitable group for this research. There were 14 different archetypes – the hero, the sage, the magician, the trickster, the seeker, the helper, the mother, the lover, the innocent, the companion, the king, the loner, the rebel, and the creator. There were 55 animals which represented each archetype

Keywords: Animal / Archetype / Generation Y / Logo / Sign

* นิสิตระดับปริญญาโทบัณฑิต หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิสถาปัตย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, p.khanapong@gmail.com

** รองศาสตราจารย์, สาขาวิชาภูมิสถาปัตย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, araya.chula@yahoo.com

บทนำ

การออกแบบอัตลักษณ์ คือแนวทางหนึ่งในการออกแบบเพื่อกำหนดภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ และมีเอกภาพผ่านการออกแบบ ความจำเป็นอย่างหนึ่งของการสร้างสรรค์อัตลักษณ์คือการวางแผนคิดครอบคลุมครบถ้วน จนสามารถทำให้แบรนด์ขับเคลื่อนอย่างมีทิศทาง ส่งผลให้ธุรกิจ หรือองค์กรต่าง ๆ เหล่านั้นมีแบรนด์ที่สมบูรณ์ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทำให้จดจำง่าย และในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันกันสูง การออกแบบจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างแบรนด์ที่มั่นคง เพราะการออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่ดีนั้นจะทำให้แบรนด์นั้นเป็นแบรนด์ที่มีความสมบูรณ์ แบรนด์ที่ดีจะต้องสื่อสารถึงจุดยืน บุคลิกภาพ รวมถึงวิสัยทัศน์ของแบรนด์ จากนั้นจึงพัฒนาต่อในเรื่องของการใช้ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพ สี และอื่น ๆ ที่จะทำให้เกิดอัตลักษณ์ตามความต้องการของแบรนด์นั้น ๆ (ปณิต ทองประเสริฐ, 2554)

คาร์ล ยุง (Carl Jung) นักจิตวิทยาชาวสวิสเซอร์แลนด์ ได้ให้กำเนิดแนวคิดที่เรียกว่าอาร์คไทป์ (Archetypes) ที่พัฒนามาจากผลรวมแห่งจิตใต้สำนึก (Collective Unconscious) ซึ่งส่งผลสำคัญต่อพฤติกรรมมนุษย์ เป็นพื้นฐาน บางอย่างที่ทุกคนมีใกล้เคียงกัน เสริมสร้างให้เกิดสภาวะทางจิตที่แสดงตัวตนอันแท้จริงออกมาในธรรมชาติของแต่ละคนเช่นเดียวกันกับดีเอ็นเอของคน ที่ไม่ใช่สิ่งต้องเรียนรู้ใหม่ หรือเฝ้ามองมา แต่มาพร้อมกับการกำเนิดเช่นเดียวกับแบรนด์ที่ย่อมมีตัวตน บุคลิก หรือแก่นสารต่าง ๆ แบ่งได้เป็น 12 ประเภท ดังนี้ 1. วีรบุรุษ (Hero) 2. นักปราชญ์ (Sage) 3. นักมายากล (Magician) 4. คนขี้เล่น (Jester) 5. ผู้ปกครอง (Ruler) 6. คนทั่วไป (General Person) 7. ผู้บริสุทธิ์ (Innocent) 8. ผู้ดูแล (Care giver) 9. ผู้สร้าง (Creator) 10. นักปฏิวัติ (Revolutionary) 11. นักค้นคว้า (Explorer) 12. นักรัก (Lover) (ปณิต ทองประเสริฐ, 2554)

ในส่วนของขั้นตอนออกแบบอัตลักษณ์ ส่วนมากจะเริ่มจากการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยเริ่มจากการหาสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออกไป ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาวิธีมากมายในการออกแบบตราสัญลักษณ์ตั้งแต่การใช้ตัวอักษร (Typography) เพียงอย่างเดียว การใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพียงอย่างเดียว หรือใช้ทั้งสองแบบควบคู่กันไป ในส่วนของสัญลักษณ์ จะมีที่มาจากบุคลิก หรือตัวตนของแบรนด์นั้น ๆ แล้วนำมาแทนค่าด้วยสินค้า บริการ สิ่งของ รูปทรง หรือสัตว์ชนิดต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันตราสัญลักษณ์มีหลายรูปแบบ และในแต่ละปีก็จะมีแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์ (Logo Trend) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละปี ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับแบรนด์ ว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ตราสัญลักษณ์รูปแบบใด

การใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ในการออกแบบอัตลักษณ์นั้นมีมาตั้งแต่ในอดีต สามารถพบเห็นได้จากธุรกิจแทบทุกประเภท เช่น เครื่องแต่งกาย รถยนต์ ของอุปโภค บริโภค เป็นต้น ซึ่งนับว่าการใช้สัตว์เป็นตัวแทนของแบรนด์ต่าง ๆ ไม่จำกัดเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ หรือธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ซึ่งหมายถึงการใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ในการออกแบบอัตลักษณ์นั้นค่อนข้างเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก

ในปัจจุบันก็ยังมีการใช้สัตว์เป็นสื่อตัวแทนของแบรนด์ต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย มีทั้งที่สามารถสื่อสารตัวตนของแบรนด์ได้เป็นอย่างดี และไม่ตี ทั้งนี้เนื่องจากนักออกแบบยังขาดเกณฑ์ หรือหลักการในการออกแบบอัตลักษณ์โดยใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์แทนแบรนด์นั้น ๆ ทำให้แบรนด์นั้น ๆ ขาดความสมบูรณ์ หรือเกิดความสับสนของผู้รับสาร จึงเป็นที่มาให้เกิดการศึกษาถึงความหมาย หรือความหมายแฝงที่แท้จริง ของสัตว์ชนิดต่าง ๆ และมีแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์ ว่ามีลักษณะตรงกับอาร์คไทป์ใดเพื่อนำไปใช้ในการวารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความสมบูรณ์ และสามารถรับรู้ถึงตัวตน และลักษณะของแบรนด์ได้อย่างถูกต้อง และเข้าใจ

