

## การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณ

นิธิโชติ พวงสมบัติ, สุภัทรา ลูกรักษ์<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณ มีจุดประสงค์เพื่อจะแสดงให้เห็นความงามของสถานที่ที่จำลองสถาปัตยกรรมสำคัญต่างๆของไทย ช่างฝีมือหลายคนช่วยกันสร้างจำลองให้มีความสวยงามไม่ต่างจากสถาปัตยกรรมจริง ทั้งวิถีชีวิต และบรรยากาศให้ความรู้สึกเหมือนได้ย้อนกลับไปอยู่ในเมืองสมัยก่อน วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณให้เป็นที่น่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยว และตระหนักถึงความสำคัญของโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกรออกแบบวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากผลการวิเคราะห์นำมาใช้ในการออกแบบโดยออกแบบให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น ใช้รูปแบบการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่สวยงาม และมีลักษณะที่แปลกใหม่น่าสนใจ

ผลการวิจัย พบว่า สื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณดึงดูดความสนใจของผู้คน ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของเมืองโบราณให้เหมาะกับยุคสมัย และส่งเสริมให้ผู้คนได้รู้จักสถาปัตยกรรมสำคัญมากมายในไทย และซึมซับบรรยากาศและวิถีชีวิตของเมืองโบราณ

**คำสำคัญ :** อัตลักษณ์องค์กร,เมืองโบราณ,สถาปัตยกรรม

## The design of corporate identity promote Muang Boran.

Nitichot phungsombut, Supatra Lookraks <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha  
Rajabhat University

### Abstract

Media design, corporate identity, ancient city the purpose is to show the beauty of places that simulate various important architecture in Thailand Many craftsmen helped create models that are beautiful like real architecture, both life and atmosphere, feeling like they were back in the olden days The purpose of the research is to design the media of corporate identity of the ancient city to be interesting. Attract tourists To be aware of the importance of the unique historical sites of Thailand.

Collect data from the target group by using online questionnaires and interviewing experts in the design, analyzing data obtained from using basic statistics such as percentages and average values from the analysis results used to design by designing to reach teenagers Use a design pattern that represents a beautiful identity. And exotic looks interesting.

The research found that 1) Corporate identity media, ancient cities attract people's attention 2) Create the image of the ancient city to suit the era 3) promote people recognize many important architectures in Thailand and absorb the atmosphere and way of life of the ancient city

**Keywords:** Corporate identity, ancient city, architecture

## บทนำ

เมื่ออดีตที่มีการเริ่มก่อตั้งเมืองโบราณ มีช่างฝีมือได้มาสร้างสรรผลงาน โบราณสถานจำลองจากของจริงไว้ในเมืองโบราณ ครบทั้ง 4 ภาค เช่น พระที่นั่งสรรเพชญปราสาทจำลอง ศาลาพระอรหันต์ เขาพระสุเมรุ วิหารวัดภูมินทร์ วัดจองคำ ลำปาง วิหารสุโขทัย พระมหาธาตุเจดีย์ สุโขทัย ฯลฯ เมืองโบราณที่มีความสวยงามมากขนาดนี้ช่างฝีมือทุกคนต้องอดทนและพยายามสร้างสรรค์ให้เมืองโบราณสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ความสวยงามของเมืองโบราณ ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำอัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณ สถาปัตยกรรมทางเดินและส่วนรังสรรค์ออกมาเป็นอัตลักษณ์องค์กรโดยจะใช้ความประทับใจที่ได้เห็นการบูรณะซ่อมแซมเมืองโบราณของช่างฝีมือที่ตั้งใจช่วยกันบูรณะให้เมืองโบราณกลับมาสวยงามอีกครั้ง การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจเหล่านั้น และแสดงให้เห็นความน่าสนใจของเมืองโบราณ ในเชิงการท่องเที่ยวและศึกษาหาความรู้เรื่องประวัติของโบราณสถานสำคัญของแต่ละสถานที่ในประเทศไทย โดยรวบรวมไว้ในสถานที่เดียว และสำหรับเป็นแหล่งที่ทำให้ครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกัน

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจ จัดทำอัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณโดยการนำความประทับใจในวัยเด็กที่ได้เห็น เมืองโบราณสวยงามมากแต่กาลเวลาผ่านไปทำให้เมืองโบราณชำรุดและทรุดโทรมลง การได้เห็นขั้นตอน

