

การศึกษาอัตลักษณ์ห้องสมุด: กรณีศึกษาห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท
A Study of Library's Identity: A Case Study of the Bangkok University's
Library, City Campus

พิมลมาศ วังมูล¹
Pimonmas Wangmoon¹

บทคัดย่อ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์องค์กร ด้วยการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และภาพลักษณ์สู่การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ จะเห็นได้ชัดเจนจากความพยายามในการปรับเปลี่ยนสื่อ ทั้งด้านกราฟฟิก การตกแต่งสภาพแวดล้อม ตลอดจนสถาปัตยกรรมที่ถูกต้องแบบที่พยายามสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น อาคารปิยะแลนด์มาร์ก อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ของแต่ละหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยก็มีความสำคัญเช่นกันและควรเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับอัตลักษณ์หลักของมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาอัตลักษณ์ของห้องสมุด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สำคัญหน่วยงานหนึ่ง ที่มีผู้ใช้หลากหลายทั้ง นักศึกษา บุคคลากร อาจารย์ รวมถึงผู้ใช้ภายนอกอื่นๆ งานวิจัยนี้ได้เริ่มจากการสำรวจสภาพแวดล้อมเดิมของห้องสมุด โดยเฉพาะในบริเวณโถงทางเข้า พื้นที่อ่านหนังสือ และเอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของห้องสมุด เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการออกแบบทั้งกราฟฟิกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงเชิงทัศนภาพ และการตกแต่งเดิมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของห้องสมุดได้ โดยได้ศึกษาตรวจสอบพร้อมไปกับการสัมภาษณ์ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ห้องสมุด เพื่อช่วยกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อม ภายในให้สะท้อนอัตลักษณ์ของห้องสมุดได้จริงตามที่องค์กรต้องการ

องค์ประกอบทางการออกแบบ เช่น โทนสี ลวดลาย สัญลักษณ์ และเครื่องเรือน ที่ได้จากการศึกษาในขั้นต้น ได้นำมาวิเคราะห์และเรียบเรียงเป็นแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง เพื่อนำมาใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจาก ผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง โดยผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่ทำงานด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น Bangkok University Brand Unit, แผนกออกแบบก่อสร้างของมหาวิทยาลัย, ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด รวมถึง คณาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เพื่อปรับปรุงและปรับเปลี่ยนองค์ประกอบทาง การออกแบบให้เป็นไปตามแนวทางเดียวกันกับอัตลักษณ์ของทางมหาวิทยาลัย

ผลที่ได้จากการสำรวจนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด เพื่อตรวจสอบการรับรู้อัตลักษณ์ในเชิงทัศนภาพกับกลุ่มบุคลากรภายในห้องสมุดอีกครั้ง รวมถึงกลุ่มนักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการ โดยการออกแบบจำลองภาพ 3 มิติและทำการประเมินผลการรับรู้อัตลักษณ์ดังกล่าว ก่อนที่จะทำการสรุปเป็น ข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่สะท้อนอัตลักษณ์ของห้องสมุด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คำสำคัญ : อัตลักษณ์องค์กร, ห้องสมุด, องค์ประกอบทางการออกแบบ

¹ การจัดการออกแบบภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ถนนพระราม 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

¹ Master of Arts in Interior Design Management, Faculty of Architecture, Bangkok University, Rama 4 Road, Klongtoey, Bangkok 10110

Abstract

Bangkok University is focused on creating on identities. With modifications to the vision and image of the University of Creation and more governed, it could be clearly seen that there is the improvement in media with the graphic, environmental design and architecture could create their own identity of the university such as the BU Landmark Building. However, the identities of all departments within the University have also played a significant role. Therefore, it should be in the same direction of the University's core identity.

The researcher will focus on the identity of The Bangkok University's Library Building, Kluay Namthai Campus because library is one of department that is important and governed by a large group of users. This research began by exploring the environment of the library. Especially, it is the areas of the entrance hall, reading area and media. According to the study elements of design to relevant graphics to used in the visual reference and existing decor that remains the identity of the library. The study examined along with the question to ask the Library Director in the interview. It could be a guide to interior environmental design in order to reflect the real identity of library followed by the organization need.

The elements of design include color, pattern, symbol and furniture that would be preliminary study. It is then analyzed and compiled into the structured interview in order to survey the opinion of design professional. The staffs of the University that are group to create the identity of University including Bangkok University Brand Unit, Design and Construction department of the university, lecturers, the faculty of Art and the faculty of Architecture are interviewed in order to improve and modify the design to be in the same direction of the University's core identity.

