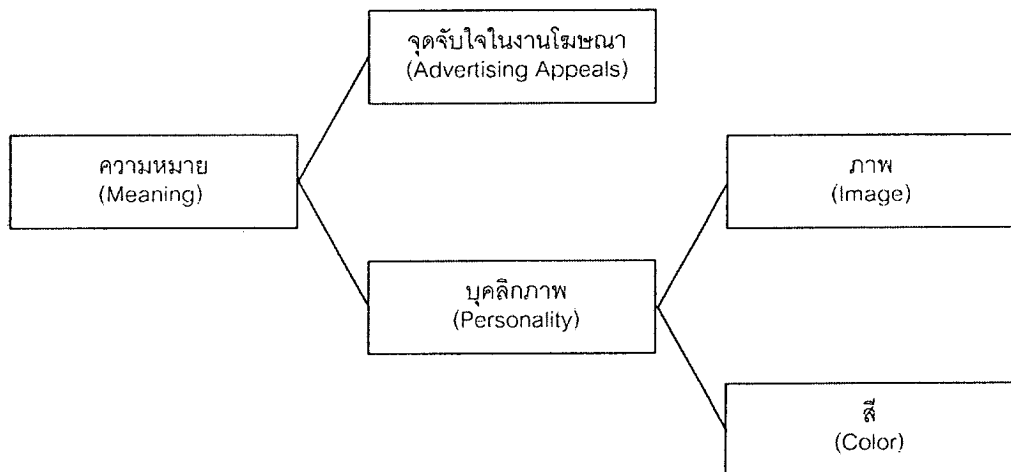


บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์สำหรับค่ายมวยไทยฟิตเนส มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม โดยการกลยุทธ์การให้ความหมาย(Meaning)และบุคลิกภาพ(Personality) เพื่อสร้างองค์ประกอบทางเรขศิลป์คือ จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals), รูปแบบของภาพ (Image) และสี (Color) ให้มีความเหมาะสมกับความหมายและบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของค่ายมวยไทยฟิตเนส สำหรับกลุ่มเป้าหมาย Generation Y โดยการสรุปผลจากการวิจัยแยกตามความหมาย (Meaning) เป็นตัวตั้งและสรุปบุคลิกภาพ(Personality), จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals), รูปแบบของภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสม

ตารางที่ 16 แสดงรูปแบบการสรุปผลคำตอบของงานวิจัยโดยการจำแนกตาม ความหมาย (Meaning)



จากผลการวิจัยสามารถจำแนกตามความหมาย (Meaning) ที่เหมาะสมกับค่ายมวยไทยฟิตเนสได้ทั้งหมด 6 ความหมาย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความหมาย เอกลักษณ์ (Originality)

ส่วนที่ 2 ความหมาย ความงามและสุนทรียภาพ (Beauty)

ส่วนที่ 3 ความหมาย การสร้างสรรค์ (Creation)

ส่วนที่ 4 ความหมาย ภาระหน้าที่ (Duty)

ส่วนที่ 5 ความหมาย สังคม (Community)

ส่วนที่ 6 ความหมาย ความพึงพอใจ (Pleasure)

ส่วนที่ 1 ความหมาย เอกลักษณ์ (Originality)

1.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายเอกลักษณ์ (Originality)

ตารางที่ 17 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายเอกลักษณ์ (Originality)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
เอกลักษณ์ (Originality)	1. จุดจับใจด้านความรู้สึกลัว (Fear Appeal)
	2. จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)
	3. จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)
	4. จุดจับใจเกี่ยวกับสถานะภาพ (Status Appeal)
	5. จุดจับใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal)
	6. จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)
	7. จุดจับใจด้านความสุนทรีย์/รื่นรมณ์ (Aesthetic Appeal)
	8. จุดจับใจที่เน้นความสำเร็จในชีวิต (Achievement Appeal)

1.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายเอกลักษณ์ (Originality)