วัตถุประสงค์ และขอบเขตของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ความหมาย หรือหาความหมายแฝงของสัตว์ชนิดต่าง ๆ ที่สามารถสื่อสารแบรนด์ อาร์คิไทป์
2. เพื่อหารูปแบบของตราสัญลักษณ์ไปใช้ในการออกแบบ โดยใช้สัญลักษณ์ภาพสัตว์ เพื่อสื่อสารแบรนด์ อาร์คิไทป์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาหากลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องแบรนด์ จากงานวิจัยต่าง ๆ
2. รวบรวมข้อมูล
 - 2.1 ค้นหาชนิดของสัตว์
 - 2.2 ศึกษาทฤษฎีอาร์คิไทป์
 - 2.3 ศึกษาแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์
3. สร้างเครื่องมือวิจัย และแบบสอบถาม
 - 3.1 สร้างแบบสอบถามเพื่อสรุปชนิดของสัตว์ที่จะใช้ในงานวิจัย โดยใช้กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน
 - 3.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อหาชนิดของสัตว์ และรูปแบบตราสัญลักษณ์ ที่เหมาะสมกับแต่ละอาร์คิไทป์ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน
 - 3.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อหาชนิดของสัตว์ และรูปแบบตราสัญลักษณ์ ที่เหมาะสมกับแต่ละอาร์คิไทป์ จากคำตอบของผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการสนทนากลุ่มกับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน
4. รวบรวม และสรุปข้อมูล
 - 4.1 สรุปว่าสัตว์แต่ละชนิดนั้นมีความเหมาะสมกับอาร์คิไทป์ใด
 - 4.2 สรุปว่ารูปแบบตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ใด
5. นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ และออกแบบ
6. สรุปผล และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูล บทความ และวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ โดยใช้สัญลักษณ์ภาพสัตว์ เพื่อสื่อสาร แบรนด์ อาร์คิไทป์ สามารถสรุป วิเคราะห์ และแบ่งข้อมูลของผลการวิจัยออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ประเภท	ชนิดของสัตว์
	บึก ปลาบู่ ปลาปักเป้า ม้าน้ำ ปลาแรด ปลาสลิด ปลาสวาย ปลาเสือ ปลาหมอ ปลาไหล ปลาอินทรี
สัตว์ไม่มีกระดูกสันหลัง	ด้วงกว้าง กะละปิงหา กิ้ง กิ้งกือ กุ้งก้ามกราม กุ้งเต้น กุ้งกุลาดำ กุ้งแชบ๊วย กุ้งมังกร หอยกาบ หอยโข่ง หอยแครง หอยตลับ หอยทาก หอยนางรม หอยแมลงภู่ หอยลาย หอยสังข์ หอยหลอด หอยเป่าฮื้อ เคย จักจั่น จิ้งหรีด ดอกไม้ทะเล ดักแด้ มดดำ มดแดง มดตะนอย ต่อ แตน แมลงทับ ทาก บั้ว ปลวก ปลาดาว หมึก ปลิง ปลิงทะเล แมลงปอ แมงป่อง ปะการัง พยาธิปากขอ พยาธิเส้นด้าย ฝีเสื้อ ฝิ่ง เพลี้ย ปูม้า ปูลม ปูเสฉวน หอยเม่น แมลงเม่า แมงมุม แมงกะพรุน แมงดา ยุง ไร แมลงวัน แมลงสาบ ตะขาบ ไส้เดือน ตั๊กแตน แมลงเต่าทอง หนอน หมัด หิ่งห้อย เห็บ เหา อะมีบา

3. ผลการวิจัยเรื่องอาร์คิไทป์

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมทฤษฎีอาร์คิไทป์จาก 3 แหล่งข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าอาร์คิไทป์ในแต่ละแหล่งข้อมูลมีความเชื่อมโยง หรือเกี่ยวข้องกันอย่างไร มีลักษณะใดบ้างที่ตรงกัน หรือแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลวิจัยอาร์คิไทป์

โดย Mark & Pearson (2011)	โดย Kent Wertime (2002)	โดย อริชัย อรรคอุดม (2552)
Innocent	Ultimate Strenght	Hero
Explorer	Siren	Sage
Sage	Hero	Magician
Hero	Anti-Hero	Warrior
Outlaw	Creator	Trickster
Magician	Change Master	Seeker
Regular Guy / Gal	Powerbroker	Helper
Lover	Wise Old Man	Mother
Jester	Loyalist	Innocent
Caregiver	Mother of Goodness	Companion
Creator	Little Trickster	King
Ruler	Enigma	Loner
-	-	Enchantress
-	-	Rebel

โดยเลือกเฉพาะอาร์คิไทป์ ที่มีลักษณะคล้ายกัน หรือมีความหมายใกล้เคียงกันจาก 2 แหล่งข้อมูลขึ้นไปสรุปเป็น 14 อาร์คิไทป์ ดังนี้

3.1 วีรบุรุษ (Hero) เป็นต้นแบบที่มีภาพลักษณ์ของคนดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ กล้าหาญ มีคุณธรรม อ่อนโยน มีจิตใจที่แข็งแกร่ง และมีความภาคภูมิใจในระเบียบวินัยของตนเอง ชอบปกป้องผู้ที่อ่อนแอกว่า มักอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ยากลำบาก และมีความต้องการจะเห็นโลกดีขึ้น ตราสัญลักษณ์นี้จึงเป็นตัวแทนของ

ความเก่งรอบด้าน มีประสิทธิภาพ น่ายกย่อง จึงต้องแสดงถึงประสิทธิภาพในการเข้าไปช่วยเหลือ และแก้ไข ปัญหาให้กับผู้บริโภคร

