

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

โรมซี แตมาสา¹, อัปสร อีซอ², อัศฮาร์ และแม็ง³

¹งานวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³สาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Email: Romsee.t@yru.ac.th¹, Apsorn.e@yru.ac.th², Ashar.l@yru.ac.th³

Received: March 8, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ เก็บข้อมูลจาก ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญการออกแบบตราสัญลักษณ์ ใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น และใช้การออกเสียงเพื่อจัดอันดับสิ่งที่มีสื่อถึงความเป็นคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด 2 อันดับ นำมาขยายความและรายละเอียด เพื่อใช้เป็นแนวคิดการออกแบบและใช้แบบสำรวจความคิดเห็นในการเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด

ผลการศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ จากประเด็นคำถาม “นึกถึง วจก.มรย.นึกถึงอะไร” พบว่า เรือสำเภา สื่อถึงอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด รองลงคือ คำว่า Smart เรือสำเภา หมายถึงการส่งเสริมการทำงาน การค้า ความเจริญรุ่งเรือง เป็นตัวแทนของความสำเร็จ สอดคล้องกับคณะวิทยาการจัดการ ที่เป็นองค์กรที่อุดมไปด้วยองค์ความรู้ สามารถนำพาบัณฑิตสู่ความเจริญรุ่งเรืองและประสบความสำเร็จ ด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ดังปรัชญา คณะวิทยาการจัดการ ที่ว่า “เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้ชีวิตอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา” สอดคล้องกับแนวคิดในสร้างอาคารเรียนที่มีต้นแบบพื้นฐานจากรูปลักษณ์ของเรือสำเภา ในส่วนของคำว่า Smart นั้น ใช้รูปลักษณ์ของคนที่มีสายเนคไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นบน อธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ ด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้แบบอักษรอ่านง่าย ใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาวเป็นหลัก

คำสำคัญ : แนวทางการออกแบบ, ตราสัญลักษณ์, สื่อสารอัตลักษณ์

The Guideline for identity-communicated Logo Design

Faculty Management Sciences of Yala Rajabhat University

Romsee Taemasa¹, Apsorn E-sor², Ashar Leameng³

¹Research & Academic Service Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

²Marketing Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

³General Administration Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

Email: Romsee.t@yru.ac.th¹, Apsorn.e@yru.ac.th², Ashar.l yru.ac.th³

Received: March 8, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

Abstract

A study of The Guideline for identity- communicated Logo Design Collect data from Executive, instructor, officer, Student and expert design logo Using focus groups to brainstorm ideas use Pronunciation to rank what represents the Faculty of Management At most 2 rank to expand and explain in detail for use as a design concept and use Poll In selection the Optimal.

Results of the study on The Guideline for identity-communication Logo Design from the question “**Think of FMS.YRU. What do you think of?**” Found that “JUNK (ship)” The most communicate To identity Faculty of Management Sciences and The second is that word “Smart” Junk (ship) Means to promote work and Promote trade, Prosperity, Represent success, In accordance with the Faculty of Management Sciences Is an organization rich in knowledge That brings graduates to prosperity And successful with business administration and Communication Arts As the philosophy Faculty of Management Sciences “Learn Valuably, Use subjects with morality, Bringing knowledge to development” Consistent with the concept of building Faculty of Management Sciences The prototype is based on the appearance of Junk (ship) As for The word “SMART” Use the look of people who wear necktie Appears in the shape of an arrow pointing up It represents the goal of the Faculty of Management Sciences In the design elements Use legible font Use purple which is the color of the faculty and white as the main.

Keywords : Design guidelines, Logo, identity- communicated

บทนำ

คณะวิทยาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มี ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจอันประกอบด้วย 1) การผลิตบัณฑิต 2) การวิจัย 3) การผลิตพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา 4) การให้บริการวิชาการ ถ่ายทอดเทคโนโลยี และ 5) การบริหารจัดการมหาวิทยาลัยให้มีความคล่องตัว แต่ด้วยคณะวิทยาการจัดการมีความโดดเด่นด้านการบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ เพื่อสร้างจุดแข็ง ความเป็นเอกลักษณ์ และบ่งบอกความเป็นวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการจึงได้กำหนดคุณลักษณะขององค์กร ดังนี้ วิสัยทัศน์ “ต้นแบบการจัดการศึกษาด้านบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์” ปรัชญา “เรียนรู้ อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา” อัตลักษณ์ “นักศึกษาบุคลิกภาพดี มีวินัย ใฝ่อาสา สู้งาน การปฏิบัติเลิศ” (แผนยุทธศาสตร์คณะวิทยาการจัดการระยะ 5 ปี พ.ศ. 2560-2564) นอกจากนี้คณะวิทยาการจัดการ ได้กำหนด พันธกิจเพื่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนี้ 1) จัดการศึกษาที่มีคุณภาพตามระบบ 2) พัฒนางค์กร สร้างระบบประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) พัฒนานักศึกษาตามคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ 4) สร้างงานวิจัย นวัตกรรม และถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้สู่ชุมชน 5) บริการวิชาการแก่สังคมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

