

ศึกษาออกแบบอัตลักษณ์การแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์
THE STUDY OF THAI MEDICATION IDENTITY, RAJAMANGALA UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY THANYABURI FOR THE COMMERCIAL MEDIA DESIGN GUIDELINES.

รุ่งนภา สุวรรณศรี
Rungnapha Suwannasri
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Rungnapha_aee@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลเฉพาะของแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2. เพื่อออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 3. เพื่อนำอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นแนวทางการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ประเมินรูปแบบอัตลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ จำนวน 20 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลความคิดเห็นการออกแบบแบบสื่อเชิงพาณิชย์ จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามด้านการออกแบบอัตลักษณ์ และแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อสื่อเชิงพาณิชย์

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นการออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของแพทย์แผนไทย คือการตัดทอนจากรูปแบบจริงให้มีความน้อย มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัวดูเป็นสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่า มีความแตกต่างเป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียดในการสื่อความหมายได้ดี สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการใช้ในการสื่อสาร มีความงามเป็นเลิศ ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่ใช้งานได้ยาวนาน และมีความเป็นไทยร่วมสมัย โดยการใช้การถอดรหัสภาพจากดอกบัวสวรรค์ ลูกประคบ และท่านวด มีการใช้สีคือ สีแดง สีชมพูอมม่วง สีเขียว และสีทอง ผลรวมทั้งหมดของการประเมินมีระดับความคิดเห็นมากค่าเฉลี่ย = 3.85

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ คือสื่อสิ่งพิมพ์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีแนวความคิดการออกแบบ คือ ต้องมีการวางตำแหน่งอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับตัวอักษรและภาพประกอบ สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ และมีความสวยงามที่มีคุณค่า และสื่อป้ายสัญลักษณ์ มีแนวความคิดการออกแบบ คือ ต้องมีการวางตำแหน่งอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับขนาดป้าย เหมาะสมกับรูปแบบตัวอักษรและภาพประกอบ มีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมสามารถมองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล ผลรวมทั้งหมดของการประเมินมีระดับความคิดเห็นมากค่าเฉลี่ย = 4.02

คำสำคัญ: การออกแบบ อัตลักษณ์ การแพทย์แผนไทย สื่อเชิงพาณิชย์

Abstract

The purposes of this research were. 1) to educate the specific data of Thai medical profession from Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 2) to design the proper unique of Thai medical profession from Rajamangala University of Technology Thanyaburi, and 3) to apply the proper unique of Thai medical profession from Rajamangala University of Technology Thanyaburi to the commercial design of media. The sample group for the research were 20 estimators of the design and 50 information providers of the design. The research tools are questionnaires of the design and commercial media opinion.

After the researcher had gathered the opinions of the Thai medical profession unique design, the result clearly showed that everything need to be simple, valuable, different, and meaningful. To be precise, the design should make Thai medical profession useful for any types of goods or services. Also, this sort of science should bring fame to organizations. The design of it should be able to increase sales and appear in Thai contemporary style. By 'Thai contemporary style, some technics like The Heaven Lotus shape, dabber shape, and massage manners, are used. Red, pink, purple-pink, green, and golden color are included. The result showed the average value of 3.85.

Lastly, the survey of commercial media opinion, which here means all printing matters for information, also showed the result. The whole idea is all about creating proper positions for photos and texts. Everything here should look beautiful and valuable. The sizes of texts and photos need to fit, not too large and not too small. All elements should be able to be seen in a great distance too. The average value for this is 4.02.