From the survey results, it could be used to guide the design of the library's interior environmental in order to check the recognition of the identity in the visual with library staffs and students with access to the service. It needs to create the 3D stimuli and evaluate the identity perception of library staffs and students with access to the service. Last, the research summary will be done by providing the recommendation for guiding the physical environment design with the reflection the identity of Bangkok University's Library.

Keyword : Corporate Identity, Library, Element

ประเภทของผลงานสร้างสรรค์

การเสนอแนะแนวทางการออกแบบห้องสมุด

ที่มาและความสำคัญ

รัฐบาลกำหนดให้สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) หรือ สมศ. พัฒนาเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพสถานศึกษาภายนอก ในการ ประเมินรอบสาม (พ.ศ. 2554-2558) นั้น เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพการศึกษาที่คำนึงถึงความแตกต่างของแต่ละสถาบันการศึกษากับผลลัพธ์ที่ได้ จึงมีการกำหนดตัวบ่งชี้ จำนวน 18 ตัวบ่งชี้ ที่ครอบคลุม 3 มาตรฐาน ตามกฎกระทรวง ศึกษาธิการ ได้แก่ ตัวบ่งชี้พื้นฐาน กลุ่มตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ และกลุ่มตัวบ่งชี้มาตรการส่งเสริม (สมศ.2555. คู่มือการประเมินคุณภาพภายนอก รอบสาม (2554-2558) ระดับอุดมศึกษาสถาน ศึกษา (แก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช พ.ศ.2554))

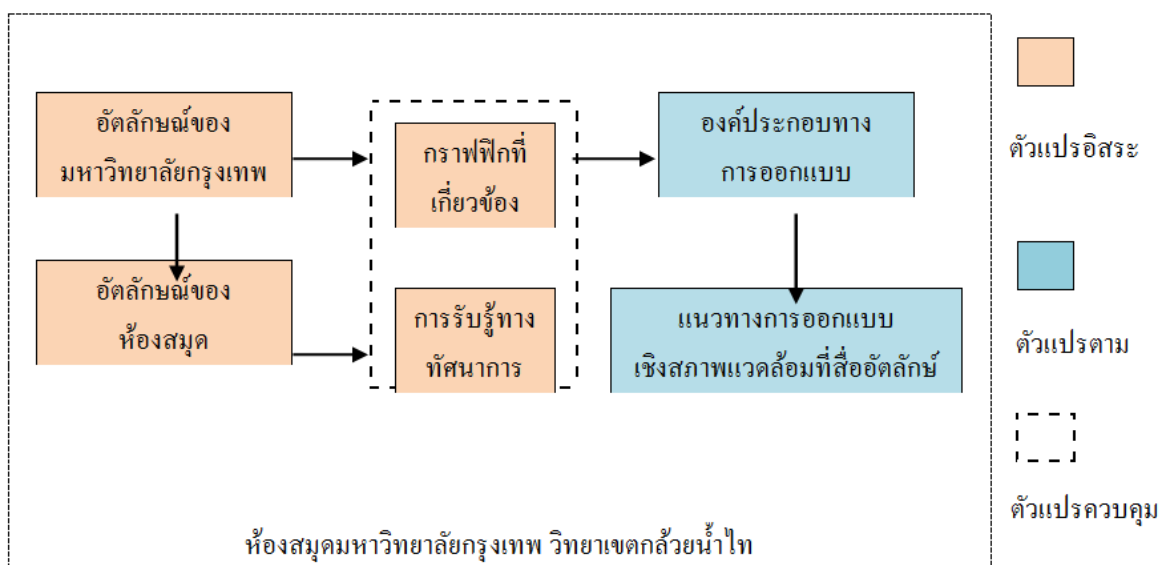
ในวิจัยนี้ได้ให้ความสนใจ และมุ่งเน้นที่จะศึกษา กลุ่มตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ ตัวบ่งชี้ที่ 16.1 ผลการบริหารสถาบันให้เกิดอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในเกณฑ์ของการประเมินคุณภาพสถานศึกษา ที่ระบุถึงการมีส่วนร่วมของผู้เรียน และบุคลากร เกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสถาบัน รวมทั้งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของสถานศึกษาแต่ละแห่งได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และตัวบ่งชี้ ที่ 17 ผลการพัฒนาตามจุดเน้นและจุดเด่นที่ส่งผลกระทบต่อเป็นเอกลักษณ์ของสถาบัน เพื่อให้สามารถสื่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานในสถาบันมีความชัดเจนไปในทิศทางเดียวกัน ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความชัดเจนนี้ ในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และสร้างอัตลักษณ์สถาบันการศึกษา ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และโดยเฉพาะหน่วยงานภายในอย่างห้องสมุด ที่มีความสำคัญหน่วยงานหนึ่งสำหรับมหาวิทยาลัย การปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพสู่ความเป็น Creative University เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ของการเป็นผู้นำแห่งความคิดสร้างสรรค์อย่างมีคุณภาพ และตอบรับกับกลุ่มตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ ในการประกันคุณภาพการศึกษาทั้งภายในและภายนอก ทั้งยังทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้เรียนที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งพร้อมจะเรียนรู้และมีจินตนาการที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้มากยิ่งขึ้น การปรับภาพลักษณ์ขององค์กร ถ้ามองจากสื่อที่นำเสนอสู่สังคมทั้งโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ก็จะมี ความชัดเจนของอัตลักษณ์ดังกล่าวที่สื่อออกไป แม้ว่าเป้าหมายหลักของการสื่อสารของสถาบันจะเป็นบุคคลภายนอกองค์กร แต่การสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นที่ยอมรับในองค์กรก่อน ก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและบริหารสถาบัน (พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2552. Internal Branding) เมื่อมองลึกลงไปสู่แต่ละหน่วยงานภายใน มหาวิทยาลัยที่มีการปรับเปลี่ยนนโยบาย วิสัยทัศน์ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับมหาวิทยาลัย ก็ยังคงต้องการความชัดเจนในความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งห้องสมุดนับเป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทและ เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญของสถานศึกษาแต่ละแห่งในการที่จะสื่ออัตลักษณ์ของ สถาบัน ด้วยการเข้าถึงและให้บริการแก่นักศึกษา บุคลากร ทั้งภายใน และภายนอกสถาบัน รวมทั้งอัตลักษณ์ทางกายภาพภายในห้องสมุดที่ผู้ใช้บริการ จะสามารถมองภาพ (image) ที่ชัดเจนของสิ่งที่หน่วยงาน และสถาบัน ต้องการจะสื่ออัตลักษณ์ออกไป สอดคล้องกับนโยบายการประกันคุณภาพ การศึกษาของชาติและเป็นไป ตามมาตรฐานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2544

