

การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล การจัดการขยะในจังหวัดเชียงใหม่ ทัศนวรรณ เทียงสั้น,ดวงรัตน์ ด่านไธยนา

^{1,2}สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล ขยะที่ไม่สูญเปล่ามีจุดประสงค์เพื่อให้
องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล ได้เป็นต้นแบบในเรื่องการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรจัดการขยะที่สมบูรณ์
และให้ความรู้เกี่ยวกับขยะรีไซเคิลอย่างถูกต้อง เพื่อให้ขยะกลับมามีประโยชน์ให้ได้มากที่สุด จากการ
เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมายและแบบสอบถามที่ใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการ
ออกแบบ วิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจาก
การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ จากผลวิเคราะห์ในการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร
เอี่ยมดี รีไซเคิล ใช้วิธีอธิบาย ที่มาความสำคัญขององค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล ให้มีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ
พร้อมอธิบายความสำคัญเกี่ยวกับขยะ รีไซเคิลออกมา วัตถุประสงค์ คือเพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์
องค์กรให้ทันสมัย และสื่อที่มีความหลากหลายครอบคลุมการใช้งานและเพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์
องค์กรให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในเรื่องขยะ รีไซเคิลมากขึ้น

จากกลุ่มเป้าหมายเพื่อความสนใจเกี่ยวกับการคัดแยกขยะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับ ขยะ
รีไซเคิล และใช้ ขยะ รีไซเคิลเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์กรและสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรดู
ทันสมัย และชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมไปกับองค์กร จากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ การออกแบบ
สื่อให้ดึงกลุ่มเป้าหมายมาเป็นร่วมส่วนในการทำเก็บขยะทำความดี โดยการใส่เป้าหมาย และเจตนา ของ
เอี่ยมดี เป็นแกนตั้งต้นคิด ในการสร้างสื่อ สร้างเอกลักษณ์ให้กลุ่มเป้าหมายจดจำและเข้าใจง่าย

ผลการวิจัย พบว่า 1)องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิลเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น 2)กลุ่มเป้าหมาย
มีความรู้ในการคัดแยกขยะรีไซเคิล 3)ปริมาณขยะ มีน้อยลง และ ขยะที่ รีไซเคิล กลับสร้างประโยชน์
อีกมากมาย

คำสำคัญ : สื่ออัตลักษณ์องค์กร,ขยะ,รีไซเคิล

Media design, corporate identity, Ida D, recycling waste that is not wasted

Thatsanawan Thaingsan, Dungrat Danthainum

^{1,2} Graphic and Multimedia Design Faculty of Industrial Technology Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

Media design, corporate identity, Iamdee recycling of non-waste wastes is intended to provide a good recycling organization as a model for complete waste management and providing knowledge about waste recycling correctly. In order to make the garbage back as useful as possible. From collecting data with questionnaires that are used with the target group and the questionnaire used with the design experts Analyzing by using basic statistics such as percentage (%) and mean (MEAN) and using the interpretation method from collecting data for expert questionnaires. Based on analytical results in media design, good corporate identity, recycling, using explanations. The origin of the importance of a well-recycled organization with a memorable identity and explaining the importance of waste. The purpose of recycling is to design the media of corporate identity to be modern. And media with a wide range of applications and to design media, corporate identity, to target groups with knowledge of garbage more recyclable

From the target group to pay attention to waste separation, must educate about waste.

Recycle and use recyclable waste to create an identity for the organization and create an image for the organization to look modern. And persuade the target group to participate with the organization from experts to Media design to pull the target group into participation in garbage collection, doing good by using the goals and intent of Iamdie as the starting point in creating media Create a unique identity for the target group to remember and understand.

The results of the research showed that: 1) Good, recyclable organizations are known in the target group more. 2) The target group has knowledge of waste sorting. Recycle 3) the amount of waste is minimal, and the recyclable waste creates many benefits.