หากแม้ว่าองค์กรได้กำหนดบทบาทหน้าที่ เป้าหมายขององค์กรและมีการดำเนินการตามที่วางไว้มีประสิทธิภาพมากเพียงใด สิ่งสำคัญที่สุด

คือ การสร้างการรับรู้ เป็นที่รู้จัก จดจำและยอมรับ เชื่อถือ จากบุคคลอื่น สอดคล้องกับสภาวะการณ์ในปัจจุบันที่มีหลายมหาวิทยาลัยกำลังประสบปัญหาขาดแคลนผู้เรียน เนื่องจากการแข่งขันรับนักศึกษาอย่างสูง มหาวิทยาลัยระดับกลางและระดับเล็ก จำต้องมีการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และขายจุดเด่นขององค์กรให้ได้ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก จดจำ มีภาพลักษณ์ที่ดี จำเป็นต้องสร้างสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงภาพลักษณ์ อันจะสร้างภาพพจน์และความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร เพราะภาพลักษณ์องค์กรสามารถทำให้ เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ครีธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้ องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ มีชื่อเสียงมีความเจริญก้าวหน้า สัญลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงแค่สิ่งที่เป็นตัวแทน หรือ สื่อความหมายแทนสิ่งหนึ่ง หากแต่ยังมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม ทั้งในแง่ของการสื่อความหมาย ส่งข่าวสาร และแสดงลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวแทนของแต่ละสังคม (ทองเจือ เขียดทอง, 2545) ในการดำเนินกิจการใด ๆ ทุกหน่วยงานหรือองค์กรก็มีความมุ่งหวังที่จะให้หน่วยงาน หรือ องค์กรของตนมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็น อัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากผู้อื่นรวมทั้ง ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากบุคคลทั่วไป และการที่องค์กรจะได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกเหนือจากการมีระบบบริหารงานที่ดี มีบุคลากรและสภาพแวดล้อมที่ดีแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งที่กล่าวมาแล้วนั้นคือการมีระบบเอกลักษณ์ องค์กรที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร คำว่า อัตลักษณ์องค์กร หรือ

Corporate Identity (CI) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นพร้อม ๆ กับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คือ การสื่อสารภาพลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กรบุคลากร ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากเช่นในปัจจุบัน (สมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547)

จากความเป็นมา และความสำคัญ ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่คณะวิทยาการจัดการให้ง่ายต่อการจดจำ ความเป็นเอกภาพ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ระเบียบวิธีวิจัย

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยภาคีผู้เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ มีรายละเอียดและวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาครั้งนี้คือภาคี ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

ผู้บริหาร หมายถึง ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารในคณะวิทยาการจัดการ ตำแหน่ง คณบดี รองคณบดี ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี หัวหน้างาน และประธานหลักสูตร ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูล และใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็น ต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 5 คน

อาจารย์ หมายถึง บุคลากรสายวิชาการที่สังกัดอยู่ในหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ทั้งภาควิชาบริหารธุรกิจ และภาควิชานิเทศศาสตร์ ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็นต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 8 คน

เจ้าหน้าที่ หมายถึง บุคลากรสายสนับสนุนประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะหรือวิชาชีพที่สังกัด ใน

คณะวิทยาการจัดการ ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็นต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 6 คน

นักศึกษา หมายถึง ตัวแทนผู้เรียนนักศึกษาสังกัดคณะวิทยาการจัดการ ทั้งหลักสูตรบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ และหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ใช้วิธีแบบเจาะจง ในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็น จำนวน 105 คน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ หมายถึง ผู้มีความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิด ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กร ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลการออกแบบ จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่มภาคีที่มีส่วนร่วม (Focus Group) เครื่องมือสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นคำถามแบบมีโครงสร้าง 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มากที่สุด และใช้การออกเสียงเพื่อจัดอันดับ จำนวน 2 อันดับ ในประเด็น “นึกถึง วจก. มรย. นึกถึงอะไร” พร้อมขยายความหมายและร่วมแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดเพิ่มเติม