3.2 นักปราชญ์ (Sage) เป็นตัวแทนของผู้ที่มีความรู้ ลึกซึ้ง เข้าใจยาก มีเหตุมีผล มีความพากเพียร และเห็นคุณค่าของตนเองอย่างมาก มีลักษณะคล้ายครูผู้สอน คอยให้ความรู้ ให้การสนับสนุนผู้อื่นอยู่เสมอ ตราสินค้าลักษณะนี้จึงต้องมีความน่าเชื่อถือ หรือเชี่ยวชาญเฉพาะทางในธุรกิจของตนเองอย่างแท้จริง มี หลักฐานการค้นคว้าวิจัย หรือมีผู้เชี่ยวชาญรับรองคุณภาพ

3.3 ผู้วิเศษ (Magician) เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ รอบตัว มีบุคลิก ลึกลับซับซ้อน เก็บความลับไว้มาก เต็มเปี่ยมด้วยจินตนาการที่แปลกประหลาดเหนือความคาดหมาย รวมทั้ง เป็นตัวแทนของความฉลาด และภูมิปัญญาอีกด้วย แต่เป็นภูมิปัญญาที่แตกต่างจากนักปราชญ์ คือเป็นภูมิ ปัญญาที่ไม่สามารถที่จะพิสูจน์ถึงที่มาได้ ตราสัญลักษณ์จึงต้องเป็นสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนแปลงในชั่วพริบตา

3.4 จอมเจ้าเล่ห์ (Trickster) เป็นต้นแบบที่มีความเจ้าเล่ห์ มักสร้างความประหลาดใจอยู่เสมอ สามารถพลิกแพลงเรื่องราวได้อย่างไม่คาดฝัน ซึ่เล่น เอาแต่ใจตนเอง และเป็นจอมวางแผน ตราสินค้าดู คลุมเครือ ตัดสินไม่ได้ว่าดี หรือร้าย แต่ก็แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการที่สูง ฉลาดแกมโกง และมีอารมณ์ขัน

3.5 นักค้นหา (Seeker) คือผู้ที่ชอบแสวงหาสิ่งมาเติมเต็มความต้องการของตนเอง มีบุคลิกชอบค้นหา ซึ่สงสัย รักอิสระ และชอบเดินทางเพื่อแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ตราสินค้าประเภทนี้จึงเสนอประสบการณ์ผจญภัยให้ ผู้บริโภคออกไปผจญภัยอย่างมีแบบแผน มีการวางแผนที่ดี และมีความปลอดภัย

3.6 ผู้ช่วยเหลือ (Helper) มีจิตใจโอบอ้อมอารี พร้อมอุทิศตนให้ผู้อื่น มีบุคลิกชอบช่วยเหลือผู้อื่น ยึด มั่นในอุดมการณ์ เกรงใจผู้อื่น ชอบปกป้องคุ้มครองผู้อื่นจากอันตราย ตราสินค้านำเสนอการช่วยเหลือ ปกป้อง ถึงแม้จะไม่ได้รับการร้องขอ

3.7 มารดา (Mother) เป็นต้นแบบที่มีความรักที่พร้อมจะมอบให้ผู้อื่นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เป็นผู้ ประคับประคอง เสมือนแม่ที่มีความห่วงใยลูกตลอดเวลา รักครอบครัว และมีความรักความผูกพันมอบให้อย่าง ไม่มีที่สิ้นสุด ตราสินค้าแบบมารดา จึงเป็นสัญลักษณ์ของความรักจากธรรมชาติ ที่ไม่มีการเติมแต่ง

3.8 นักรัก (Lover) คือผู้ที่เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบเข้าสังคม มีอารมณ์สุนทรีย์ เข้าใจเพศตรงข้ามได้ดี ทันสมัย และอ่อนไหวต่อความรู้สึก ตราสินค้าแบบนี้รัก มักเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้อง กับการความงาม หรือความรัก

3.9 ไร้เดียงสา (Innocent) เป็นต้นแบบของความอ่อนเยาว์ สดใส มีความเป็นเด็ก มีความบริสุทธิ์ ไร้ มลทิน นุ่มนวล อ่อนหวาน และไม่หลอกลวง ตราสินค้านี้จึงมักสื่อออกมาถึงความใสซื่อของเด็กสาววัยรุ่น มี ความสะอาด น่ารัก นุ่มนวล

3.10 เพื่อนสนิท (Companion) คือผู้ที่ไว้วางใจได้ จริงใจ และรู้ใจ สามารถให้คำปรึกษา แลกเปลี่ยน แบ่งปัน เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต คอยร่วมทุกข์ร่วมสุข และเป็นผู้ที่คอยให้ความเข้าใจเมื่อเพื่อนต้องการ ตรา สินค้านี้จะนำเสนอถึงความกลมเกลียว แนบแน่น เป็นแรงสนับสนุนให้เก้กันและกัน หรือมีช่วงเวลาที่ดีร่วมกัน

3.11 ราชา (King) ต้นแบบของราชาคือผู้ที่เป็นใหญ่ มีบุคลิกแบบนักปกครอง มีความเป็นผู้นำสูง ยุติธรรม และมีอำนาจ ต้นแบบตราสินค้าแบบราชา จึงนำเสนอเรื่องราวที่มีประวัติยาวนาน และสามารถสร้าง ความเชื่อมั่นได้

3.12 ผู้สันโดษ (Loner) เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาตนเองสูง ต่อสู้ชีวิต สามารถปรับตัวง่าย มีความมานะ อุตสาหะ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาใคร ถ่อมตัว และไม่โอ้อวดความสามารถ ตราสินค้าลักษณะนี้จึงมักสื่อถึงความ เป็นรอง ไม่เป็นที่หนึ่ง แต่มีความพยายาม อดทน และพอเพียง