Keywords: Corporate Identity Media, garbage, Recycle

บทนำ

ขยะ คือ ของเหลือทิ้งจากการใช้สอยของมนุษย์หรือจากขบวนการผลิตจากกิจกรรมภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้คนไม่ต้องการ และทิ้งไป ขยะมีมากมายหลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นของแข็ง ของเหลว ขยะที่ย่อยสลายได้และที่ย่อยสลายไม่ได้ ของที่ใช้ประโยชน์ได้และที่ใช้ประโยชน์ไม่ได้ และขยะมีพิษต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมในเมื่อขยะคือสิ่งของที่มนุษย์ทุกคนมีส่วนร่วมสร้างขึ้นและต้องการผลักออกจากตัวให้เร็วที่สุด

แต่ สำหรับ สัมพันธ์ เณรรอด ผู้ประกอบการด้านการจัดการขยะ ‘เอี่ยมดีรีไซเคิล’ ผู้บริโภค เขาจึงออกแบบธุรกิจการจัดการขยะขึ้นมาใหม่ด้วยการสร้างแบรนด์ให้มีความน่าเชื่อถือและนำเสนอความเป็นมืออาชีพในนาม เอี่ยมดีรีไซเคิล-มอเตอร์ไซค์พร้อมพื้นที่เก็บของด้านหลังที่ให้บริการรับซื้อขยะฟรีถึงบ้าน ร้านค้า และสำนักงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งรายได้จำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ไว้ทำประโยชน์ให้แก่คนพิการ เด็กยากไร้ และคนด้อยโอกาสต่างๆ งานที่เอี่ยมดีทำอาจเป็นแค่บริการรับซื้อขยะกลับสู่ระบบรีไซเคิล แต่เป้าหมายที่แท้จริงคือการยกระดับการเรียนรู้ให้กับผู้คนในสังคมได้รู้ว่ามีปัญหาขยะแก้ไขได้ ต้องเริ่มต้นจากลดขยะในชีวิตให้ได้มากที่สุด ส่วนที่เหลือจากนั้นคือจัดการให้กลับคืนสู่การคัดแยกอย่างเป็นระบบเอี่ยมดีจึงต้องการเพิ่มความรู้ที่นำไปสู่ความเข้าใจและความ

รับผิดชอบ อย่างน้อยคือเพิ่มพฤติกรรมคัดแยกขยะ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้พลเมืองจัดการขยะก่อน ทั้งเรื่องความปลอดภัย สุขอนามัย และการลดต้นทุนในชีวิตบางอย่าง นอกจากนี้ เงินรายได้จากการขายขยะ 30 เปอร์เซ็นต์ของเอี่ยมดีรีไซเคิลก็ถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของคนยากไร้ และคนด้อยโอกาสต่างๆ

ในการดำรงชีวิตของคนเราในสมัยนี้ มักจะสะดวกรวดเร็วแต่คนเรายังคงมองข้ามปัญหาของการทิ้งขยะในถูกที่และถูกประเภท ซึ่งเป็นปัญหาขยะล้นประเทศขนาดนี้ จากจุดเล็กสามารถทำให้เกิดปัญหามากมาย ผู้วิจัยจึงมองเห็นว่าการที่ เอี่ยมดีรีไซเคิล ยังขาดการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร ที่ยังไม่มีตัวตน และตรงตามกลุ่มเป้าหมาย เป็นเหตุให้ผู้วิจัยคิดและพัฒนาสื่ออัตลักษณ์องค์กรให้กับ เอี่ยมดีรีไซเคิล เพื่อเป็นช่องทางในรณรงค์การลดและเปลี่ยนพฤติกรรมทิ้งขยะให้ดีขึ้น และยังเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับบุคคลและองค์กรอื่นๆ ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยและสื่อที่มีความหลากหลาย ครอบคลุมการใช้งาน
2. เพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร ให้กลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ในเรื่องขยะรีไซเคิลมากขึ้น
3. เพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร ให้มีภาพลักษณ์ขององค์กรที่น่าจำจดตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อ เว็บไซต์และมัลติมีเดีย รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร
2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมายและแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักศึกษาชาย-หญิง ที่รักษารวมและให้ความสำคัญเกี่ยวกับขยะรีไซเคิล จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และข้อมูลแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดีรีไซเคิล

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา จำนวน 50 คน ผลที่ได้จะแยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) พฤติกรรมกรรมการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับขยะรีไซเคิล 90 2) ลักษณะความต้องการของออกแบบสื่ออัตลักษณ์ เอี่ยมดีรีไซเคิล ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการข้อมูลแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 นักเรียนและนักศึกษารู้จักสื่อ

ประเภทสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดีรีไซเคิลเกี่ยวกับขยะรีไซเคิลกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

(ดังตารางที่ 1) การรักษาสีสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน คือ ปั่นจักรยานเพื่อลดมลพิษ เป็นหลัก รองลงมา คือ ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก

(ดังตารางที่ 2) เมื่อพูดถึงชื่อ “เอี่ยมดีรีไซเคิล” จะนึกถึงขยะรีไซเคิล คือ ขยะรีไซเคิล เป็นหลัก และรองลง คือ จิตอาสาและผู้ก่อตั้ง

(ดังตารางที่ 3) ความเป็นเอกลักษณ์ของ “เอี่ยมดีรีไซเคิล” ผู้บริโภคตอบ คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับขยะรีไซเคิล เป็นหลัก และรองลงมา คือ การเป็นตัวกลางการจัดการกับปัญหาของขยะ และการรณรงค์การลดปริมาณการทิ้งของขยะ

ตารางที่ 1 แบบสอบถามว่าคุณรักษาสีสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวันอย่างไร

หัวข้อประเมิน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ปลูกต้นไม้บริเวณบ้าน	20	40	1
ปั่นจักรยานเพื่อลดมลพิษ	7	14	2
คัดแยกขยะตามประเภท	3	6	3
ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก	20	40	1
อื่นๆ	0	0	-
รวม	50	100	-

ตารางที่ 2 แบบสอบถามพูดถึงชื่อ “เอี่ยมดีรี
ไซเคิล” คุณจะนึกถึงสิ่งใดอย่างแรก

หัวข้อประเมิน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ขยะรีไซเคิล	39	78	1
สิ่งแวดล้อม	2	4	4
ธรรมชาติ	0	0	-
จิตอาสา	6	12	2
ผู้ก่อตั้ง	3	6	3
อื่นๆ	0	0	-
รวม	50	100	-

ตารางที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความ

เป็นเอกลักษณ์ของ “เอี่ยมดีรีไซเคิล” ผู้บริโภค

หัวข้อประเมิน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
การรักษา สิ่งแวดล้อมของ ชุมชน	8	16	4
การรณรงค์การ ลดปริมาณการทิ้ง ของขยะ	12	24	3
การให้ความรู้ เกี่ยวกับขยะรี ไซเคิล	17	34	1
การเป็นตัวกลาง การจัดการกับ ปัญหาของขยะ	13	26	2
รวม	50	100	-


ส่วนที่ 2 นักเรียนและนักศึกษาสนใจ

การสร้างภาพลักษณ์ให้ภาพประกอบในงาน
ออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กรเอี่ยมดีรีไซเคิล คือ
ภาพถ่ายใช้ในงานรณรงค์เป็นหลัก และ ภาพวาด
ลายเส้นการ์ตูน(ดังตารางที่ 4) สืบบอความเป็น
“เอี่ยมดีรีไซเคิล” คือ สีโทนเย็นและสีสดใส(ดัง
ตาราง ที่ 5)เลือกของที่ระลึกขององค์กร เอี่ยมดีรี
ไซเคิล คือ ถุงผ้า กระบอกขวดน้ำดื่ม เสื้อ(ดัง
ตาราง ที่ 6)

ตารางที่ 4. ภาพประกอบการออกแบบสื่อ
เพื่อส่งเสริมสื่ออัตลักษณ์องค์กร

หัวข้อประเมิน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ภาพถ่ายใช้ใน การรณรงค์ 	14	28	2
Infographic 	6	12	3
ภาพประกอบ แบบลายเส้นแบบ การ์ตูน 	27	54	1
ตัวอักษร 	3	6	4
รวม	50	100	-

ตารางที่ 5 ยกให้สี บ่งบอกความเป็น “เอี่ยมดี ริไซเคิล” มากที่สุด

หัวข้อ ประเมิน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
สีโทนอุ่น 	8	16	3
สีโทนเย็น 	27	54	1
สีโทนสดใส 	12	24	2
สีโทนร้อน 	3	6	4
รวม	50	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี ริไซเคิล ดังนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 5 ท่าน ได้ให้ข้อคิดเห็นว่าการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร “เอี่ยมดี ริไซเคิล ขยะที่ไม่สูญเปล่า” สำหรับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ข้อสรุป ดังนี้ ภาพลักษณ์ที่จะสื่อถึงอัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี ริไซเคิล ควรสร้างเอกลักษณ์องค์กร โดยการใส่เป้าหมาย และเจตนา ของ เอี่ยมดี เป็นแกนตั้งต้นคิด ในการสร้างสื่อ โดยใช้หลักการการออกแบบโลโก้ Symbol (Associative mark) ตัวอักษรที่เป็นชื่อองค์กรร่วมกับภาพ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการจดจำ และภาพประกอบในงานออกแบบเลือกใช้ภาพวาดเส้น เพื่อให้เกิดความสนุกสนานในงาน โดยการสร้างภาพงูใจใช้หลักการ จุดจับใจด้านความสุข (pleasure appeal)