Keywords: Design; Identity; Thai Traditional Medicine; Commercial Media

1. บทนำ

การแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดำเนินการเปิดการเรียนการสอนในสาขาวิชาการแพทย์แผนไทย ประยุกต์ ขึ้นในสถานศึกษาของรัฐเป็นแห่งแรก โดยได้รับการรับรองคุณวุฒิของผู้สำเร็จการศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2542 เปิดสอน 2 หลักสูตร คือหลักสูตรการแพทย์แผนไทยประยุกต์บัณฑิต ระดับปริญญาตรี 4 ปี หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพความงาม และสปา ระดับปริญญาตรี 4 ปี ทั้งยังมีการให้บริการตรวจวัดเพื่อรักษา นวดผ่อนคลาย และส่วนของความงาม และสปาด้วยผลิตภัณฑ์ของการแพทย์แผนไทยโดยเฉพาะ การแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี [1] อัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวตนที่เป็นตัวบ่งชี้เฉพาะขององค์กร ตลอดจนที่บอกเอกลักษณ์ของสินค้าที่แสดงออกถึงความเฉพาะตัวตน ผ่านการออกแบบเป็นสัญลักษณ์โดยการออกแบบกราฟิกให้สามารถสื่อความหมายโดยการใช้สัญลักษณ์ภาพ เครื่องหมายตัวอักษร การใช้สี การวาดภาพผ่านกระบวนการการออกแบบที่ประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การออกแบบอัตลักษณ์จะช่วยสร้างสรรค์เอกลักษณ์ขององค์กรการแพทย์แผนไทยแห่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อใช้ในการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจ ช่วยส่งเสริมการรับรู้ทางการมองเห็นเป็นสื่อกลางที่จะทำให้การรับรู้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นอัตลักษณ์ขององค์กรการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีรูปแบบที่สื่อความหมายที่แสดงออกเฉพาะถึงความเป็นองค์กรการแพทย์แผนไทย คือ มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่ซ้ำซ้อน มีความเหมาะสม มีความเรียบร้อย มีความน่าเชื่อถือ และสวยงามตามรูปแบบของงานศิลปะที่ผ่านการออกแบบให้มองเห็นในอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่สวยงามสามารถดึงดูดสายตาให้น่าสนใจทางการถ่ายทอดจินตนาการและแนวความคิดของความเป็นเอกลักษณ์ไทยนำไปสู่ผู้บริโภคได้ ทั้งการออกแบบอัตลักษณ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจทางการค้า การบริการมีการพัฒนาที่ดีขึ้น อัตลักษณ์ คือ มีจุดหมายทำให้อัตลักษณ์นั้นมีความแตกต่าง สิ่งใดที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ และจดจำได้ คุณค่าแบรนด์เป็นคุณค่าในภาพรวมซึ่งนับเป็นจุดแข็งทางการตลาดของแบรนด์ สมิตรา ศรีวิบูลย์ [2] ได้กล่าวว่า ในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับองค์กรหรือแบรนด์ สิ่งที่มีความสำคัญเป็นแผนการตลาดที่ดี ก็คือการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืนให้กับองค์กร เนื่องจากการสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ผ่านการสื่อสารแบรนด์สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่จับต้องได้และมองเห็น