3.13 ขบถ (Rebel) มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร มีความแตกต่างทางความคิด คตินอกกรอบ ปฏิเสธกฎเกณฑ์เดิมๆ ต่อต้านสังคม ชอบความท้าทาย ตราสินค้าขบถมักจะเสนอแนวคิดที่นอกกรอบ เป็นทางเลือกให้ผู้ที่ยากจะแตกต่างจากแนวทางเดิมๆ ไม่เหมือนใคร ไม่ต้องพยายามทำตัวเป็นคนดีตลอดเวลา

3.14 ผู้สร้าง (Creator) เป็นผู้มีจินตนาการตั้งศิลปิน นักเขียน ผู้ริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างสิ่งที่มีคุณค่ายั่งยืน เป็นพวคนอกรีตอย่างแท้จริง ต้องการความอิสระ ความเป็นตัวของตัวเองสูง ตราสินค้ามักแสดงความเป็นผู้สร้างสิ่งใหม่ สร้างให้เป็นคนใหม่ หรือให้แสดงออกถึงตัวตนอย่างเต็มที่

4. ผลการวิจัยเรื่องแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์

ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะหาแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์ (Logo Trend) เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยรูปแบบของตราสัญลักษณ์นั้น จะต้องมีความสอดคล้องกับอาร์คิไทป์ ทั้งในแง่ของความหมาย และสามารถสื่อสารอาร์คิไทป์นั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสม จึงรวบรวมแนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลย้อนหลัง 5 ปีนับจากปัจจุบัน และได้รูปแบบของตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ 75 รูปแบบ

ตารางที่ 3 แนวโน้มของรูปแบบตราสัญลักษณ์ในแต่ละปี

Year	Trends
2011	Banded / Brown / Buckys / Comma / Concentric / Dandruff / Earth / Fruit / Gradients / Juvi / Loopys / Monolines / O / Series / Vibrate
2012	Anaglyphs / Apps / Arc twists / Carved sphere / Cousins / Icon clusters / Peel / Potato chip / Selective focus / Sprout / Tessellation / Translinks / Twined / Water color / Woven
2013	Badges / Banners / Bracketing / Crossed / Eyelet / Formula / Here / Line craft / Membrance / Molecules / Monograms / Nature marks / Slash / Wave / Written
2014	Dazzle / Flat facets / Geo wires / Geography / Hand type / Hexagons / Knit / Letter stacks / Links / Mono crest / Motion lines / Pompons / States / Trans menagerie / Waves
2015	Chroma coaster / Circle break / Coded / Coloring / Concentrak / Contours / Detail / Dot tip / Native / Photo / Pick-up sticks / Rays / Shaded / Sparkle / Trixelate

โดยแต่ละรูปแบบตราสัญลักษณ์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

- 4.1 Banded คือการใช้แถบสีที่มีการให้ระยะหน้า และระยะหลัง
- 4.2 Brown คือการใช้โทนสีน้ำตาลเป็นหลักในการออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.3 Buckys คือการใช้รูปทรงสามเหลี่ยมมาประกอบกันเป็นอีกรูปทรงหนึ่ง
- 4.4 Comma คือการออกแบบโดยให้ตราสัญลักษณ์มีลักษณะคล้ายเครื่องหมายจุลภาค (,)
- 4.5 Concentric คือการซ้ำของรูปทรงที่มีขนาดไม่เท่ากัน แต่มีจุดศูนย์กลางร่วมกัน
- 4.6 Dandruff คือการใส่พื้นผิวที่มีลักษณะไม่เรียบเนียนลงในตราสัญลักษณ์
- 4.7 Earth คือการออกแบบโดยให้องค์ประกอบต่าง ๆ อยู่ในลูกโลก
- 4.8 Fruit คือรูปแบบของตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายผลไม้
- 4.9 Gradients คือการไล่เฉดสีลงในตราสัญลักษณ์