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจ เลือกตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้ Google Form

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดแบบแผนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการสนทนากลุ่ม ใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลามากที่สุด ในประเด็น “นึกถึง วจก. มรย. นึกถึงอะไร”

2. ขั้นออกเสียง ให้ภาคีผู้เกี่ยวข้องออกเสียงคำหรือสิ่งที่สื่อถึงความเป็นคณะวิทยาการจัดการ กำหนด 1 คน สามารถออกเสียงได้ จำนวน 3 ครั้ง และทำการจัดอันดับ 2 อันดับที่ได้คะแนนสูงสุดนำมาเป็นส่วนประกอบของงานสื่อสารอัตลักษณ์หรือตราสัญลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. ขั้นทวนคำตอบและขยายรายละเอียด ให้ภาคีทวนคำตอบและร่วมแสดงความคิดเห็นถึงรายละเอียด 2 อันดับสิ่งที่สามารถใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ พร้อมแนวคิดในเรื่อง สี ตัวอักษร รูปทรง ขนาด และการสื่อความหมายในการออกแบบ

4. ขั้นสำรวจแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุด สำรวจความคิดเห็นของภาคีผู้มีส่วนร่วมเพื่อเลือกแบบตราสัญลักษณ์ จากจำนวน 3 แบบ และนำแบบที่ได้ผลคะแนนสูงสุด มาเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

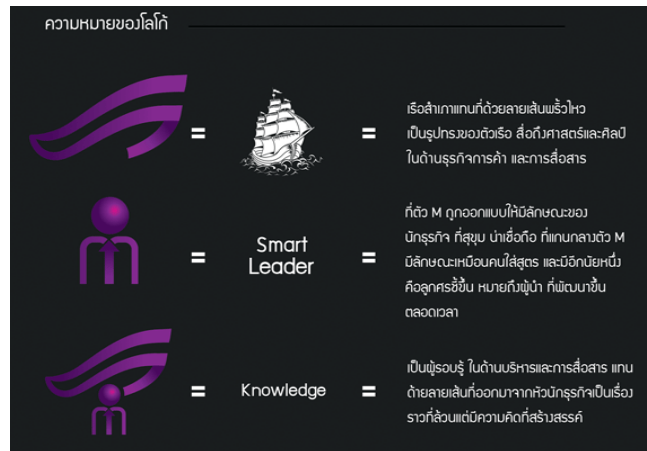
การศึกษารั้วนี้ ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม จัดข้อมูลที่มีคุณลักษณะในทิศทางเดียวกันแล้วกำหนดประเด็น ประเภท และหัวข้อที่สามารถนำเสนอข้อค้นพบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีความหมายตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ต้องการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณนาเป็นหลัก ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในภาพรวม ทั้งนี้ในส่วนของการพิจารณาแบบที่เหมาะสมที่สุดจากจำนวน 3 รูปแบบนั้น ใช้สถิติความถี่ และค่าร้อยละเพื่อจัดอันดับที่สูงสุดมาเป็นผลที่ได้จากการศึกษาเรื่องนี้

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น ในการออกแบบและใช้แบบสำรวจ เพื่อเลือกแบบ ตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มากที่สุด มีผลดังนี้

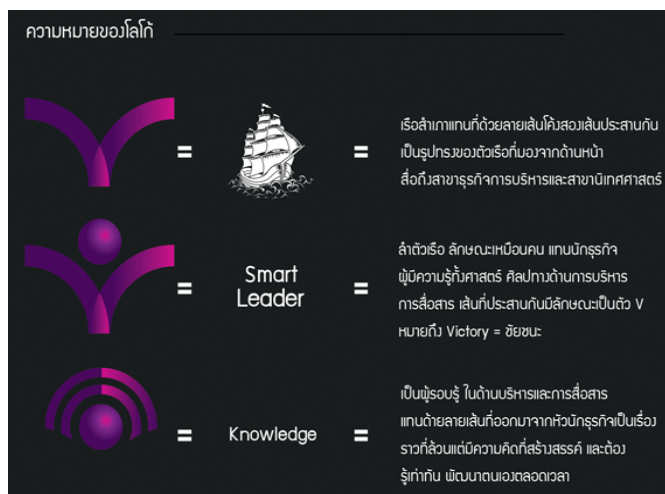
จากประเด็นคำถาม “นึกถึง วจก. มรย.นึกถึงอะไร” พบว่า เรือสำเภา สื่อถึงอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด รองลงมาคือ คำว่า Smart เรือสำเภา หมายถึง การส่งเสริมการทำงาน การค้า และความเจริญรุ่งเรืองเป็นตัวแทนของความสำเร็จ สอดคล้องกับคณะวิทยาการจัดการที่เป็นองค์กรที่อุดมไปด้วยองค์ความรู้ สามารถนำพาบัณฑิตสู่ความเจริญ รุ่งเรืองและประสบความสำเร็จ ด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ดังปรัชญาคณะวิทยาการจัดการ ที่ว่า “เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้ชีวิตอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา” สอดคล้องกับแนวคิดในการสร้างอาคารเรียนที่มีต้นแบบพื้นฐานจากรูปลักษณ์ของเรือสำเภา ในส่วนของคำว่า Smart นั้น ใช้รูปลักษณ์ของบุคคลที่สวมใส่เนกไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นบนอธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ ในด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้แบบอักษรอ่านง่าย โดยใช้ ตัวอักษร FMS ย่อมาจาก คำว่า Faculty Management Sciences แปลว่า คณะวิทยาการจัดการ และใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาวเป็นหลัก โดยได้ออกแบบ ไว้จำนวน 3 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1