สื่อเชิงพาณิชย์ คือสื่อที่จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางสามารถส่งข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมาย หลายกลุ่มได้ในเวลาที่พร้อมกัน การเผยแพร่สื่อรวดเร็วทันสมัย ทันเวลา ค่าใช้จ่ายถูก มีความน่าเชื่อถือ อยู่ได้นานและยังสามารถออกแบบรูปแบบสื่อได้เต็มทั้งด้านเนื้อที่ขนาดของสื่ออีกทั้งยังให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าและการบริการ และนำไปปฏิบัติตามโดยเน้นในการส่งเสริมการขายสินค้า การบริการ และการสร้างภาพพจน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความเชื่อถือ ความศรัทธาตามมาทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจกลับมาซื้อสินค้าและบริการ [3] ดังนั้น การออกแบบอัตลักษณ์เพื่อนำไปออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ จึงควรให้มีลักษณะที่สามารถจดจำเรียกขานได้ง่าย และมีความทันสมัยอยู่เสมอ สื่อเชิงพาณิชย์ของการแพทย์แผนไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จากการศึกษาพบว่า มีสื่อดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ใบปิด แผ่นพับ แผ่นปลิว นามบัตร และสื่อเพื่อสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ระบบป้ายสัญลักษณ์ การใช้กราฟิกตกแต่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาข้อมูลเพื่อออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อให้มีอัตลักษณ์ที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบของสถานที่ ที่เป็นแพทย์แผนไทยในการรักษาและส่งเสริมความงามอันจะช่วยสร้างความโดดเด่นในด้านต่างๆ ที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันโดยผ่านงานออกแบบอัตลักษณ์ลงในสื่อเชิงพาณิชย์ที่ได้ศึกษาจากรูปแบบเดิมเพื่อให้มีความเหมาะสมและสวยงามมากขึ้น เช่น การออกแบบอัตลักษณ์บนสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อสภาพแวดล้อมภายในสถานบริการความงามและสปา โดยการใช้สัญลักษณ์ภาพ รูปร่าง รูปทรง สี โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปะเข้ามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ อันจะทำให้การแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเกิดภาพลักษณ์ใหม่ที่ดียิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถพัฒนาส่งเสริมองค์กรและสินค้าไปสู่เศรษฐกิจด้านต่างๆ ที่ดีขึ้น อัตลักษณ์ที่ออกแบบจะทำให้องค์กรการแพทย์แผนไทยแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะได้อย่างชัดเจน เพิ่มคุณค่าอย่างเป็นสากลที่ยั่งยืน ซึ่งจะสร้างความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และมีความศรัทธาต่อองค์กร สินค้า รวมถึงการให้บริการด้านความงามและการนวดรักษาช่วยเหลือสังคมและชุมชนได้ ทั้งยังสนับสนุนความเป็นวัฒนธรรมเฉพาะขององค์กรได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลเฉพาะของแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 2.2 เพื่อออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 2.3 เพื่อนำอัตลักษณ์เฉพาะการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นแนวทางการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตการศึกษาข้อมูล : ศึกษาข้อมูลของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ศึกษาข้อมูลการออกแบบอัตลักษณ์ ศึกษาข้อมูลการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ : สถานสุขภาพและความงามราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3.3 ขอบเขตด้านการออกแบบ : ออกแบบอัตลักษณ์หลัก 1 แบบ ออกแบบอัตลักษณ์สุขภาพความงาม 1 แบบ ออกแบบอัตลักษณ์ทำนวด 5 แบบ และออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 2 ชุด คือชุดสุขภาพและความงาม 5 แบบ ชุดเพื่อสุขภาพ 3 แบบ ใบปิดหรือโปสเตอร์ 1 แบบ แผ่นพับ 1 แบบ ใบปลิว 1 แบบ นามบัตรองค์กร 1 แบบ และออกแบบสื่อป้ายสัญลักษณ์ ประกอบด้วย ป้ายหลัก 1 แบบ ป้ายประชาสัมพันธ์ 1 แบบ ป้ายหน้าห้องนวดรักษา 1 แบบ ป้ายหน้าห้องนวดเพื่อสุขภาพและความงาม 2 แบบ ป้ายห้องนวดผ่อนคลาย 1 แบบ ป้ายห้องนวดเท้า 1 แบบ ป้ายห้องนวดชาย 1 แบบ ป้ายห้องนวดหญิง 1 แบบ พร้อมกราฟิกทำนวดตกแต่งบริเวณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักออกแบบและคนทั่วไปที่สนใจการรักษาและดูแลสุขภาพของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักออกแบบและคนทั่วไปที่สนใจการรักษาและดูแลสุขภาพของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แบ่งเป็นกลุ่มนักออกแบบจำนวน 20 คนและคนทั่วไปที่สนใจการรักษาและดูแลสุขภาพจำนวน 50 คน

ตัวแปรในการวิจัย ตัวแปรต้น ได้แก่ ออกแบบอัตลักษณ์การแพทย์แผนไทย ได้แก่ อัตลักษณ์หลัก อัตลักษณ์เพื่อสุขภาพและความงาม อัตลักษณ์ทำนวด และตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ สื่อเชิงพาณิชย์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อป้ายสัญลักษณ์

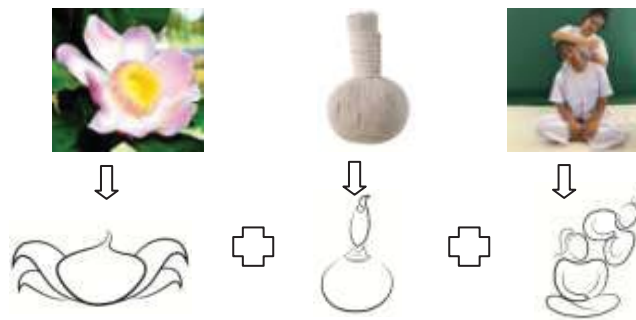
4. วิธีดำเนินการวิจัย

ตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเฉพาะของแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีขั้นตอนการดำเนินงานคือ ศึกษาข้อมูลด้านพื้นที่ เก็บข้อมูลภาคเอกสาร และข้อมูลจากการถ่ายภาพ และสัมภาษณ์เพื่อหารูปแบบมาทำการออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของแพทย์แผนไทย