- 4.10 Juvi คือตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความรัก สดใส
- 4.11 Loopys คือวิธีการสร้างตราสัญลักษณ์โดยใช้เส้นลากวนซ้ำๆ จนเกินเป็นรูปทรงใหม่
- 4.12 Monoline คือการสร้างตราสัญลักษณ์โดยใช้เส้นเพียงเส้นเดียว ไม่ลงสีทึบ
- 4.13 O คือ การใช้รูปทรงกลมที่มีรูอยู่ตรงกลางในการออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.14 Series คือการสร้างตราสัญลักษณ์มากกว่า 1 ขึ้นไป แต่ยังคงมีทิศทางเดียวกัน
- 4.15 Vibrate คือเทคนิคการทำให้ตราสัญลักษณ์ดูสั่นไหว ไม่หยุดนิ่ง
- 4.16 Anaglyphs คือใช้เทคนิคของการซ้อน และโปร่งแสง ทำให้เกิดมิติ
- 4.17 Apps คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้อยู่ในรูปทรงของแอปพลิเคชัน
- 4.18 Arc twists คือการใช้รูปทรงโค้งหมุนผ่านจุดศูนย์กลาง
- 4.19 Carved sphere คือการสร้างตราสัญลักษณ์ให้ออกมาเหมือนรูปทรงแกะสลัก
- 4.20 Cousins คือการเปลี่ยนสี หรือภาพประกอบ ของตราสัญลักษณ์ แต่ยังคงรูปทรงเดิม
- 4.21 Icon clusters คือการใช้ไอคอนหลายๆ รูปแบบมารวมกันเป็นตราสัญลักษณ์
- 4.22 Peel คือการออกแบบให้ตราสัญลักษณ์มีเปลือก หรือสามารถลอกออกได้
- 4.23 Potato chip คือตราสัญลักษณ์ที่มีรูปทรงของแผ่นมันฝรั่งทอดกรอบ
- 4.24 Selective focus คือเทคนิคการเบลอลภาพ ทำให้เกิดระยะในตราสัญลักษณ์
- 4.25 Sprout คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้มีลักษณะงอกออกมา จากจุดใดจุดหนึ่ง
- 4.26 Tessellation คือรูปแบบของการปูพื้นกระเบื้อง มาประยุกต์ใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.27 Translinks คือการใช้รูปทรงที่โปร่งแสง มาวางเชื่อมต่อๆ กันมากกว่า 2 ขึ้นขึ้นไป
- 4.28 Twined คือการใช้เส้นที่คดงอเหยิงในตราสัญลักษณ์
- 4.29 Water color คือตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเหมือนกับภาพวาดสีน้ำ
- 4.30 Woven คือการนำรูปทรงมาสานกัน ทำให้เกิดรูปทรงใหม่ขึ้นมา
- 4.31 Badges คือตราสัญลักษณ์รูปแบบของเหรียญตราต่าง ๆ
- 4.32 Banners คือตราสัญลักษณ์ที่มีพื้นหลังเป็นรูปทรงคล้ายกับผ้า หรือธง
- 4.33 Bracketing คือการใช้รูปทรงของเครื่องหมายวงเล็บ ในการออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.34 Crossed คือตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นกางเกงไขว้
- 4.35 Eyelet คือการลากเส้นให้เกิดรูตรงกลางเป็นอีกรูปทรงหนึ่ง
- 4.36 Formula คือการใช้องค์ประกอบของสูตร หรือวิธีการต่าง ๆ มาประกอบเป็นตราสัญลักษณ์
- 4.37 Here คือการใช้เครื่องหมายบอกพิกัด มาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.38 Line craft คือการใช้เฉพาะเส้นลากให้เกิดรูปทรงที่มีความละเอียด ไม่ใช่สี
- 4.39 Membrane คือการใช้รูปทรงที่คล้ายกับสายของเนื้อเยื่อมาออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.40 Molecules คือการใช้รูปทรงอนุภาคมารวมกันเป็นตราสัญลักษณ์
- 4.41 Monogram คือการใช้เฉพาะชื่อ หรือตัวอักษรย่อขององค์กร มาออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.42 Nature marks คือการใช้ลวดลายจากธรรมชาติมาออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.43 Slash คือการใช้เครื่องหมายทับ (/) ในตราสัญลักษณ์ร่วมกับรูปทรง หรือตัวหนังสือ
- 4.44 Wave คือการใช้รูปทรงของคลื่นน้ำมาออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.45 Written คือการออกแบบสัญลักษณ์จากการวาดด้วยมือ ให้ความรู้สึกไม่ซ้ำ
- 4.46 Dazzle คือการลบ หรือตัดทอนบางส่วนออกไปจากตราสัญลักษณ์ แต่ยังสามารถสื่อสารได้
- 4.47 Flat facets คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยใช้มุมมองด้านหน้าของสิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร
- 4.48 Geo wires คือลักษณะของการใช้เส้นลวดดัดเป็นรูปทรงต่าง ๆ

- 4.49 Geography คือการใช้รูปทรงของภูมิประเทศในการออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.50 Hand type คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยเขียนชื่อองค์กร หรือตัวอักษรด้วยมือ
- 4.51 Hexagons คือการใช้รูปทรงหกเหลี่ยม เป็นรูปทรงหลักของตราสัญลักษณ์
- 4.52 Knit คือการถักของเส้นต่าง ๆ จนเกิดเป็นรูปทรงใหม่
- 4.53 Letter stacks คือการจัดวางตัวอักษรในแนวตั้ง ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง
- 4.54 Links คือการใช้รูปทรงเดียวกันมาเชื่อมต่อกันจนเกิดเป็นรูปทรงใหม่
- 4.55 Mono crest คือการใช้เส้นวาดเป็นรูปทรงคล้ายกับมงกุฎ ใช้เป็นส่วนหนึ่งในตราสัญลักษณ์
- 4.56 Motion lines คือการลากเส้นให้กับรูปทรงต่าง ๆ ทำให้มองแล้วเกิดการเคลื่อนไหว
- 4.57 Pompons คือการใช้รูปทรงของการกระจาย คล้ายกับพลุ
- 4.58 States คือการปูพื้นหลังให้กับตราสัญลักษณ์ โดยใช้สีทึบ รูปทรงคล้ายกับแผนที่ประเทศต่าง ๆ
- 4.59 Trans menagerie คือการออกแบบสัญลักษณ์ โดยการใช้วิธีการตัดทอนรูปสัตว์
- 4.60 Waves คือการใช้รูปทรงของคลื่นสัญญาณต่าง ๆ มาออกแบบตราสัญลักษณ์
- 4.61 Chroma coaster คือการไล่สีมากกว่า 2 สีขึ้นไปในรูปทรงอิสระ ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว
- 4.62 Circle break คือการแบ่งสัดส่วนของวงกลม ลักษณะคล้ายแผนภูมิรูปวงกลม
- 4.63 Coded คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยใช้รูปทรงที่นำมาจากรหัสลับต่าง ๆ
- 4.64 Coloring คือการลงสีในตราสัญลักษณ์ คล้ายการหยอดสีลงไปในช่วงต่าง ๆ
- 4.65 Concentrak คือการรวมซ้ำของรูปทรงเดียวกัน โดยมีการขยับจุดศูนย์กลางไปเรื่อย ๆ
- 4.66 Contours คือการตัดทอนรูปต่าง ๆ ออกมาให้เรียบง่าย และสื่อสารได้ชัดเจน
- 4.67 Details คือการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่มีรายละเอียดมาก มีความปราณีต
- 4.68 Dot tip คือการลากเส้นต่อจุด จนเกิดเป็นรูปทรงใหม่
- 4.69 Native คือการใช้รูปทรงของสิ่งของ หรือสัตว์พื้นเมือง เป็นรูปทรงเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ
- 4.70 Photo คือการใช้ภาพจริงในตราสัญลักษณ์
- 4.71 Pick-up sticks คือการใช้รูปทรงแท่ง มาจัดวางให้เกิดเป็นรูปทรงอื่น
- 4.72 Rays คือการใส่รัศมี หรือแสงที่แผ่ออกมาจากตราสัญลักษณ์
- 4.73 Shaded คือการทำให้รูปทรง หรือตัวอักษรมีความหนา ลึก คล้าย 3 มิติ
- 4.74 Sparkle คือการใช้ประกายของแสง มาเป็นส่วนหนึ่งในตราสัญลักษณ์
- 4.75 Trixellate คือการใช้รูปสามเหลี่ยม มาจัดวางคล้ายกับการปูกระเบื้องโมเสก

5. สรุปผลการวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ และสรุปชนิดของสัตว์ อาร์คไทป์ และรูปแบบของตราสัญลักษณ์ที่จะนำไปใช้ออกแบบผลงาน ขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อมูลที่ได้ มาทำการสร้างแบบสอบถามว่าสัตว์ และรูปแบบของตราสัญลักษณ์แต่ละชนิด มีลักษณะ บุคลิก หรือให้ความหมายแฝง ตรงกับอาร์คไทป์ใดบ้าง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้คำตอบ และมีเกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรีสาขาศิลปะการออกแบบ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. มีประสบการณ์การทำงานในด้านการออกแบบ หรือสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี

หลังจากที่ได้คำตอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำคำตอบที่ได้กลับไปถามกลุ่มเป้าหมายว่า สัตว์และรูปแบบของตราสัญลักษณ์แต่ละชนิด มีลักษณะ บุคลิก หรือให้ความหมายแฝง ตรงกับอาร์คไทป์ใดบ้าง โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มละ 5 คน จำนวน 2 กลุ่ม แล้วคัดเลือกเฉพาะคำตอบที่ตรงกันทั้ง 2 กลุ่ม มาใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ต่อไป

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิจัย

Archetype	ชนิดของสัตว์	Trends
1. Hero	กระทิง กวาง ม้า ลิงกอริลลา สิงโต เสือโคร่ง เสือดำ หมี หงส์ เหยี่ยว นกอินทรี ผีเสื้อ	Carved sphere / Crossed / Molecules / Flat facets / Geo wires / Hexagons / States / Trans menagerie
2. Sage	ช้าง นกฟิราบ หงส์ เหยี่ยว นกอินทรี นกฮูก เต่า ผีเสื้อ	Concentric / Potato chip / Sprout / Membrane / States / Dot tip / Pick-up sticks
3. Magician	กระต่าย ค้างคาว นกกระเรียน นกยูง หงส์ นกฮูก ดอกไม้ทะเล ผีเสื้อ แมงมุม แมลงเต่าทอง หิ่งห้อย	Banded / Tessellation / Watercolor / Membrane / Pompons / Chroma coaster / Pick-up sticks / Rays / Sparkle / Trixellate
4. Trickster	กระต่าย กระรอก ตุ่น แมว หูหมาจิ้งจอก กิ้งก่า แมงมุม	Buckys / Concentric / Arc twists / Peel / Potato chip / Selective focus / Bracketing / Coded
5. Seeker	กระรอก ม้า สิงโต เสือดำ เสือดาว หมาป่า นกฟิราบ เหยี่ยว นกอินทรี ปลาแซลมอน	Potato chip / Selective focus / Nature marks / Geo wires / Motion lines / Native
6. Helper	กวาง ช้าง ลิงชิมแปนซี ลิงอุรังอุตัง วัว สิงโต เสือดำ หมี นกฟิราบ	Concentric / Tessellation / Crossed / Geo wires / Shaded
7. Mother	จิงโจ้ ชะนี ช้าง โลมา ม้า ลิงชิมแปนซี ลิงอุรังอุตัง วัว สิงโต หมี นกนางนวล นกนางแอ่น นกเพนกวิน เป็ด	Comma / Bracketing / Eyelet / Knit / Wave
8. Lover	กระต่าย กวาง กวางดาว โลมา ม้า แมว นกกระเรียน นกเงือก หงส์ ผีเสื้อ	Brown / Loopys / Eyelet / Knit / Native
9. Innocent	กระต่าย โลมา หนูตะเภา ปลาการ์ตูน	Brown / Gradients / O / Rays
10. Companion	ช้าง โลมา หมา นกเอี้ยง	Banded / Loopys / O / Arc twists / Potato chip / Woven / Bracketing / Eyelet / Knit / Links / Chroma coaster / Pick-up sticks
11. King	กระทิง วาฬ ลิงกอริลลา สิงโต เสือโคร่ง หมาป่า หมี อีปโปโปเตมัส เหยี่ยว นกอินทรี งูเห่า ปลาฉลาม	Gradients / O / Crossed / Flat facets / Trans menagerie / Contours / Shaded
12. Loner	กระทิง วาฬ แมว เสือโคร่ง เหยี่ยว นกฮูก	O / Sprout / Eyelet / Here / Written / Native
13. Rebel	กระทิง ค้างคาว ลิงกอริลลา ลิงชิมแปนซี สิงโต เสือโคร่ง เสือดาว หมาจิ้งจอก งูเห่า หางไหม้ แมงป่อง	Buckys / Vibrate / Peel / Written / Letter stacks / Native
14. Creator	กระรอก ลิงชิมแปนซี สิงโต หมี นกเงือก ดอกไม้ทะเล	Concentric / Arc twists / Molecules / Nature marks / Geo wires / Links / Concentrak / Dot tip / Photo / Sparkle / Trixellate