ตารางที่ 18 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายเอกลักษณ์ (Originality)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. บุคลิกภาพเคร่งครัด (Sober)	ภาพถ่าย (Photography)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
	ภาพประกอบ (Illustration)	มีสติปัญญา (Intelligent)
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)	ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)	
		สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)	
		สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)	
2. บุคลิกภาพควบคุมตนเองได้ (Controlled)	ภาพถ่าย (Photography)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)	
	ภาพประกอบ (Illustration)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)	
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)	
			เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
			มีสติปัญญา (Intelligent)
			สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
3. บุคลิกภาพกระฉับกระเฉง (Active)	ภาพถ่าย (Photography)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)	
	ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)	
	ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)	
	ภาพที่ใช้สีอย่างโดดเด่น (Coloring image)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)	
	ภาพตัดต่อ (Montage)		
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)		
4. บุคลิกภาพใช้ความคิด (Thoughtful)	ภาพถ่าย (Photography)	มีสติปัญญา (Intelligent)	

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
	ภาพที่เกิดการยกย้าย (Manipulation)	ทันสมัยเกี่ยวกับอนาคต (Moder & Futuristic)
	ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable & Noble)
	ภาพการนำชิ้นส่วนต่างๆมาปะติดปะต่อกัน (Collage)	สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle & Warm)
	ภาพตัดต่อ (Montage)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant & Sophisticated)
		เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young & Healthy)
		ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่อง ความหมายเอกลักษณ์ (Originality) จะพบว่ามียุคจับในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมทั้งหมด 8 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้บุคลิกภาพ (Personality) ทั้งหมด 4 บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับความหมาย เอกลักษณ์ (Originality) ได้แก่ 1. เคร่งครัด (Sober) 2. ควบคุมตัวเองได้ (Controlled) 3. กระฉับกระเฉง (Active) 4. ใช้ความคิด (Thoughtful) โดยที่บุคลิกภาพทั้ง 4 จะมี รูปแบบของภาพ (Image) และสี (Color) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคลิกภาพ เพื่อนำไปใช้สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมาย เอกลักษณ์ (Originality) มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 ความหมาย ความงามและสุนทรียภาพ (Beauty)

2.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายความงามและสุนทรียภาพ (Beauty)

ตารางที่ 19 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมาย ความงามและสุนทรียภาพ (Beauty)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
ความงามและสุนทรียภาพ (Beauty)	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)
	จุดจับใจด้านความรู้อีก (Fear Appeal)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
	จุดจับใจด้านความสุนทรีย์/รื่นรมณ์ (Aesthetic Appeal)
	จุดจับใจด้านความแปลกใหม่ (Novelty Appeal)
	จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)
	จุดจับใจด้านข่าวสาร/ข้อมูลที่เป็นจริง (News Appeal)

2.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty)

ตารางที่ 20 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. มีชีวิตชีวา (Lively)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
	ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	ภาพพิมพ์ซิลค์สกรีน (Silk Screening)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
	ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่อง ความหมายความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty) จะพบว่า มีจุดจับในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมทั้งหมด 6 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้บุคลิกภาพ (Personality) เพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่เหมาะสมกับความหมาย ความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty) ได้แก่ มีชีวิตชีวา (Lively) เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา โดยที่บุคลิกภาพ มีชีวิตชีวา (Lively) จะมี รูปแบบของภาพ (Image) 5 รูปแบบ และสี (Color) 5 รูปแบบที่เหมาะสม เพื่อนำไปใช้สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมาย ความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty) มีความหลากหลายไม่มากนักถ้า

เปรียบเทียบกับความหมายอื่นๆ เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพ แต่ก็สามารถสร้างความแตกต่างด้วย ภาพ (Image) และ สี (Color) แทน

ส่วนที่ 3 ความหมาย การสร้างสรรค์ (Creation)

3.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายการสร้างสรรค์ (Creation)

ตารางที่ 21 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายการสร้างสรรค์ (Creation)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
การสร้างสรรค์ (Creation)	จุดจับใจด้านความรู้สึก (Fear Appeal)
	จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)
	จุดจับใจด้านความแปลกใหม่ (Novelty Appeal)
	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)
	จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)
	จุดจับใจด้านการได้รับความนิยมสูง (Popularity Appeal)