เพื่อให้ตรงตามแนวคิดขององค์กร และเลือกใช้ตัวอักษรภาษาไทย ในลักษณะอ่านง่าย ดูทันสมัย ให้เข้ากับการออกแบบโปสเตอร์รณรงค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ใช้รูปแบบการวางกริดเมนูสกริปต์กริด แบบ (Manuscript Grid) เน้นให้ความรู้ข้อมูล เกี่ยวกับขยะรีไซเคิลให้เข้าใจง่าย และใช้ GORGEOUS เพราะเป็นสีมีสีสันที่สดใส เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจและเข้าถึงสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างสื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และเจตนา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และเข้าถึงเอี่ยมดีได้ง่ายที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสม่ำเสมอสามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร “เอี่ยมดี ริไซเคิล ขยะที่ไม่สูญเปล่า” ในสื่ออัตลักษณ์องค์กรจะมีความเป็นเอกลักษณ์ โดยงานออกแบบจะมีลักษณะใช้เป้าหมาย และเจตนา ของเอี่ยมดี เป็นแกนตั้งต้นคิด ในการสร้างสื่อ มีความเป็นเอกลักษณ์ของเอี่ยมดี เพื่อสร้างความน่าสนใจ ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และเข้าถึงเอี่ยมดี โดยสื่อจะต้องมีความสะอาดตา เข้าใจง่าย แต่ต้องสื่อสารให้คนได้คิดว่าทุกคนเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกันลดขยะไปพร้อมกับเอี่ยมดี ริไซเคิล

ขั้นตอนการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล

1. ศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์องค์กร ได้แก่ โลโก้ตราสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับให้ความรู้ สื่อโฆษณา และข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องขยะ รีไซเคิล

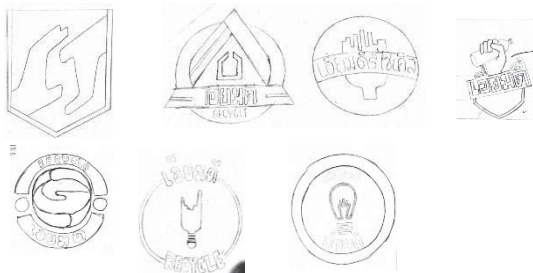
2. ออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล

3. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล

4. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล

5. จัดวางองค์ประกอบของสื่ออัตลักษณ์องค์กรเอี่ยมดี รีไซเคิลให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

4. ทำแบบแบบร่างของอัตลักษณ์ทุกส่วนไม่ว่าจะตราสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และต้องคำนึงถึงแนวคิดและการสอดคล้องต่อกกลุ่มเป้าหมาย



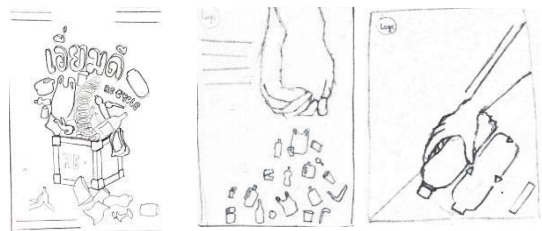
ภาพที่ 2 ออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล



ภาพที่ 3 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล



ภาพที่ 4 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี รีไซเคิล



ภาพที่ 5 จัดวางองค์ประกอบของสื่ออัตลักษณ์องค์กรเอี่ยมดี รีไซเคิลให้สอดคล้องกับ



ภาพที่ 6 ทำแบบแบบร่างของอัตลักษณ์ทุกส่วน



วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี ริโซเคิล ใช้หลักการออกแบบภาพประกอบสำหรับนักเรียนนักศึกษาวัยรุ่น โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจและมีความทันสมัยและให้กลุ่มเป้าหมายได้สนใจในเรื่องของขยะมากขึ้นภาพประกอบแบบลายเส้นแบบการ์ตูนเหมาะสมจะทำให้รู้สึกถึงความสนุกสนาน และไม่ยึดติดกับภาพลักษณ์ของขยะแบบเดิม และยังชักจูงให้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเกี่ยวกับขยะ ให้มีความแปลกใหม่และมีข้อมูลที่รายละเอียดที่เข้าใจง่ายเกี่ยวกับขยะพร้อมให้ความรู้การคัดแยกขยะให้ถูกต้องเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายของวัยรุ่น แต่ต้องมีความแปลกใหม่ และตรงตามแนวคิดขององค์กรเอี่ยมดี ริโซเคิล