ด้วยการก่อตั้งของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท ที่มีมายาวนานกว่า 50 ปี จึงต้องมีการขยายพื้นที่เพื่อรองรับนักศึกษาที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น ทำให้มีการย้ายและเปลี่ยนแปลงพื้นที่ห้องสมุดมาแล้วไม่ต่ำกว่าแปดครั้ง และการปรับปรุงห้องสมุดครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2552 ถึงแม้จะมีการปรับปรุงห้องสมุดไปแล้วหลายครั้ง แต่การปรับปรุงส่วนใหญ่ เป็นในแง่ของการใช้งาน การย้ายหรือขยายพื้นที่ห้องสมุด ไม่ได้มุ่งเน้นไปถึงการออกแบบที่จะแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของห้องสมุดเองที่ชัดเจน และยังไม่มี การนำเสนอแนวทางในการออกแบบ อัตลักษณ์นี้ เพื่อที่จะสร้างอัตลักษณ์หรือแนวทางที่จะสามารถนำไปใช้ในการออกแบบทางกายภาพ ของห้องสมุด จึงเกิดวิทยานิพนธ์นี้ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของ ห้องสมุด กรณีศึกษา ห้องสมุดมหาวิทยาลัย กรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุดที่สื่อถึงอัตลักษณ์ขององค์กร และยังสามารถนำมาปรับใช้ในการออกแบบส่วนอื่นของ ห้องสมุด มหาวิทยาลัยกรุงเทพเพิ่มเติม

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาอัตลักษณ์ของห้องสมุดเพื่อสื่อออกมาในเชิงกายภาพ
2. เสนอแนะแนวทางการออกแบบในเชิงกายภาพเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของห้องสมุด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท

การกำหนดตัวแปร



ภาพประกอบ 1 ห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท

ตัวแปรควบคุม

การวิจัยฉบับนี้มีการแบ่งประเภทการวิจัยออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1 **ตัวแปรอิสระ** เป็นตัวแปรที่กำหนดและเป็นแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์ห้องสมุด ได้แก่
 - อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ความชัดเจนของอัตลักษณ์หลักของมหาวิทยาลัยจะยังคงมีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของห้องสมุดให้ภาพรวมของมหาวิทยาลัยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
 - อัตลักษณ์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท ถึงแม้อัตลักษณ์หลักของมหาวิทยาลัยจะมีความชัดเจน แต่ห้องสมุดก็ต้องดึงอัตลักษณ์ของห้องสมุดเองให้ออกมาสู่สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สอดคล้องกับหน่วยงาน
- 2 **ตัวแปรตาม** การนำอัตลักษณ์ห้องที่เป็นนามธรรมมาแปลงให้เป็นรูปธรรม และตรวจสอบการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ในสิ่งที่นำออกแบบได้สื่อออกไป เพื่อหาตัวแทนอัตลักษณ์ของห้องสมุด โดยมีตัวแปร ดังนี้
 - กราฟฟิกที่เกี่ยวข้อง คือ องค์ประกอบทางการออกแบบ ที่ได้จากงานกราฟฟิกที่เป็นอัตลักษณ์หลักของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ กราฟฟิกที่มีอยู่ภายในห้องสมุดและกราฟฟิกจากสื่อที่ห้องสมุดเคยใช้งานจริง โดยผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะในเรื่อง ของ สี รูปร่าง/รูปทรง และพื้นผิว

- การรับรู้ในเชิงทัศนภาพการ ปัจจัยที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในการศึกษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการออกแบบที่มีผลต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย สี รูปร่าง/รูปทรง และพื้นผิว ซึ่งได้จากการวิเคราะห์จากงานกราฟฟิกที่เกี่ยวข้อง

3 *ตัวแปรควบคุม* งานวิจัยนี้ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาเป็นห้องสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท อาคาร 5 ชั้น 2

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลและออกแบบอัตลักษณ์ห้องสมุด ประกอบด้วย ผอ. ฝ่ายการตลาดของมหาวิทยาลัย และ ผอ. สำนักหอสมุด ซึ่งเป็นผู้ดูแลอัตลักษณ์ของห้องสมุด BU Brand Unit เป็นผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์งานกิจกรรม (Bubrary) ให้กับห้องสมุด และแผนกออกแบบก่อสร้างของมหาวิทยาลัย เป็นผู้ออกแบบปรับปรุงห้องสมุดครั้งล่าสุด

2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (การเลือกแบบเจาะจง) คือ อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และภาควิชาศิลปะและทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบและเข้าใจในอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

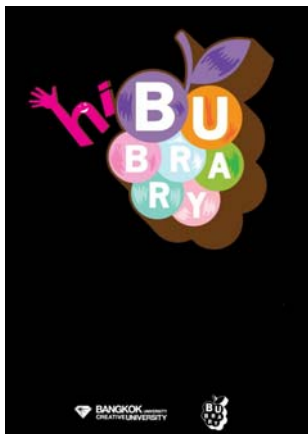
3. กลุ่มผู้ใช้ คือ บุคลากรภายในห้องสมุด และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิธีการวิจัยและผลการศึกษา

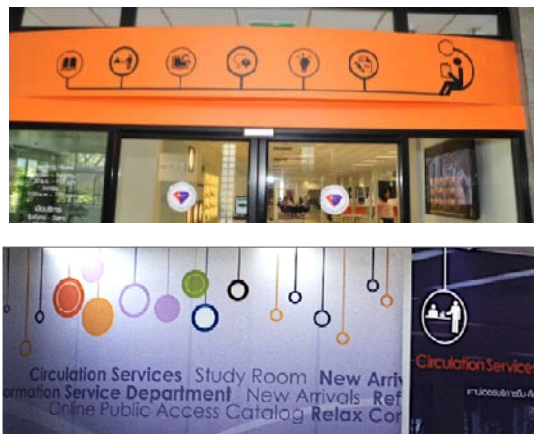
ขั้นตอนที่ 1

1. ทบทวนวรรณกรรมโดยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น จากเอกสารต่างที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานในด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ องค์กร และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด

2. ศึกษาอัตลักษณ์ของห้องสมุด จากสื่อกราฟฟิกที่ห้องสมุดใช้ในการสื่อสารองค์กร สสำรวจสภาพแวดล้อม รวมทั้งกราฟฟิกที่มีอยู่ภายในห้องสมุด (วิทยาเขตกล้วยน้ำไทและวิทยาเขตรังสิต) และนำไปสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ห้องสมุด ผู้ออกแบบงานกราฟฟิกและผู้ที่ออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุดครั้งล่าสุด เพื่อหาองค์ประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) ที่สื่ออัตลักษณ์ห้องสมุด