3.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายการสร้างสรรค์ (Creation)

ตารางที่ 22 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายการสร้างสรรค์ (Creation)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. กระฉับกระเฉง (Active)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
	ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
	ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	ภาพที่ใช้สีอย่างโดดเด่น (Coloring image)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
	ภาพตัดต่อ (Montage)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)	
2. บุคลิกภาพใช้ความคิด (Thoughtful)	ภาพถ่าย (Photography)	มีสติปัญญา (Intelligent)
	ภาพที่เกิดการยกย้าย (Manipulation)	ทันสมัยเกี่ยวกับอนาคต (Moder& Futuristic)
	ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
	ภาพการนำชิ้นส่วนต่างๆมาปะติดปะต่อกัน (Collage)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	ภาพตัดต่อ (Montage)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
3. บุคลิกภาพเห็นโลกในแง่ดี (Optimistic)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	ภาพประกอบ (Illustration)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	ภาพลำดับเหตุการณ์ (Sequence)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
		อย่างมีเมตตากรุณา เป็นธรรมชาติ (Humanistic&Natural)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่องความหมายการสร้างสรรค์ (Creation) จะพบว่า มีจุดจับในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมทั้งหมด 6 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้บุคลิกภาพ (Personality) ทั้งหมด 3 บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับความหมาย การสร้างสรรค์ (Creation) ได้แก่ 1. กระฉับกระเฉง (Active) 2. ใช้ความคิด (Thoughtful) 3. มองโลกในแง่ดี (Optimistic) โดยที่บุคลิกภาพทั้ง 3 จะมี รูปแบบของภาพ (Image) และสี (Color) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคลิกภาพ เพื่อนำไปใช้สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมายการสร้างสรรค์ (Creation) มีความหลายหลากมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 4 ความหมาย ภาระหน้าที่ (Duty)

4.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายภาระหน้าที่ (Duty)

ตารางที่ 23 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายภาระหน้าที่ (Duty)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
ภาระหน้าที่ (Duty)	จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)
	จุดจับใจด้านความรู้สึกลึก (Fear Appeal)
	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)

4.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายภาระหน้าที่ (Duty)

ตารางที่ 24 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายภาระหน้าที่ (Duty)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. บุคลิกภาพเคร่งครัด (Sober)	ภาพถ่าย (Photography)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
	ภาพประกอบ (Illustration)	มีสติปัญญา (Intelligent)
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)	ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
		สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
2. บุคลิกภาพควบคุมตนเองได้ (Controlled)	ภาพถ่าย (Photography)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
	ภาพประกอบ (Illustration)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
	ภาพรายงานข่าว (Reportage)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
		เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
		มีสติปัญญา (Intelligent)
		สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่องความหมายภาระหน้าที่ (Duty) จะพบว่า มีจุดจับในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมทั้งหมด 3 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้ บุคลิกภาพ (Personality) ทั้งหมด 2 บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับความหมาย ภาระหน้าที่ (Duty) ได้แก่ 1. เคร่งครัด (Sober) 2. ควบคุมตัวเองได้ (Controlled) โดยที่บุคลิกภาพ เคร่งครัด (Sober) จะมี รูปแบบของภาพ (Image) 3 รูปแบบ และสี (Color) 6 รูปแบบที่เหมาะสมและบุคลิกภาพ ควบคุมตัวเองได้ (Controlled) มี รูปแบบของภาพ (Image) 3 รูปแบบ และ สี (Color) 5 รูปแบบที่เหมาะสม เพื่อนำไปใช้ สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมาย ภาระหน้าที่ (Duty) มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 5 ความหมาย สังคม (Community)

5.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายสังคม (Community)

ตารางที่ 25 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมาย
สังคม (Community)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
สังคม (Community)	จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)
	จุดจับใจด้านข่าวสาร/ข้อมูลที่เป็นจริง (News Appeal)
	จุดจับใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal)

5.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายสังคม
(Community)