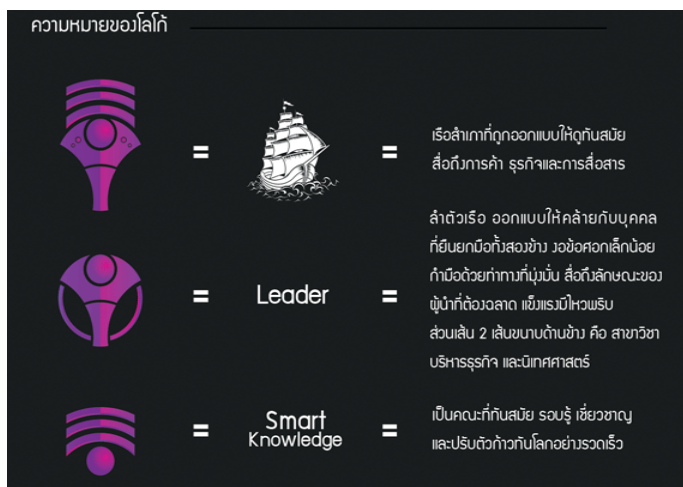
รูปที่ 1 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 1

แบบที่ 2



รูปที่ 2 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 2

แบบที่ 3



รูปที่ 3 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 3

ทั้งนี้จากการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 124 คน ประกอบด้วย นักศึกษา จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 84.7 รองลงมาอาจารย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ผลปรากฏว่า รูปแบบที่ 1 มีผู้เลือกสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 29 ของผู้ตอบทั้งหมด ทั้งนี้ ในส่วนของ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การปรับสีให้สว่างขึ้น และการพัฒนาไปสู่การนำรูปแบบไปใช้ในงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา สามารถอภิปรายผลดังนี้

1. แบบตราสัญลักษณ์

1.1 ที่มาของแนวความคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ได้ใช้ภาพ “เรือสำเภา” และสี “ม่วง” โดยมีที่มาของแนวความคิด คือ “เรือสำเภา” เป็นตัวแทน ที่สื่อถึงคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบตัวอาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่มีลักษณะเป็นตัว เรือสำเภา ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์และความสำเร็จ ในอดีตการค้าขายสินค้า ความรู้ การศึกษา จะเดินทางมาด้วยเรือเป็นหลัก เรือสำเภาที่ใหญ่ถึงจะเดินทางได้เป็นระยะไกลและนำพาสำภาระสินค้า ความรู้ นักปราชญ์ไปยังจุดหมายดินแดนปลายทาง “ไปให้ถึงฝั่ง” หมายถึง “ความสำเร็จ ความสมปรารถนา” ด้วยความเชื่อที่ว่า “ผู้ที่มีเรือไว้ในครอบครอง ชีวิต

จะประสบความสำเร็จเจริญรุ่งเรือง และอุดมสมบูรณ์ด้วยความมั่งคั่ง” สามารถสังเกตได้ว่าในที่ทำงานบางที่มีเรือสำเภาจำลองไว้ประดับอยู่เสมอ สอดคล้องกับปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล (2556) และใช้คำว่า SMART เป็นส่วนประกอบเสริมในการออกแบบ โดยใช้รูปลักษณะของบุคคลที่สวมใส่เนคไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นอธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ สอดคล้องกับแนวคิดหลักการสำคัญในการตั้งเป้าหมายที่ดีของทุกธุรกิจ โดยคำว่า SMART ประกอบด้วย 1) S : Specific หมายถึง เฉพาะเจาะจง 2) M : Measurable หมายถึง สามารถวัดได้ 3) A : Achievable หมายถึง