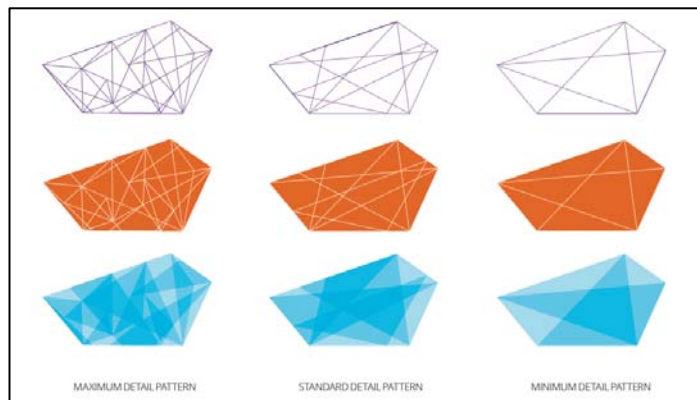


ภาพประกอบ 2 ตัวอย่างสื่อกราฟฟิกห้องสมุด



ภาพประกอบ3 ตัวอย่างสื่อกราฟฟิกภายในห้องสมุด

3. การศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ ลวดลายกราฟฟิกที่เป็นอัตลักษณ์หลัก (Core Identity) ที่มีอยู่ในคู่มืออัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Corporate Identity Manual – CI Manual) ของมหาวิทยาลัย เนื่องจากห้องสมุดไม่มีตราสัญลักษณ์ (Logo Official) ของหน่วยงานที่ใช้ประจำ และสื่อกราฟฟิกใน รูปที่ 1 ก็เป็นตราสัญลักษณ์ในงานกิจกรรมห้องสมุดที่ไม่ถาวร เพื่อให้ได้องค์ประกอบทางการออกแบบที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้วิจัยจึงใช้อัตลักษณ์หลักของมหาวิทยาลัยมาประกอบในการหาลายองค์ประกอบทางการออกแบบที่สื่ออัตลักษณ์ห้องสมุด



ภาพประกอบ 4 ปัจจัยองค์ประกอบในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 2

1. วิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบ (Elements of Design) ที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ห้องสมุดจากการศึกษาใน ขั้นตอนที่ 1 เพื่อนำไปตรวจสอบอัตลักษณ์กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ตาราง 1 ปัจจัยองค์ประกอบในการออกแบบ

1. สี	2. รูปร่าง/ รูปทรง	3. พื้นผิว
1.1 สีขาว กับ ม่วงส้ม 	2.1 วงกลม, เส้นโค้ง 	3.1 พื้นผิวมันวาว
1.2 สีขาว กับ สีสด 	2.2 รูปเพชร (Standard Detail Pattern) 	3.2 พื้นผิวด้าน
1.3 สีขาว กับ สีพาสเทล 		

2. ตรวจสอบความเป็นตัวแทนอัตลักษณ์ในข้อ 1 และทดสอบแบบสอบถามกับอาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบและเข้าใจใน อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อกลับมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง

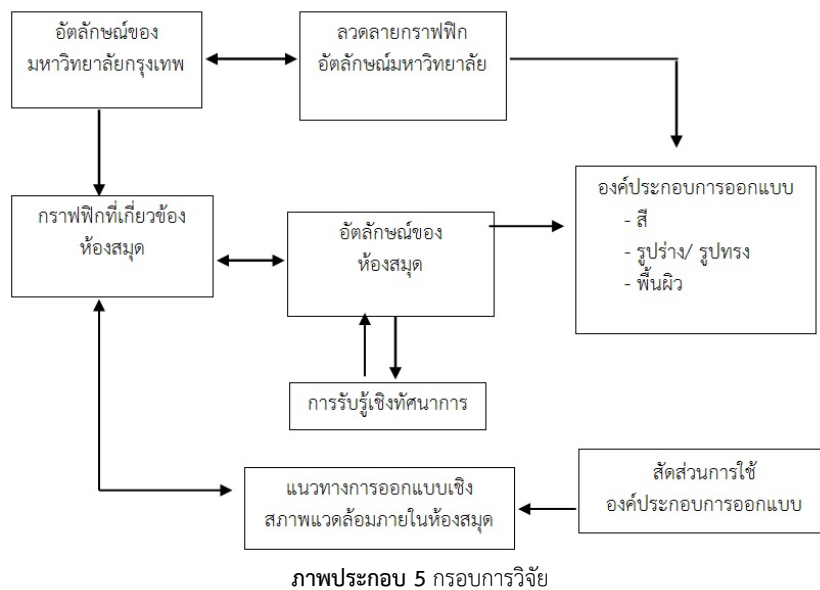
3. เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 55 คน ดังนี้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ อาจารย์ ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จำนวน 11 คน บุคลากรภายในห้องสมุด 11 คน และจากนักศึกษา จำนวน 33 คน โดยเกณฑ์การให้คะแนนเรียงจาก 5 = สื่อถึงอัตลักษณ์ห้องสมุดได้มากที่สุด ไปจนถึง 1 = สื่อถึงอัตลักษณ์ห้องสมุด ได้น้อยที่สุด ซึ่งได้ผลของตัวแทน อัตลักษณ์ ดังนี้ 1.สี ได้แก่ สีขาวกับสีม่วงส้ม ค่าเฉลี่ย 4.11 2. รูปร่าง/รูปทรงเพชร ค่าเฉลี่ย 4.07 และพื้นผิว ได้แก่ ผิวมันวาว ค่าเฉลี่ย 3.87