ผลสรุปการดำเนินการวิเคราะห์ / อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น พบว่ามีสัตว์ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกให้เป็นตัวแทนของอาร์คิไทป์ต่าง ๆ จำนวน 56 ชนิด ซึ่งมีสัตว์บางชนิดสามารถเป็นตัวแทนได้หลายอาร์คิไทป์ และมีสัตว์บางชนิดสามารถเป็นตัวแทนได้เพียงอาร์คิไทป์เดียว และได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ ที่มีความหมาย หรือลักษณะที่เหมาะสมกับแต่ละอาร์คิไทป์ ทั้งหมด 49 รูปแบบ แบ่งเป็นข้อสังเกตได้ดังนี้

1. สัตว์ที่เป็นตัวแทนของหลายอาร์คิไทป์

กระต่าย เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ, จอมเจ้าเล่ห์, นักรัก และไร้เดียงสา

กระตัง เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, ราชา, ผู้สันโดษ และขบถ

กระรอก เป็นตัวแทนของจอมเจ้าเล่ห์, นักค้นหา และผู้สร้าง

กวาง เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, ผู้ช่วยเหลือ และนักรัก

ค่างคาว เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ และขบถ

ช้าง เป็นตัวแทนของนักปราชญ์, ผู้ช่วยเหลือ, มารดา และเพื่อนสนิท

โลมา เป็นตัวแทนของมารดา, นักรัก, ไร้เดียงสา และเพื่อนสนิท

วาฬ เป็นตัวแทนของราชา และผู้สันโดษ

ม้า เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักค้นหา, มารดา และนักรัก

แมว เป็นตัวแทนของจอมเจ้าเล่ห์, นักรัก และผู้สันโดษ

ลิงกอริลลา เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, ราชา และขบถ

ลิงชิมแปนซี เป็นตัวแทนของผู้ช่วยเหลือ, ขบถ และผู้สร้าง

ลิงอุรังอุตัง เป็นตัวแทนของผู้ช่วยเหลือ และมารดา

วัว เป็นตัวแทนของผู้ช่วยเหลือ และมารดา

สิงโต เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักค้นหา, ผู้ช่วยเหลือ, มารดา, ราชา, ขบถ และผู้สร้าง

เสือโคร่ง เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, ราชา, ผู้สันโดษ และขบถ

เสือด้า เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักค้นหา, ผู้ช่วยเหลือ และขบถ

หมาจิ้งจอก เป็นตัวแทนของจอมเจ้าเล่ห์ และขบถ

หมาป่า เป็นตัวแทนของนักค้นหา, ราชา

หมี เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, ผู้ช่วยเหลือ, มารดา, ราชา และผู้สร้าง

นกกระเรียน เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ และนักรัก

นกเงือก เป็นตัวแทนของนักรัก และผู้สร้าง

นกฟิราบ เป็นตัวแทนของนักปราชญ์, นักค้นหา และผู้ช่วยเหลือ

หงส์ เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักปราชญ์, ผู้วิเศษ และนักรัก

เหยี่ยว เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักปราชญ์, นักค้นหา, ราชา และผู้สันโดษ

นกอินทรี เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ, นักปราชญ์, นักค้นหา และราชา

นกฮูก เป็นตัวแทนของนักปราชญ์, ผู้วิเศษ และผู้สันโดษ

ดอกไม้ทะเล เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ และผู้สร้าง

ผึ้ง เป็นตัวแทนของวีรบุรุษ และนักปราชญ์

แมงมุม เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ และจอมเจ้าเล่ห์

2. สัตว์ที่เป็นตัวแทนของอาร์คไทป์เดียว

เต่า เป็นตัวแทนของนักปราชญ์

นกยูง, ผีเสื้อ, แมลงเต่าทอง และหิ่งห้อย เป็นตัวแทนของผู้วิเศษ

ตุ่น, หู และกิ้งก่าเป็นตัวแทนของจอมเจ้าเล่ห์

เสือดาว และปลาแซลมอน เป็นตัวแทนของนักค้นหา

จิงโจ้, ชะนี, นกนางนวล, นกนางแอ่น, เป็ด และนกเพนกวิน เป็นตัวแทนของมารดา

กวางดาว เป็นตัวแทนของนักรัก

หนูตะเภา และปลาการ์ตูน เป็นตัวแทนของไร้เดียงสา

หมา และนกเอี้ยง เป็นตัวแทนของเพื่อนสนิท

ฮิปโปโปเตมัส, งูเห่า และปลาฉลาม เป็นตัวแทนของราชา

งูเขียวหางไหม้ และแมงป่อง เป็นตัวแทนของขบถ

3. รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับหลายอาร์คไทป์

Banded เหมาะสมกับอาร์คไทป์ผู้วิเศษ และเพื่อนสนิท

Brown เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักรัก และไร้เดียงสา

Buckys เหมาะสมกับอาร์คไทป์จอมเจ้าเล่ห์ และขบถ

Concentric เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักปราชญ์, จอมเจ้าเล่ห์, ผู้ช่วยเหลือ และผู้สร้าง

Gradients เหมาะสมกับอาร์คไทป์ไร้เดียงสา และราชา

Loopys เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักรัก และเพื่อนสนิท

O เหมาะสมกับอาร์คไทป์ไร้เดียงสา, เพื่อนสนิท, ราชา และผู้สันโดษ

Arc twists เหมาะสมกับอาร์คไทป์จอมเจ้าเล่ห์, เพื่อนสนิท และผู้สร้าง

Peel เหมาะสมกับอาร์คไทป์จอมเจ้าเล่ห์ และขบถ

Potato chip เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักปราชญ์, จอมเจ้าเล่ห์, นักค้นหา และเพื่อนสนิท

Selective focus เหมาะสมกับอาร์คไทป์จอมเจ้าเล่ห์ และนักค้นหา

Sprout เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักปราชญ์ และผู้สันโดษ