บรรลุผลได้ 4) R : Realistic หมายถึง สมเหตุสมผล สอดคล้องสถานการณ์ความเป็นจริง และ 5) T : Timely หมายถึง กำหนดช่วงเวลาชัดเจนส่วนด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้ตัวอักษรอ่านง่าย ใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาวเป็นหลัก

1.2 จากการสรุปผลการออกแบบพบว่า จากการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ จากผู้ร่วมแสดงความคิดเห็น จำนวน 124 คน ประกอบด้วย นักศึกษา จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมาอาจารย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ในส่วนของการลงคะแนนรูปแบบที่เหมาะสมผลปรากฏดังภาพ



รูปที่ 4 แสดง แบบที่ 3 อัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ ที่ได้รับคะแนนสูงสุด

มีผู้เลือกสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ของผู้ตอบทั้งหมด ทั้งนี้ ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การปรับสีให้สว่างขึ้น และการพัฒนาไปสู่การนำรูปแบบไปใช้งานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2. รูปแบบตัวอักษร

แนวคิดในการออกแบบรูปแบบตัวอักษร ประกอบสัญลักษณ์ ต้องการให้แบบตัวอักษรกลมกลืนสัมพันธ์กับรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อให้เห็นลักษณะเฉพาะของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยออกแบบตัวอักษรให้อ่านง่าย ชัดเจน และใช้ตัวอักษรย่อที่แฝงด้วยความหมายทางกายภาพสื่อถึงความเป็นบริหารจัดการ และการสื่อโดยใช้คำภาษาอังกฤษเพื่อเป็น

การสื่อสารภาษากลางที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ใช้อักษรย่อ FMS เป็นตัวย่อหลักในการเรียกสั้น ๆ จากคำว่า Faculty Management Sciences และแฝงด้วยลักษณะความเป็นคนเข้าไปเป็นองค์ประกอบ นอกจากคำว่า FMS ที่ตั้งเด่นสง่าแสดงความแตกต่าง มีลูกศรชี้ขึ้นบน และยังมีคำว่า Faculty Management Sciences กำกับอยู่ใต้สัญลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับเบอร์รี่แมน (Gregg Berryman, 2545 หน้า 62) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดีว่าสัญลักษณ์ที่ดีต้องแสดงความแตกต่าง รู้จักได้รวดเร็ว ชัดเจนจดจำและระลึกถึงได้อย่างดีระดับนามธรรมเหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่คาดหวังเหมาะสมกับการย่อหน้าหลักสัญลักษณ์ให้ความรู้สึกหนักมีทิศทางที่ชี้ขึ้นบนซึ่งมีผลกระทบต่อการมองเห็นที่

3. สีประกอบสัญลักษณ์

ใช้สีม่วงเป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบตราสัญลักษณ์เนื่องด้วยเป็นสีประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาให้ความหมายถึง ความร่ำรวยรุ่งโรจน์ สติปัญญาการเปลี่ยนแปลง ความสง่างาม สอดคล้องกับแนวคิด 10 ความหมายของสีแต่ละสีต่อความรู้สึกในการออกแบบ 2020 (จ.เจริญ อินเตอร์พรีน (ประเทศไทย) จำกัด, 2563) ในส่วนขององค์ประกอบสีย่อยของรูปแบบสัญลักษณ์นั้นใช้สีขาวในการสื่อ สีขาวหมายถึง ความบริสุทธิ์สันติภาพ ความสงบสุข ความดี ความเรียบง่าย ความสะอาด ความเท่าเทียม คล้องกับ ปรัชญาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ยะลา ที่ว่า “เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา”

References

- Charoen Inter Print (Thailand) Co., Ltd. (2020, July 3). *10 meanings of each color to design feelings*. Retrieved from <https://jprint.co.th/color-meaning>
- Faculty of Management. (2017). *Strategic Plan of the Faculty of Management Sciences, Phase 5, 2017-2021*. Yala Rajabhat University.
- Gregg Berryman. (1942). *Graphic design [ออกแบบกราฟิก]* (2nd edition). QE & IB Company Limited.
- Piyasaeng Chantarawongpaisarn (1991). *108 Chinese auspicious things*. SE-EDUCATION Public Company Limited.
- Sumitra Sriwiboon. (2004). *Corporate identity* (2nd edition). CoreFunction.
- Thongchue Khetthong. (2002). *Logo trade mark symbol* (3rd edition). Sipprapa.