และการพัฒนาในการบูรณะซ่อมแซมให้เมืองโบราณกลับมาสวยงาม อีกครั้งช่างฝีมือในครั้งนั้นมาออกแบบให้เหมาะกับยุคสมัยและเป็นที่น่าสนใจเพื่อบอกถึงความน่าสนใจและจุดเด่นของสถานที่เพื่อทำให้คนสมัยใหม่หันมาสนใจโบราณสถานต่างๆของไทย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณให้เหมาะกับยุคสมัยและเป็นที่น่าสนใจ
2. เพื่อสื่อสารให้เห็นถึงความน่าสนใจและจุดเด่นของสถานที่
3. เพื่อให้คนสมัยใหม่หันมาสนใจโบราณสถานของเมืองโบราณ

## ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมา จากหนังสือตำรา เว็บไซต์และ มัลติมีเดีย รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ
2. สร้างการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้ถามสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บ ข้อมูล ปฐม ภูมิ ด้วย การใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มเป้าหมาย ก็คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงาน ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และใช้วิธี

ตีความจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
ออกแบบข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการ  
ออกแบบซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของ  
กลุ่มเป้าหมาย

6. ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เมือง  
โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ

### ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก  
กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา จำนวน 50 คน ผลที่  
ได้จะแยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อ  
ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ 2) ลักษณะของสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ รวมทั้ง  
ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
ออกแบบ จำนวน 3 คน มีรายละเอียด ดังนี้

**ส่วนที่ 1** นักเรียนนักศึกษา เมื่อมาถึงเมืองโบราณ  
แล้วจะนึกถึงสถานที่รวบรวมโบราณสถานของไทย  
มากที่สุด ( ดังตารางที่ 1 ) สิ่งที่ตั้งดูให้มาเที่ยวที่  
เมืองโบราณ เพราะโบราณสถานมากที่สุด ( ดัง  
ตารางที่ 2 ) ภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายสื่อถึงเมือง  
โบราณได้ดีที่สุดมากที่สุด ( ดังตารางที่ 3 )

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์สิ่งที่นึกถึงเมื่อมาเที่ยวที่  
เมืองโบราณ

สิ่งที่นึกถึงเมื่อมาเที่ยวที่เมืองโบราณ	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
สถานที่รวบรวมโบราณสถานของไทย	46	1
สถานที่เที่ยว/สถานที่มาถ่ายรูป	28	2
แหล่งศึกษา	26	3

แสดงให้เห็นว่างานออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร  
เมืองโบราณ ควรออกแบบโดยนำโบราณสถาน  
มาใช้ในการออกแบบมากที่สุด

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์สิ่งที่ตั้งดูให้สนใจมา  
เที่ยวที่เมืองโบราณ

อะไรเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คุณสนใจมาเที่ยวที่เมืองโบราณ	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
โบราณสถาน	63.3	1
เห็นในละคร	28.6	2
สื่อประชาสัมพันธ์	8.2	3

แสดงให้เห็นว่าควรออกแบบโดยนำโบราณสถาน  
มาใช้ในการออกแบบ

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์ภาพประกอบที่สื่อถึง

คุณคิดว่าภาพประกอบแบบใดสื่อถึงเมืองโบราณได้ดีที่สุด	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ภาพผสม	76	1
ภาพถ่ายเส้น	14	2
ภาพระบายสี	10	3

เมืองโบราณได้ดี

แสดงให้เห็นว่าภาพประกอบควรนำภาพถ่ายมา  
ใช้ในการออกแบบ

**ส่วนที่ 2** แผนที่ที่ใช้ในการเยี่ยมชมสถานที่ แบบ  
ผสมระหว่างภาพการ์ตูนและทางการเหมาะสม  
ที่สุด ( ดังตารางที่ 4 ) ของที่ระลึกที่อยากจะได้จาก  
เมืองโบราณ คือพวงกุญแจมากที่สุด ( ดังตารางที่ 5 )  
ชาวต่างเหมาะสำหรับ การมาเที่ยวชมเมืองโบราณ  
( ดังตารางที่ 6 )

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามแผนที่ที่ใช้  
ในการเยี่ยมชมสถานที่

แผนที่ที่ใช้ในการเยี่ยมชมสถานที่ที่คุณคิดว่าแบบใดเหมาะสมกับเมือง โบราณมากที่สุด	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
แผนที่แบบผสมระหว่างภาพการ์ตูนและทางการ	64	1
แผนที่แบบเป็นทางการ	24	2
แผนที่แบบภาพการ์ตูน	12	3