Tessellation เหมาะสมกับอาร์คไทป์ผู้วิเศษ และผู้ช่วยเหลือ

Bracketing เหมาะสมกับอาร์คไทป์จอมเจ้าเล่ห์, มารดา และเพื่อนสนิท

Crossed เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ, ผู้ช่วยเหลือ และราชา

Eyelet เหมาะสมกับอาร์คไทป์มารดา, นักรัก, เพื่อนสนิท และผู้สันโดษ

Membrane เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักปราชญ์ และผู้วิเศษ

Molecules เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ และผู้สร้าง

Nature marks เหมาะสมกับอาร์คไทป์นักค้นหา และผู้สร้าง

Written เหมาะสมกับอาร์คไทป์ผู้สันโดษ และขบถ

Flat facets เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ และราชา

Geo wires เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ, นักค้นหา, ผู้ช่วยเหลือ และผู้สร้าง

Kint เหมาะสมกับอาร์คไทป์มารดา, นักรัก และเพื่อนสนิท

Links เหมาะสมกับอาร์คไทป์เพื่อนสนิท และผู้สร้าง

States เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ และนักปราชญ์

Trans menagerie เหมาะสมกับอาร์คไทป์วีรบุรุษ และราชา

Chroma coaster เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้วิเศษ และเพื่อนสนิท
 Concentrak เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้สร้าง
 Contours เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ราชา
 Dot tip เหมาะสมกับอาร์คิไทป์นักปราชญ์ และผู้สร้าง
 Native เหมาะสมกับอาร์คิไทป์นักค้นหา, นักรัก, ผู้สันโดษ และขบถ
 Pick-up sticks เหมาะสมกับอาร์คิไทป์นักปราชญ์, ผู้วิเศษ และเพื่อนสนิท
 Rays เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้วิเศษ และไร้เดียงสา
 Shaded เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้ช่วยเหลือ และราชา
 Sparkle เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้วิเศษ และผู้สร้าง
 Trixellate เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้วิเศษ และผู้สร้าง

4. รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับอาร์คิไทป์เดียว

Carved sphere, Hexegons เหมาะสมกับอาร์คิไทป์วีรบุรุษ
 Watercolor, Pompons เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้วิเศษ
 Coded เหมาะสมกับอาร์คิไทป์จอมเจ้าเล่ห์
 Motion lines เหมาะสมกับอาร์คิไทป์นักค้นหา
 Comma, Wave เหมาะสมกับอาร์คิไทป์มารดา
 Woven เหมาะสมกับอาร์คิไทป์เพื่อนสนิท
 Here เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้สันโดษ
 Vibrate, Letter stacks เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ขบถ
 Photo เหมาะสมกับอาร์คิไทป์ผู้สร้าง

5. การผสมผสานแนวโน้มรูปแบบตราสัญลักษณ์

ในตราสัญลักษณ์ สามารถออกแบบโดยใช้รูปแบบตราสัญลักษณ์มากกว่า 1 รูปแบบมาผสมผสานกันได้ โดยแบ่งการใช้งานแนวโน้มรูปแบบตราสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ใช้เพื่อกำหนดโครงสร้างของตราสัญลักษณ์ เช่น รูปแบบ O / Sprout / Crossed เป็นต้น 2) ใช้เพื่อกำหนดรูปแบบของเทคนิค หรือวิธีการออกแบบ เช่น รูปแบบ Brown / Gradients / Vibrate เป็นต้น ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้ สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ เช่น ในอาร์คิไทป์ราชา มีรูปแบบตราสัญลักษณ์ O ที่เป็นโครงสร้างหลัก และรูปแบบ Gradients ที่เป็นรูปแบบของเทคนิค หรือวิธีการ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ผลสรุปของงานวิจัยชิ้นนี้ ทำให้ได้แนวทางที่จะนำไปใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ โดยใช้สัตว์เป็นตัวแทนของอาร์คิไทป์ต่าง ๆ โดยสัตว์ที่ถูกเลือกมาใช้โดยกลุ่มเป้าหมายนั้นเป็นเพียงความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ซึ่งอาจจะถูกต้อง หรือไม่ถูกต้องก็ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะขอเสนอแนวทางที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ดังนี้

1. ทำการศึกษานุคลิก ลักษณะนิสัยที่เป็นจุดเด่นของสัตว์แต่ละชนิดอย่างจริงจัง โดยศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านชีววิทยา หรือวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่ต่อไปในอนาคต จะสามารถกำหนดให้มีอาร์คิไทป์ของสัตว์โดยเฉพาะ

2. ทำการวิจัยโดยใช้กลุ่มเป้าหมายอื่นร่วมด้วย ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อสัตว์ชนิดต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้ชนิดของสัตว์เพิ่มขึ้น และมีความหมายตรงกับอาร์คไทป์มากขึ้น
3. ทำการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์รูปแบบอื่น นอกเหนือจากตราสัญลักษณ์ เช่น นามบัตร สินค้าต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบแบรนด์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ปณต ทองประเสริฐ. 2554. การใช้ทฤษฎีต้นแบบตราสินค้าในการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับยาสมุนไพรไทย เพื่อกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น เอ็ม. ปริญญาศิลปกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัวกันต์ วิลามาต. 2545. สารานุกรมสัตว์. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- อริชัย อรรถอุดม. 2552. การพัฒนาแนวคิดและมาตรฐานต้นแบบตราสินค้า เพื่อประยุกต์ใช้ในเชิงการตลาด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Gardner, Bill. 2011 Trends. Logolounge.com, Retrieved April 29, 2011
(<https://www.logolounge.com/article/2011trends#.Vx3xEjZJnIU>)
- Mark, Margaret & Carol S. Pearson. 2011. *The Hero and The Outlaw*. New York: R. R. Donnelly&Sons.
- Wertime, Kent. 2002. *Building Brands & Believers*. Singapore: Craft Print International.