ตอนที่ 2 ออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีขั้นตอนการดำเนินงานคือ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบปรับปรุงแก้ไขการออกแบบอัตลักษณ์ให้มีความเหมาะสมและถูกต้อง คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อแนะนำเสนอแนวทางด้านการออกแบบอัตลักษณ์ และ กลุ่มผู้มีความรู้

ทางการออกแบบ จำนวน 20 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบอัตลักษณ์ที่มีความเหมาะสม ดังมีกระบวนการออกแบบดังต่อไปนี้

1. กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์หลักของการแพทย์แผนไทยราชชมงคลธัญบุรี มีแนวความคิดในการออกแบบ คือ การใช้รูปแบบของการสื่อความหมายที่มีเกี่ยวข้องกับศาสตร์แห่งการบำบัดด้วยวิธีธรรมชาติ การสื่อความหมายด้วยดอกไม้มงคล คือ ดอกบัวสวรรค์ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลธัญบุรี สื่อให้เห็นความสำคัญขององค์กร ลูกประคบ เป็นอุปกรณ์ใช้สำหรับบำบัดการรักษาใช้ร่วมกับวิธีการนวดรักษา และท่านวดรักษา ซึ่งมีแนวความคิดการออกแบบอัตลักษณ์ให้มีความเป็นสากลใช้หลักการออกแบบโดยการตัดทอนจากรูปแบบจริงให้มีความน้อย มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัวดูเป็นสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่า มีความแตกต่างเป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียดในการสื่อความหมายได้ดี สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการใช้ในการสื่อสารแตกต่างกันได้ เป็นสัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่ใช้งานได้นาน แต่มีความเป็นไทยร่วมสมัย เสนอขั้นตอนการถอดรหัสภาพ



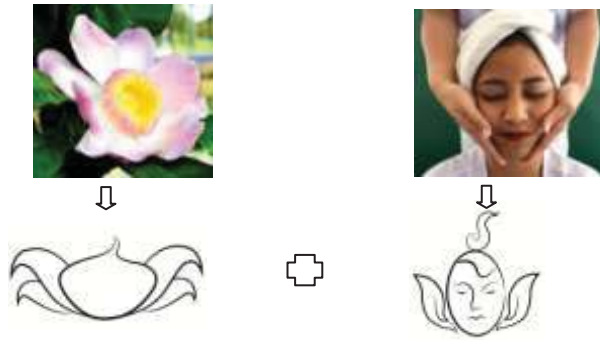
รูปที่ 1 กระบวนการถอดรหัสภาพในการออกแบบอัตลักษณ์หลัก ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

จากการถอดรหัสภาพได้ 3 แบบ นำมาออกแบบในการใช้รหัสภาพร่วมกัน มีรูปแบบตัดทอนรูปแบบจากภาพเหมือนจริงให้เป็นภาพลายเส้นกราฟิกนำมาจัดองค์ประกอบให้เข้ากันอย่างมีความกลมกลืน ทำให้เห็นถึงความเป็นเอกภาพของหลักการออกแบบเรื่องการใช้เส้น การใช้รูปร่าง รูปสี่เหลี่ยม การใช้หลักภาพและพื้นที่โดยอาศัยเทคนิคการออกแบบ การตัดทอน การลดส่วนให้งานดูเรียบง่ายเพื่อให้จดจำได้ง่าย และนำไปใช้ได้กับสื่อประเภทต่างๆ โดยเลือกใช้สีแดง และสีทองซึ่งมีความหมายของสีดังต่อไปนี้ สีแดง หมายถึง สีประจำวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลธัญบุรี และสีเหลืองทอง หมายถึง ความเป็นไทยจากลวดลายไทยในสัญลักษณ์ในเชิงพุทธศาสนาที่สื่อถึงความสงบ ความดีงาม ผลการวิเคราะห์การออกแบบอัตลักษณ์หลังจากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสม ดังรูปแบบที่ 2



รูปที่ 2 ชุดการถอดรหัสภาพร่วมกันและการใช้สีของอัตลักษณ์หลัก ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

2. กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อสุขภาพและความงามของการแพทย์แผนไทยราชชมงคลธัญบุรีแนวความคิดในการออกแบบ การใช้รูปแบบของการสื่อความหมายที่มีเกี่ยวข้องกับศาสตร์แห่งการบำบัดด้วยวิธีธรรมชาติ คือการสื่อความหมายด้วยดอกไม้มงคล คือดอกบัวสวรรค์ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลธัญบุรี สื่อให้เห็นความสำคัญขององค์กร ผสมผสานกับการใช้ท่านวดหน้าเพื่อสุขภาพและความงาม การสื่อความหมายทั้ง 2 ภาพ โดยเลือกใช้สีชมพูอมม่วงและสีทองมีความหมายของสี ดังนี้ ชมพูอมม่วง คือสีของดอกบัวสวรรค์เป็นสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลธัญบุรี บอกถึงความอ่อนหวาน ความหรูหรา ความมั่นคง และสีเหลืองทอง คือความเป็นไทยจากลวดลายไทยในสัญลักษณ์ในเชิงพุทธศาสนาที่สื่อถึงความสงบ ความดีงาม ผลการวิเคราะห์การออกแบบอัตลักษณ์หลังจากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสม ดังรูปแบบที่ 1



รูปที่ 3 แสดงการถอดรหัสภาพในการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อสุขภาพและความงาม ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 4 ชุดการถอดรหัสภาพร่วมกันและการใช้สีของอัตลักษณ์เพื่อสุขภาพและความงามของการแพทย์แผนไทย ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

3. กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อสุขภาพของการแพทย์แผนไทยราชมงคลธัญบุรี มีแนวความคิดการออกแบบ การใช้รูปแบบของการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์แห่งการบำบัดด้วยวิธีธรรมชาติ คือการสื่อความหมายด้วยภาพทำนวดเพื่อการรักษา ทำนวดผ่อนคลาย ทำนวดเท้า ภาพคนผู้ชาย และภาพคนผู้หญิง โดยเลือกใช้สีเขียว และสีทอง หมายถึง ความผ่อนคลาย การบำบัด ความสดชื่น ความสะอาดปลอดภัย และสีทอง หมายถึง ความเป็นไทยจากลวดลายไทยในสัญลักษณ์ในเชิงพุทธศาสนาที่สื่อถึงความสงบ ความดีงาม ผลการวิเคราะห์การออกแบบอัตลักษณ์หลังจากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสม ดังรูปแบบที่ 1



รูปที่ 5 อัตลักษณ์ทำนวดรักษา ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 6 อัตลักษณ์ทำนวดไทย ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 7 ลักษณะท่านิ้วเท้า ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 8 อัตลักษณ์คนผู้ชาย ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 9 อัตลักษณ์คนผู้หญิง ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่ออัตลักษณ์หลักการแพทย์แผนไทย

รายการประเมินสื่อสิ่งพิมพ์	N = 50		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. อัตลักษณ์มีความเรียบง่ายและจดจำง่าย	4.45	.75	มาก
2. อัตลักษณ์มีความเฉพาะตัว	4.30	.65	มาก
3. อัตลักษณ์มีรูปลักษณ์ทรงคุณค่า	4.15	.67	มาก
4. อัตลักษณ์มีความแตกต่างจากรูปแบบอื่นที่เคยพบเห็น	3.90	.69	มาก
5. อัตลักษณ์บอกรายละเอียดได้ชัดเจน	3.75	.91	มาก
6. อัตลักษณ์สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าและบริการของการแพทย์แผนไทย	3.80	.95	มาก
7. อัตลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารได้	3.55	.68	มาก
8. อัตลักษณ์มีความงามที่เป็นเลิศ	3.70	.73	มาก
9. อัตลักษณ์ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร	3.95	.75	มาก
10. อัตลักษณ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการขายได้	3.35	.67	ปานกลาง
11. อัตลักษณ์มีรูปแบบที่สามารถใช้งานได้นาน	3.95	.75	มาก
ผลรวม	4.26	.30	มาก

ตอนที่ 3 การนำอัตลักษณ์แพทย์แผนไทยที่ได้จากการประเมินในตอน 2 ออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้ที่สนใจการรักษาและดูแลสุขภาพของการแพทย์แผนไทย จำนวน 50 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบสื่อเชิงพาณิชย์ ดังนี้



รูปที่ 10 อัตลักษณ์บนสื่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์ชุดเพื่อสุขภาพ ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 11 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ แผ่นพับ และใบปลิว ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 12 อัตลักษณ์บนกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ชุดเพื่อสุขภาพและความงาม ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อเชิงพาณิชย์ประเภทสื่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รายการประเมินสื่อสิ่งพิมพ์	N = 50		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. ตำแหน่งการวางอัตลักษณ์บนกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.10	.64	มาก
2. อัตลักษณ์มีความเหมาะสมกับรูปแบบตัวอักษรบนกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	3.86	.67	มาก
3. อัตลักษณ์มีความเหมาะสมกับภาพประกอบบนกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	4.02	.62	มาก
4. อัตลักษณ์สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้กับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	3.94	.61	มาก
5. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงาม	4.04	.66	มาก
6. อัตลักษณ์ส่งเสริมให้กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีคุณค่า	4.02	.47	มาก
ผลรวม	3.99	.30	มาก