ตารางที่ 26 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับ
ความหมายสังคม (Community)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. บุคลิกภาพเห็นโลกในแง่ดี (Optimistic)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	ภาพประกอบ (Illustration)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	ภาพลำดับเหตุการณ์ (Sequence)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
		อย่างมีเมตตากรุณา เป็นธรรมชาติ (Humanistic&Natural)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่องความหมายสังคม (Community) จะพบว่าจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมเพียง 3 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้ บุคลิกภาพ (Personality) เพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่เหมาะสมกับความหมาย สังคม (Community) ได้แก่ มองโลกในแง่ดี (Optimistic) เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา โดยที่ บุคลิกภาพ มองโลกในแง่ดี (Optimistic) จะมีรูปแบบของภาพ (Image) 3 รูปแบบ และสี (Color) 5 รูป

แบบที่เหมาะสม เพื่อนำไปใช้สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมาย สังคม (Community) มีความหลากหลายไม่มากนักถ้าเปรียบเทียบกับความหมายอื่นๆ เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพ แต่ก็สามารถสร้างความแตกต่างด้วย ภาพ (Image) และสี (Color) แทน

ส่วนที่ 6 ความหมาย ความพึงพอใจ (Pleasure)

6.1 จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายความพึงพอใจ (Pleasure)

ตารางที่ 27 แสดงผลสรุป จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมกับความหมายความพึงพอใจ (Pleasure)

ความหมาย (Meaning)	จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)
ความพึงพอใจ (Pleasure)	จุดจับใจด้านความรู้สึกรู้สึก (Fear Appeal)
	จุดจับใจด้านความคุ้มค่า (Value Appeal)
	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)
	จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal)
	จุดจับใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal)
	จุดจับใจด้านการได้รับความนิยมสูง (Popularity Appeal)
	จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)
	จุดจับใจด้านอารมณ์ขัน (Humor Appeal)

6.2 บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับความหมายความพึงพอใจ (Pleasure)

ตารางที่ 28 แสดงผลสรุป บุคลิกภาพ (Personality), ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมกับ
ความหมายความพึงพอใจ (Pleasure)

บุคลิกภาพ (Personality)	ภาพ (Image)	สี (Color)
1. มีชีวิตชีวา (Lively)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
	ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	ภาพพิมพ์ซิลค์สกรีน (Silk Screening)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
	ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)

จากตารางสรุปผลการวิจัยเรื่องความหมายความพึงพอใจ (Pleasure) จะพบว่ามีจุดจับในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ที่เหมาะสมทั้งหมด 8 จุดจับใจ เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อโฆษณาและจะได้บุคลิกภาพ (Personality) เพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่เหมาะสมกับความหมาย ความพึงพอใจ (Pleasure) ได้แก่ มีชีวิตชีวา (Lively) เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพเท่านั้นที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา โดยที่บุคลิกภาพ มีชีวิตชีวา (Lively) จะมีรูปแบบของภาพ (Image) 5 รูปแบบ และสี (Color) 5 รูปแบบที่เหมาะสม เพื่อนำไปใช้สำหรับการออกแบบสื่ออัตลักษณ์องค์กร จากผลที่ได้จะทำให้การออกแบบที่สื่อความหมาย ความพึงพอใจ (Pleasure) มีความหลากหลายไม่มากนักถ้าเปรียบเทียบกับความหมายอื่นๆ เนื่องจากมีเพียง 1 บุคลิกภาพแต่ก็สามารถสร้างความแตกต่างด้วยภาพ (Image) และสี (Color) แทน

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่เหมาะสมกับค่ายมวยไทยพิชิตเนสผ่านกระบวนการหากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบสื่อโฆษณาและสื่ออัตลักษณ์องค์กรที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย Generation Y ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรหลักคือ รูปแบบการให้ความหมาย (Meaning) และบุคลิกภาพ(Personality) เป็นตัวกำหนดทิศทางของการออกแบบเรขาคณิต ซึ่งตัวแปรต้นนี้จะเป็นสิ่งที่จะกำหนดทิศทางในการออกแบบเรขาคณิตค่ายมวยไทยพิชิตเนสให้มีความหลากหลายตามความหมายและบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