ผลทดสอบในการให้นักศึกษาได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี ริโซเคิล แสดงให้เห็นว่านักศึกษาได้ความรู้เกี่ยวกับองค์กร เอี่ยมดี และยังเป็นแบบอย่างที่ดีในการจะทำแนวคิดไปพัฒนาต่อให้กับชุมชนของตัวเอง และ ยังได้ความรู้เกี่ยวกับขยะ ได้เห็นงานออกแบบเกี่ยวกับขยะ ในรูปแบบการนำเสนอแบบทันสมัย เหมาะสมกับนักเรียน นักศึกษา จึงทำให้ นักเรียน นักศึกษา ชอบและสนใจมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร เอี่ยมดี ริโซเคิล จัดทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายจึงทำให้กลุ่มเป้าหมาย สนใจ มีความหลากหลายของ งาน มีความทันสมัย มีความสนุกสนาน และมีความรู้เกี่ยวกับขยะยังช่วยส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายได้นึกตระหนักรู้ว่า เรื่อง

ขยะ นั้นไม่ได้เป็นเรื่องไกลตัว เราทุกคนสามารถลด การก่อให้เกิดขยะได้ ถ้าเราช่วยกัน ที่เหมือนแนวคิดของเอี่ยมดี ที่สามารถทำให้พื้นที่สิ่งแวดล้อมรอบข้าง หดกับปัญหาขยะได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วย ความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่านจึงขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ดวงรัตน์ ด่านไธยนา ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนงานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ และผู้ปกครองที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ช่วยเหลือในทุกๆด้าน และคอยให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณองค์กร เอี่ยมดี ริโซเคิล ที่ให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาในการทำงานวิจัยเป็นอย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆที่ให้คำแนะนำ

เอกสารอ้างอิง

สมใจ ภัทศิริ.(2553).หลักการออกแบบ.

(ออนไลน์)แหล่งข้อมูล:

http://www.trangis.com/somjaiart/e1_3.ph

ค้นหาวันที่ 16 ธันวาคม 2561

กุลนิตา เหลือบจำเริญ.(2556).องค์ประกอบศิลป์.

(ออนไลน์)

[https://library.kku.ac.th/ulib/dublin.php?ID=354](https://library.kku.ac.th/ulib/dublin.php?ID=35480#.XMbj9-gzbdC)

80#.XMbj9-gzbdC

ค้นหาวันที่ 20 ธันวาคม 2561

จินตนา ถ้ำแก้ว.(12/2012).การออกแบบสื่อ
สิ่งพิมพ์เพื่อการศึกษา. (ออนไลน์) [https://m.se-
ed.com/Product/Detail/9786162133053](https://m.se-ed.com/Product/Detail/9786162133053)
ค้นหาวันที่ 3 มกราคม 2562

อรุณรัตน์ ชินวรรณ.(2553).สื่อประชาสัมพันธ์
(PUBLIC RELATIONS MEDIA).(ออนไลน์)
[http://www.chulabook.com/description.asp?barc
ode=9789740326991](http://www.chulabook.com/description.asp?barcode=9789740326991)
ค้นหาวันที่ 23 มกราคม 2562

นิสาชล รัตนสาชล. (2547) การสร้างเอกลักษณ์
องค์กร (Corporate Identity) เพื่อสร้างภาพลักษณ์
องค์กร. เอกสารประกอบการสัมมนา Image
Differentiation by PR. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ค้นหาวันที่ 13 มกราคม 2562

บริษัท สุพรีมพริ้นท์ จำกัด. (2550). การจัดเลย์
เอ๊าท์โดยใช้กริด. (ออนไลน์)
แหล่งข้อมูล :
[http://www.supremeprint.net/index.php?lay=sho
w&ac=article&id=538976617](http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617)
ค้นเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2562

Staffnut. (2553). สีและทฤษฎี. (ออนไลน์)
แหล่งข้อมูล :
[http://learning.eduzones.com/67531/ศิลปะ%20
ดนตรี/ทฤษฎีสี](http://learning.eduzones.com/67531/ศิลปะ%20ดนตรี/ทฤษฎีสี)
ค้นหาวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2562