แสดงให้เห็นว่าแผนที่ควรออกแบบให้เป็นแผนที่  
แบบผสมระหว่างภาพการ์ตูนและทางการ

**ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของที  
ระลีกจากเมืองโบราณ**

ของทีระลีกแบบใดที่คุณอยากได้จากเมืองโบราณ	ระดับความคิดเห็น	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
พวงกุญแจ	58.3	1
เสื้อยืด	33.3	2
ที่ชั้นหนังสือ	4.2	3
โมเดลเล็กๆตั้งโต๊ะ	5	4

แสดงให้เห็นว่าของทีระลีกที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุดคือพวงกุญแจ

**ส่วนที่ 3** จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญงานออกแบบแสดงให้เห็นว่า ในการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณนั้น หากต้องการให้ออกมาในรูปแบบที่ดูแปลกใหม่ ควรใช้สถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่นมาประยุกต์ทำอัตลักษณ์องค์กรให้มีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ ในการออกแบบภาพรวมของกราฟิก ควรจะเป็นลายเส้นที่เรียบง่ายเข้าใจง่ายตัวหนังสือ โมเดิร์น ตัวโลโก้ ควรจะออกแบบเป็นเส้นแบบง่ายๆที่ตัดแปลงมาจากสถาปัตยกรรมเด่นๆของเมืองโบราณ ซึ่งลายเส้นนี้สามารถนำไปใช้ได้ง่ายในทุกๆ อัตลักษณ์ คมโทนของงานได้ดี สิ่งที่จะทำให้งาน น่าสนใจมากขึ้นสำหรับงานอัตลักษณ์คิดว่าอยู่ที่ การคุมโทนและลูกเล่นต่างๆที่ใช้ในอัตลักษณ์แต่ละประเภทเช่น แผ่นพับอาจจะมีการไดคัทเป็นรูปทรงสถาปัตยกรรมต่างๆ หรือพับเป็นรูปทรงที่แปลกใหม่ และควรแสดงให้เห็นถึงความงามของสถาปัตยกรรมอันงดงาม ทันสมัย เข้าใจง่าย เข้าถึงง่ายไม่เก่าแก่โบราณเกินไป (อิงจากกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น) และควรมีสีโทนร้อนที่จะทำให้เหมาะในงานออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร

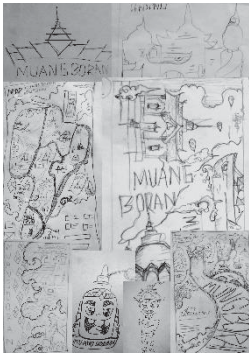
**ผลการออกแบบ**

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือสามารถนำไปเป็นโจทย์ด้านการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ สื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ เมืองในวันเก่า เมืองโบราณสถานที่ที่รวบรวม โบราณสถานสถาปัตยกรรมต่างๆของประเทศไว้ในที่เดียว และมีบรรยากาศของความเป็นไทยในสมัยก่อนเหมือนได้ย้อนไปอยู่ในบรรยากาศนั้นจริงๆ โดยใช้ ( Mood – Tone ) คือ smart เท่/ classic คลาสสิก กลุ่มเป้าหมายคือนักเรียน นักศึกษาทั้งชาย และหญิง อายุ 18 – 22 ปี โดยสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ นั้นจะมีรูปแบบที่เท่ คลาสสิก และน่าสนใจ

ขั้นตอนการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ

1. ศึกษาข้อมูลของเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ
2. ทำแบบร่างสื่ออัตลักษณ์องค์กรให้สอดคล้องกับแนวคิด
3. ออกแบบภาพประกอบตามแบบร่างที่กำหนดไว้ตามแนวความคิด
4. จัดวางองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ออกแบบโปสเตอร์ แผ่นพับประวัติโบราณสถานแผนที่เที่ยวชมสถานที่และพื้นที่ต่างๆ มาตรฐาน และของทีระลีก
5. ทำแบบจำลองของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อทดสอบการใช้งาน

ภาพที่1 แบบร่างมือสือ้อัตลักษณ์องค์กร



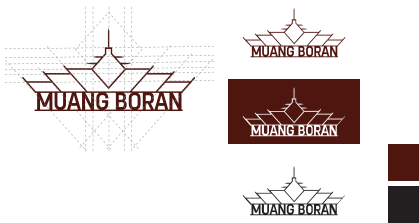
ภาพร่างมือ ออกแบบโดยแสดงให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ของสถานที่เมืองโบราณ ที่ให้บรรยากาศและความรู้สึกเหมือนได้อยู่ในสมัยก่อน