ออกไป เพื่อประโยชน์สำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ผ่านกระบวนการตามกฎเกณฑ์และขอบเขตของงานวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบที่มีความน่าเชื่อถือ

จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ภาพ (Image) และสี (Color) คือตัวแปรตามที่สำคัญอีกตัวแปรหนึ่งที่ผู้วิจัยนำมาใช้กับการวิจัยนี้เพื่อให้ แนวทางใดแนวทางหนึ่งของตัวแปรต้นซึ่งได้แก่ ความหมาย (Meaning) และบุคลิกภาพ(Personality) มีความหลากหลายมากขึ้นอีกเช่น การนำความหมายใดความหมายหนึ่งไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์แล้ว ในความหมายนั้นๆ ยังประกอบด้วยหลายบุคลิกภาพ อีกทั้งยังให้สามารถสร้างความแตกต่างให้กับบุคลิกภาพเดียวกันที่มีความแตกต่างในด้านองค์ประกอบด้านเรขศิลป์เช่น จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ภาพ (Image) และสี (Color) ที่แตกต่างกันไปมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า เมื่อนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เพื่องานออกแบบเรขศิลป์สำหรับค่ายมวยไทย พิฒเนสจะสามารถสร้างสรรคงานออกแบบที่มีความหลากหลาย แม้ว่าจะใช้ ความหมาย (Meaning) และบุคลิกภาพ(Personality) เดียวกันแต่ผลการวิจัยก็ยังสรุปแนวทางที่สามารถสร้างความแตกต่างไว้หลายแนวทาง เพื่อประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

บทวิพากษ์

ผลการวิจัยทั้งหมดของงานวิจัยดังกล่าวมาทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและสรุปผลเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและสะดวกต่อไปนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตามแนวทางดังต่อไปนี้

ในขั้นตอนแรกนี้จะเป็นการกำหนดแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบสื่อโฆษณาและสื่ออัตลักษณ์องค์กรสำหรับค่ายมวยไทยพิฒเนส ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเริ่มต้นจากการกำหนดรูปแบบการให้ความหมาย (Meaning) ที่เหมาะสมกับค่ายมวยไทยพิฒเนสนั้นๆ ว่าต้องการสื่อความหมายออกมาในรูปแบบใด ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ผลการวิจัยออกมา 6 ความหมาย จากนั้นในจะเป็นการเลือก บุคลิกภาพ (Personality) ที่เหมาะสมกับความหมายที่ได้เลือกไว้ซึ่งบุคลิกภาพที่สามารถเลือกได้ในแต่ละความหมาย จะมีบุคลิกภาพที่สามารถเลือกได้แตกต่างกันไป

ในขั้นตอนต่อมาจะเป็นการหาแนวทางในการออกแบบ สื่อโฆษณา (Advertising) และสื่ออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการนำความหมาย (Meaning) ที่ได้เลือกไว้มาหา จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อโฆษณา (Advertising) และสำหรับการออกแบบ สื่ออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) จะได้จาก การนำบุคลิกภาพ (Personality) ที่ได้เลือกไว้มาใช้หา ภาพ (Image) และสี (Color) ที่เหมาะสมตามผลที่งานวิจัยได้สรุปและเมื่อนำผลสรุปของการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบผลวิเคราะห์ในแต่ละความหมาย (Meaning) ทั้ง 6 ความหมายจะแสดงให้เห็นได้ว่าผลสรุปของงานวิจัยให้ผลที่มีความหลากหลายได้ดังตารางต่อไปนี้