รูปที่ 13 อัตลักษณ์บนระบบป้ายสัญลักษณ์ และการนำอัตลักษณ์เพื่อตกแต่งสถานที่ ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี



รูปที่ 14 การนำอัตลักษณ์ออกแบบระบบป้ายหน้าห้องและตกแต่งบริเวณ ที่มา : รุ่งนภา สุวรรณศรี

ตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อเชิงพาณิชย์ประเภทสื่อป้ายสัญลักษณ์

รายการประเมินสื่อสิ่งพิมพ์	N = 50		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
1. อัตลักษณ์บนป้ายหลักสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.54	.54	มาก
2. ขนาดอัตลักษณ์มีความเหมาะสมกับขนาดของป้ายหลัก	4.28	.49	มาก
3. อัตลักษณ์มีความเหมาะสมกับรูปแบบตัวอักษรบนป้าย	4.12	.71	มาก
4. ป้ายหลักมีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.20	.67	มาก
5. อัตลักษณ์บนป้ายหลักสามารถมองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล	4.16	.68	มาก
ผลรวม	4.26	.30	มาก

5. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลเฉพาะการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อออกแบบอัตลักษณ์สำหรับการให้บริการในสถานสุขภาพ และความงามราชชมงคลธัญบุรี ออกแบบอัตลักษณ์ คืออัตลักษณ์หลัก ประจำสถานบริการสุขภาพ และความงามราชชมงคลธัญบุรี อัตลักษณ์ด้านสุขภาพและความงาม อัตลักษณ์ท่านวด ส่วนการนำอัตลักษณ์การแพทย์แผนไทยที่ออกแบบขึ้นใหม่ไปใช้ในการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ในสถานบริการสุขภาพ และความงามราชชมงคลธัญบุรี ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ที่ และสื่อป้ายสัญลักษณ์

สรุปผลการออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้แนวคิดในการออกแบบ คือการตัดทอนจากรูปแบบจริงให้มีความน้อย มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัวดูเป็นสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่า มีความแตกต่างเป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียดในการสื่อความหมายได้ดี สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการใช้ในการสื่อสารแตกต่างกันได้เป็นสัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ ช่วยต่อยอดความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่ใช้งานได้นานแต่มีความเป็นไทยร่วมสมัย ใช้สีเน้นความเป็นธรรมชาติ สีแดงความหมาย เป็นสีประจำวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สีเขียวความหมาย ความผ่อนคลาย การบำบัด ความสะอาดปลอดภัย สีเหลืองทองหมายถึง ความเป็นไทยจากลวดลายไทยจากสัญลักษณ์ในเชิงพุทธศาสนา และสีบัวชมพูม่วง ความหมาย คือสีของดอกบัวสวรรค์เป็นสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ความหรูหรา มั่นคง

สรุปผลแนวคิดในการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คือ สื่อสิ่งพิมพ์ของการแพทย์แผนไทยใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร โดยมีแนวคิดการออกแบบ คือต้องมีการวางตำแหน่งอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับตัวอักษร และภาพประกอบ สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความสวยงามที่มีคุณค่า

6. อภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบอัตลักษณ์ใช้แนวคิดในการออกแบบ คือ การตัดทอนจากรูปแบบจริงให้มีความน้อย มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัวดูเป็นสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่า มีความแตกต่างเป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียดในการสื่อความหมายได้ดี สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการใช้ในการสื่อสารแตกต่างกันได้เป็นสัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ ช่วยต่อยอดความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่ใช้งานได้นานแต่มีความเป็นไทยร่วมสมัยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ [2] ที่ได้กล่าวไว้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ครั้งนี้มีความเรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะตัวเป็นสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่า มีความแตกต่าง เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการ เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อสารแตกต่างกัน เป็นสัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ เป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยต่อยอดความมีชื่อเสียงขององค์กร เป็นสัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย และเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้งานได้นาน ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบโดยตัดทอนรูปแบบจากภาพเหมือนจริงให้เป็นภาพลายเส้นกราฟิกนำมาจัดองค์ประกอบให้เข้ากันอย่างมีความกลมกลืน ทำให้เห็นถึงความ เป็นเอกภาพของหลักการออกแบบเรื่องการใช้เส้น การใช้รูปร่าง รูปสี่เหลี่ยม การใช้หลักภาพและพื้นโดยอาศัยเทคนิคการออกแบบ การตัดทอน การลดส่วนให้งานดูเรียบง่ายเพื่อให้จดจำได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของ ทองเจือ เขียดทอง [4] ที่ได้กล่าวไว้ถึงงานออกแบบอัตลักษณ์ที่มีการใช้เส้น การใช้รูปร่าง และรูปทรงเรขาคณิต รูปวงกลม รูปวงรี รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า รูปหกเหลี่ยม รูปแปดเหลี่ยม รูปหลายเหลี่ยม โดยอาศัยเทคนิคการออกแบบ การตัดทอน การลดส่วนให้งานดูเรียบง่าย และใช้สีเน้นความเป็นธรรมชาติ สีแดงความหมาย เป็นสีประจำวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สีเขียวความหมาย ความผ่อนคลาย การบำบัด ความสะอาดปลอดภัย สีเหลืองทองหมายถึง ความเป็นไทยจากลวดลายไทยจากสัญลักษณ์ในเชิงพุทธศาสนา และสีบัวชมพูม่วง ความหมาย คือสีของดอกบัวสวรรค์เป็นสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ความหรูหรา มั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการใช้สี ถ้าได้จากการทดลองที่สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมจะสะท้อนความเชื่อที่มีความเชื่อมโยงกับสีของความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย เฉดสีที่สดใสสวยงามสร้างคุณค่าให้แก่นางซึ่งสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมได้ [5]

แนวทางการออกแบบสื่อเชิงพาณิชย์ของการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คือ สื่อสิ่งพิมพ์ของการแพทย์แผนไทยใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นงานออกแบบเพื่อการเผยแพร่ที่มุ่งชักชวนการบริการซึ่งเป็นลักษณะของ สิ่งพิมพ์ หีบห่อ และงานโฆษณา [6] โดยมีแนวคิดการออกแบบ คือต้องมีการวางตำแหน่งอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับตัวอักษร และ ภาพประกอบ สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้กับสื่อเชิงพาณิชย์ให้มีความสวยงามที่มีคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ [2] คือ การออกแบบอัตลักษณ์ด้วยรูปสัญลักษณ์การออกแบบให้เป็นรูปธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบ

รณรูปลักษณ์ที่มองเห็นได้ เช่น การใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร สี บรรจุภัณฑ์ สิ่งพิมพ์ธุรกิจ สิ่งพิมพ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกแบบตกแต่งอาคารสภาพแวดล้อม องค์ประกอบของอัตลักษณ์ ที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบอัตลักษณ์คือ สภาวะแวดล้อม และการสื่อสาร และผลการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อนำไปใช้ในสื่อสอดคล้องกับแนวความคิดของ อรัญ วาณิชกร [7] ที่ได้สรุปแนวคิดการออกแบบภาพลักษณ์การแพทย์แผนไทยว่าการพัฒนารูปแบบภาพลักษณ์เป็นลำดับจนได้รูปแบบการออกแบบภาพลักษณ์ของการแพทย์แผนไทยที่สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบสื่อประเภทต่าง ๆ ได้จริง

เอกสารอ้างอิง

- [1] Rajamangala University of Technology Thanyaburi. 2017. **Traditional Thai Medicine**. [Online] : Retrieved on October 2, www.tmc.rmutt.ac.th
- [2] Sumitra Sriwiboon. 2011. **Brand Design**. Bangkok : Flexible Color Co., Ltd.
- [3] The Intellectual Property Association of Thailand. 2017. [Online] : Retrieved on May 5, www.ipat.ar.th
- [4] Tongjua Kiadtong. 1999. **Design of symbols**. Bangkok : Rajabhat Institute.
- [5] Kanyapown Kunthonsap, Kriangsak Khiaomang, and Sung-hee Kim. 2017. Creative Environmental Friendly Coloration System for Design. **Journal of Industrial Education**, 16(1), p. 120.
- [6] Wirun Tungcharoen. 1984. **Design**. Bangkok : Visual Art
- [7] Aran Vanichkorn. 2014. **Conceptual design of Thai traditional medicine image**. Aphai Phu Bai Aesthetic Exhibition