ภาพที่2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์



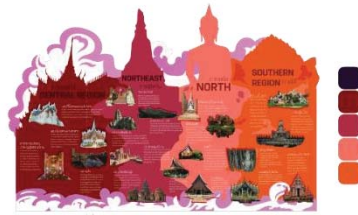
โปสเตอร์ ออกแบบโดยใช้รูปของสถานที่ที่สลับทิศทางการเพื่อให้เห็นว่าโบราณสถานมาจากหลายที่หลายๆมุมของประเทศไทย

ภาพที่3 ตราสัญลักษณ์



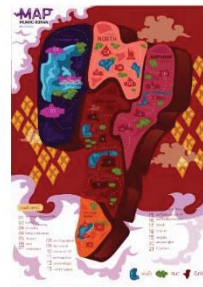
ตราสัญลักษณ์ใช้โครงสร้างของโบราณสถานที่เป็นจุดเด่นของเมืองโบราณมาออกแบบ

ภาพที่4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ



แผ่นพับออกแบบโดยใช้รูปทรงของโบราณสถานในการออกแบบ

ภาพที่5 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผนที่



แผนที่ออกแบบโดยใช้พื้นที่ของเมืองโบราณที่มีรูปร่างเหมือนแผนที่ประเทศไทยมากออกแบบ

ภาพที่6 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทธง



ธงประชาสัมพันธ์ออกแบบโดยใช้ลวดลายที่มีความเป็นไทย

ภาพที่7 มาสคอต และของที่ระลึก



มาสคอตและของที่ระลึก ใช้โบราณสถานที่เป็นจุดเด่นมาออกแบบ

### วิจารณ์ผลการวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเมือง  
โบราณ จังหวัดสมุทรปราการใช้หลักการออกแบบ  
สื่ออัตลักษณ์องค์กรสำหรับวัยรุ่นโดยเน้นการใช้  
โบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองโบราณ ให้  
จดจำได้ง่ายและดูมีความคลาสสิกและความ  
สนุกสนานเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ สีสดใส  
และวิถีชีวิต บรรยากาศของผู้คนสมัยก่อน ให้  
กลับมาสู่ผู้คนสมัยนี้ได้ซึมซับ
- ผลการทดสอบการใช้สื่อกับนักศึกษาแสดง  
ให้เห็นว่าอัตลักษณ์องค์กรที่มีรูปแบบ คลาสสิกและ  
สนุกสนานจะดึงดูดความสนใจทำให้สื่อมีปฏิสัมพันธ์  
กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจกับ  
สื่ออัตลักษณ์องค์กรและเกิดเป็นภาพจำ ซึ่งตอบ  
โจทย์การทำสื่ออัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณ  
และยังเป็นการเชิญชวนให้ วัยรุ่นในปัจจุบันหันมา  
สนใจและให้ความสำคัญกับโบราณสถาน และวิถี  
ชีวิต ประวัติศาสตร์ความเป็นอยู่ของคนไทย
- เมืองโบราณ. (2560) ประวัติความเป็นมา  
ค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561  
จาก <https://travel.kapook.com>
- เมืองโบราณ. (2560) ประวัติความเป็นมา  
ค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561 จาก  
<https://www.muangboranmuseum.com/>
- Archudio (2559) ประเภทของตราสัญลักษณ์  
ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2561 จาก  
<https://www.archudio.com/blog/7-types-of-logos>
- เกรียงไกร. (2558) ทฤษฎีสื่อสำหรับงานออกแบบ  
ค้นหาเมื่อ 10 สิงหาคม 2561 จาก  
<https://www.gotoknow.org/posts/381237>

### สรุปและอภิปรายผล

สื่ออัตลักษณ์องค์กรของเมืองโบราณ จัดทำ  
ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายโทนสีและ  
ภาพประกอบที่เลือกใช้คือโทนสีที่สดใส ใช้ภาพถ่าย  
ของโบราณสถานเพื่อให้เห็นบรรยากาศของเมือง  
โบราณ ได้สนุกสนานกับการท่องเที่ยวได้รับความรู้  
ทางประวัติศาสตร์ เห็นความสำคัญของโบราณสถาน  
ที่เป็นเอกลักษณ์ของมาอย่างยาวนาน