MEANING	▶ APPEAL	▶ PERSONALITY	▶ IMAGE	▶ COLOR
ความหมาย (Meaning)	รูปแบบของจุดสนใจในงานโฆษณา (Adverting Appeal)	บุคลิกภาพ (Personality)	รูปแบบของภาพ (Image)	สี (Color)
เอกลักษณ์ (Originality)	จุดจับใจด้านความรู้สึก (Fear Appeal)	บุคลิกภาพเคร่งครัด (Sober)	ภาพถ่าย (Photography)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)		ภาพประกอบ (Illustration)	มีสติปัญญา (Intelligent)
	จุดจับใจด้านที่ได้รับความยอมรับจากสังคม (Social Appeal)		ภาพรายงานข่าว (Reportage)	ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)
	จุดจับใจเกี่ยวกับสถานะภาพ (Status Appeal)			สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
จุดจับใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal)			สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)	
จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)		บุคลิกภาพควบคุมตนเองได้ (Controlled)	ภาพถ่าย (Photography)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
จุดจับใจด้านความสุนทรีย์/วิจิตร (Aesthetic Appeal)			ภาพประกอบ (Illustration)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
จุดจับใจที่เน้นความสำเร็จในชีวิต (Achievement Appeal)			ภาพรายงานข่าว (Reportage)	สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
				เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
				มีสติปัญญา (Intelligent)
				สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		บุคลิกภาพกระฉับกระเฉง (Active)	ภาพถ่าย (Photography)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
			ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
			ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
			ภาพที่ใช้สีอย่างโดดเด่น (Coloring image)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
			ภาพตัดต่อ (Montage)	
			ภาพรายงานข่าว (Reportage)	
		บุคลิกภาพใช้ความคิด (Thoughtful)	ภาพถ่าย (Photography)	มีสติปัญญา (Intelligent)
			ภาพที่บิดเบือน (Manipulation)	ทันสมัยเกี่ยวกับอนาคต (Moder& Futuristic)
			ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble)
			ภาพการนำชิ้นส่วนต่างๆมาปะติดปะต่อกัน (Collage)	สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
			ภาพตัดต่อ (Montage)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
				เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
				ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)
ความงามและสุนทรียศาสตร์ (Beauty)	จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)	บุคลิกภาพมีชีวิตชีวา (Lively)	ภาพถ่าย (Photography)	สุภาพ อ่อนโยนอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
	จุดจับใจด้านความรู้สึก (Fear Appeal)		ภาพประกอบ (Illustration)	เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy)
	จุดจับใจด้านความสุนทรีย์/วิจิตร (Aesthetic Appeal)		ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage)	ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy)
	จุดจับใจด้านความแปลกใหม่ (Novelty Appeal)		ภาพพิมพ์ซิลสกรีน (Silk Screening)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic)
	จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal)		ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
	จุดจับใจด้านข่าวสาร/ข้อมูลที่แท้จริง (News Appeal)			

MEANING	▶ APPEAL	▶ PERSONALITY	▶ IMAGE	▶ COLOR
ความหมาย (Meaning)	รูปแบบของจุดจับใจในงานโฆษณา (Adverting Appeal)	บุคลิกภาพ (Personality)	รูปแบบของภาพ (Image)	สี (Color)
การสร้างสรรค์ (Creation)	จุดจับใจด้านความรู้สึก (Fear Appeal) จุดจับใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal) จุดจับใจด้านความแปลกใหม่ (Novelty Appeal) จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal) จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal) จุดจับใจด้านการได้รับความนิยมสูง (Popularity Appeal)	บุคลิกภาพกระฉับกระเฉง (Active)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters) ภาพที่ใช้สีอย่างโดดเด่น (Coloring image) ภาพตัดต่อ (Montage) ภาพรายงานข่าว (Reportage)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic) เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy) ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)
		บุคลิกภาพใช้ความคิด (Thoughtful)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพที่เกิดการบิดเบือน (Manipulation) ภาพถ่ายตัดต่อ (Photo montage) ภาพการนำชิ้นส่วนต่างๆมาปะติดปะต่อกัน (Collage) ภาพตัดต่อ (Montage)	มีสติปัญญา (Intelligent) ทันสมัยเกี่ยวกับอนาคต (Moder& Futuristic) เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble) สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated) เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy) ลึกลับซับซ้อน (Mysterious)
		บุคลิกภาพเห็นโลกในแง่ดี (Optimistic)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพลำดับเหตุการณ์ (Sequence)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm) ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated) กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic) อย่างมีเมตตากรุณา เป็นธรรมชาติ (Humanistic&Natural)
ภาระหน้าที่ (Duty)	จุดจับใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal) จุดจับใจด้านความรู้สึก (Fear Appeal) จุดจับใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal)	บุคลิกภาพเคร่งครัด (Sober)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพรายงานข่าว (Reportage)	เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble) มีสติปัญญา (Intelligent) ลึกลับซับซ้อน (Mysterious) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated) สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm)
		บุคลิกภาพควบคุมตนเองได้ (Controlled)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพรายงานข่าว (Reportage)	กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic) เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง (Reliable&Noble) สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm) เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy) มีสติปัญญา (Intelligent) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)