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบในการออกแบบจากกลุ่มตัวอย่าง

	สี			รูปร่าง/รูปทรง		พื้นผิว	
	สีขาว+สีม่วงส้ม	สีขาว+สีสด	สีขาว+สีพาสเทล	วงกลม	เพชร	มันวาว	ด้าน
N	55	55	55	55	55	55	55
Mean	4.11	3.69	2.93	3.56	4.07	3.87	3.44
Std. Deviation	.896	.900	1.103	.958	.836	.944	.977

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเพื่อหาตัวแทนอัตลักษณ์ทำให้ได้องค์ประกอบการออกแบบที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ ดังนี้ ในเรื่องการใช้สีควรเป็นสีขาวและสีม่วงส้มเป็นสีหลัก เรื่องรูปร่าง/รูปทรงควรเป็นรูปเพชรแลนดมาร์ค และพื้นผิวที่ใช้ในการออกแบบส่วนมากควรเป็นผิวมันวาว จากการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบในการออกแบบที่ได้จากกราฟฟิค ที่เกี่ยวข้องกับห้องสมุด รวมทั้งมหาวิทยาลัยวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคลากรในองค์กรหรือผู้ใช้ได้เห็นและ มีการจดจำอ้างอิงเป็นการรับรู้ทางทัศนการ เมื่อเข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมทางกายที่มีการแปลงมาจากกราฟฟิคที่นำปัจจัย องค์ประกอบทางการออกแบบที่สื่ออัตลักษณ์มาใช้ในสัดส่วนที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในห้องสมุด ก็ย่อม ทำให้ผู้ใช้เกิดการรับรู้ในสภาพแวดล้อมที่สื่ออัตลักษณ์ของหน่วยงานนั้นได้เช่นกัน



เอกสารอ้างอิง

สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์(พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: คอร์ฟังก์ซัน.

สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2554). ออกแบบออกแบบรนต์. กรุงเทพฯ: อีเลฟเว่นคัลเลอร์ส.

สมชาย สุพิสาร. (2548). การศึกษาเอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท ปตท.

จำกัถ (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน). (2555). คู่มือการประเมินคุณภาพภายนอก รอบสาม (พ.ศ. 2554 - 2558) ระดับอุดมศึกษา ๖ ปีสถานศึกษา (แก้ไข เพิ่มเติม พฤศจิกายน พ.ศ. 2554) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน).

จรัญญา พหลเทพ. (2554).

ปัจจัยและหลักการออกแบบเครื่องใช้ในบ้านสมัยใหม่ที่สะท้อนถึงรูปลักษณ์ของศิลปวัตถุดั้งเดิม: กรณีศึกษาชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จากรูปแบบศิลปะบนเครื่องเคลือบ ดินเผาสุโขทัย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการมัณฑนศิลป์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชนิดา ภู่อุดมศักดิ์. (2551).

การศึกษาเกณฑ์การออกแบบ เอกลักษณ์เชิงพื้นที่เพื่อการใช้สอย และรูปแบบสภาพแวดล้อมร้านค้าแบบแฟรนไชส์: กรณีศึกษา ร้าน ไอศกรีมสเวนเซ่นส์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. Internal Branding แบนด์ดีเริ่มข้างในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2009q4/2009november05p4.htm>