

**ชื่อเรื่อง** : การออกแบบเรขศิลป์สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ต  
**ผู้วิจัย** : แสนชัย ลิขิตธีรวิทย์

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาหาองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนภูเก็ตในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนภูเก็ตให้ชัดเจนขึ้น ผ่านผลงานการออกแบบเรขศิลป์ที่ใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสังเคราะห์อัตลักษณ์รูปแบบเรขศิลป์สำหรับชุมชนภูเก็ต 2) เพื่อสร้างแนวทางการใช้เรขศิลป์ในการสร้างอัตลักษณ์สำหรับชุมชนภูเก็ต ให้สามารถนำไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อการสื่อสารของชุมชนในกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการสื่อสารที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชนภูเก็ต 3) ประชาชนทั่วไปสามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งโบราณคดีในท้องถิ่นของตนเอง

การดำเนินการวิจัยมีวิธีการสำคัญ คือ เริ่มจากการค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนภูเก็ต การลงพื้นที่เพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของชุมชนเพื่อเก็บข้อมูลในเชิงสังคม วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชุมชน การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ประธานชุมชน และชาวชุมชนในพื้นที่ชุมชนภูเก็ต นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยนักวิชาการด้านการออกแบบอัตลักษณ์ และนักออกแบบเรขศิลป์ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปความเป็นไปได้ในเชิงกายภาพสำหรับการออกแบบเพื่อสร้างแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ รวมทั้งใช้เป็นสัญลักษณ์ร่วมในการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการสื่อสารของชุมชนภูเก็ต และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลเพื่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชนภูเก็ต พบว่าชุมชนภูเก็ตเป็นชุมชนชาวคริสต์ที่ได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมโปรตุเกสมานานกว่าสองศตวรรษ เป็นชุมชนที่มีลักษณะเป็นพหุทางวัฒนธรรมและยังคงรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันท่ามกลางความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี แต่ยังสามารถสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ได้อย่างเข้มแข็ง ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แนวทางการใช้เรขศิลป์ในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ที่ปรากฏทั้งทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) เช่น อาคารบ้านเรือน สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน สภาพแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เช่น ประวัติศาสตร์ เรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับชุมชนภูเก็ตที่แสดงถึงวัฒนธรรมทั้งในลักษณะรูปธรรม และนามธรรม รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่อันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถนำทุนวัฒนธรรมมาใช้เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิด บุคลิก ทิศทางในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสร้างอัตลักษณ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ตให้เด่นชัดขึ้น ส่วนที่ 3 การนำผลงานออกแบบอัตลักษณ์จากงานวิจัยไปปรับใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน และการประเมินผล เป็นการสรุปการประเมินผลงานออกแบบจากการวิจัยการออกแบบเรขศิลป์สำหรับการสร้างอัตลักษณ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ต โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ประธานชุมชนและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นตัวแทนจากชุมชนภูเก็ต กลุ่มที่ 2. ประชากรในชุมชนภูเก็ตจำนวน 50 คน กลุ่มที่ 3 ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน ประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ได้แสดงความพึงพอใจผลงานการออกแบบเรขศิลป์สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ต ในภาพรวมค่าเฉลี่ยโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก

**คำสำคัญ** : เรขศิลป์ อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ชุมชนภูเก็ต

**Research Title** : The Corporate Graphic Identity Design for Promoting  
and Corporate Image of Kudichin Community

**Researcher** : Sanchai Likhitteerawoot

The purpose of this research aims to investigate the key elements to serve as a guidelines in order to build notable Identity design for Kudichin Community through in the graphic design that show the distinguished images of the Kudichin Community identity. The objectives of this research were : 1) to synthesize the graphic identity for the Kudichin community. 2) to create guidelines of graphic design identity which could be used to build an image for the Kudichin Community for communication in various events of then Including relevant communication both inside and 3) the public could be use the result of the studies to create value added items in their own archeological communities

This study was conducted through mixed methods research, collected data were taken from related documents, The current environmental field research to collect the social, historical and cultural data of thier communities, namely participant observation, in-depth and structured interviews, focused group discussions. The group of informants who participated in this study were comprised of individual identity, such as the President of the village community and the people from the Kudichin Community. Additionally, academics specializing in corporate Identity design, graphic designers, who acted as general informants for the purpose of this study, then analyzed and summarized the demographics for guiding in logo design for communicating Identity The data were analyzed by descriptive statistics, also used as a Collective Mark in building identity and communicating of the inhabitants of the Kudichin Community which are as follows : Part 1 ) The study of information to build a community identity revealed the Kudichin Community, Chatolic community that has been influenced by Portuguese culture for over two centuries. The community is multicultural and still maintains their cultural heritage transmitted to the present day amidst racial, religion, culure and tradition differences and also inherited the traditional culture of the community strongly Part 2 ) The results of analysis for building guidelines of graphic design identities for the Kudichin Community revealed the identity that appears in community both tangible culture, buildings, architecture, religious places, environment and intangible culture, historical, the stories telling as related to the Kudichin Community that represents the culture both concrete and abstract, Including community lifestyle as the well-being of the community identities which can be used to cultural define a conceptual framework, Personalities in a graphic design direction which compiled to build the identities and were used to promote the corporate Image of Kudichin Community will be more out standing Part 3 ) The implemmmentation of identity design research could be applied for creating more value to the community and evaluation which was a conclusion of the corporate image research design for creating and promoting the identity of the Kudichin Community. The population was divided into 3 groups as follows : 1 ) academics specializing in corporate identity, expert graphic designer, the President of the village community and qualified person who representatives from the Kudichin Community 2) 50 people in the Kudichin Community 3) 50 tourists , the result of the expressed their satisfaction in graphic design works for building identity and Corporate Image of Kudichin Community the overall of the total average found that suitable highest level.

**Keyword** : Graphic Design, Identity, Image, Kudichin Community