MEANING	▶APPEAL	▶PERSONALITY	▶IMAGE	▶COLOR
ความหมาย (Meaning)	รูปแบบของจุดจูงใจในโฆษณา (Adverting Appeal)	บุคลิกภาพ (Personality)	รูปแบบของภาพ (Image)	สี (Color)
สังคม (Community)	จุดจูงใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal) จุดจูงใจด้านข่าวสาร/ข้อมูลที่เป็นจริง (News Appeal) จุดจูงใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคล ที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal)	บุคลิกภาพเห็นโลกในแง่ดี (Optimistic)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพลำดับเหตุการณ์ (Sequence)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm) ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated) กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic) อย่างมีเมตตากรุณา เป็นธรรมชาติ (Humanistic&Natural)
ความพึงพอใจ (Pleasure)	จุดจูงใจด้านความกลัว (Fear Appeal) จุดจูงใจด้านความคุ้มค่า (Value Appeal) จุดจูงใจด้านความภูมิใจ/คุณค่าให้ตัวเอง (Self-esteem Appeal) จุดจูงใจด้านที่ได้รับการยอมรับจากสังคม (Social Appeal) จุดจูงใจด้านความนิยม/เชื่อถือ ที่มีต่อบุคคล ที่มีชื่อเสียงและผู้ใช้สินค้า (Star & Testimonial Appeal) จุดจูงใจด้านการได้รับความนิยมสูง (Popularity Appeal) จุดจูงใจด้านคุณภาพ (Quality Appeal) จุดจูงใจด้านอารมณ์ขัน (Humor Appeal)	บุคลิกภาพมีชีวิตชีวา (Lively)	ภาพถ่าย (Photography) ภาพประกอบ (Illustration) ภาพถ่ายติดต่อกัน (Photo montage) ภาพพิมพ์ชีลด์สกรีน (Silk Screening) ภาพเทคนิคฟิลเตอร์ (Filters)	สุภาพ อ่อนโยนดูอบอุ่น มีชีวิตชีวา (Gentle&Warm) เป็นหนุ่มเป็นสาวและมีสุขภาพสมบูรณ์ (Young&Healthy) ผ่อนคลายและมีความสุข (Relaxed&Happy) กระฉับกระเฉงและกระปรี้กระเปร่า (Active&Energetic) สง่างามมีลักษณะของชาวกรุง (Elegant&Sophisticated)

จากตารางเปรียบเทียบจะพบว่ารูปแบบความหมายทั้งหมด 6 ความหมาย ความหมาย
เอกลักษณ์ (Originality) สามารถสร้างงานผลงานออกแบบให้มีความหลากหลายมากที่สุดคือ มีบุคลิก-
ภาพที่เหมาะสมมากถึง 4 บุคลิกภาพและสามารถหา จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ได้
8 จุดจับใจ และ 3 ความหมายที่มีบุคลิกภาพเพียง 1 บุคลิกภาพ คือ ความงามและสุนทรีย์ภาพ (Beauty),
สังคม (Community), ความพึงพอใจ (Pleasure) ซึ่งทำให้ความหลากหลายของงานออกแบบเรขศิลป์มี
ความแตกต่างกันน้อยกว่าในด้านบุคลิกภาพแต่สามารถสร้างความแตกต่างกันได้ด้วยองค์ประกอบด้าน
เรขศิลป์เช่น จุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) ภาพ (Image) และสี (Color) ซึ่งจะช่วยให้
การนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับค่ายมวยไทยพีเทนส์มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น