



บทความวิจัย

การสร้างสรรคและออกแบบตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

: กรณีศึกษาซีเกมส์ปี 2007 และเอเชียนบีชเกมส์ปี 2014

Creation and Design of International Sports Logos

: Case Studies of the 2007 SEA Games and the 2014 Asian Beach Games

วันที่รับบทความ (Received) : 28 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ (Revised) : 15 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) : 30 กันยายน 2568

วันที่ตีพิมพ์บทความ (Publish an article) : 30 กันยายน 2568

ธัชหทัยพัชร พัทธศิริวัต <sup>1</sup>

Thathathaipat Patthasilawat

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สาขานวัตกรรมการสื่อสารการตลาด

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Faculty of Communication Arts and Management Innovation,

Department of Marketing Communication Innovation

National Institute of Development Administration

อาคารมัลลย์ หุवनันท์ ชั้น 8 เลขที่ 148 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย

แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Malai Huvanand Building, 8th Floor, 148 Moo 3, Seri Thai Road

Khlong Chan Subdistrict, Bang Kapi District, Bangkok 10240

E-mail: poppitchperfect@gmail.com

<sup>1</sup> ผู้เขียนหลัก (first author)

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระบบความคิดสร้างสรรค์การออกแบบตราสัญลักษณ์ การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยศึกษาปัจจัยและกระบวนการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ ซึ่งสามารถอธิบายผ่านแนวคิดระบบความคิดสร้างสรรค์ (A systems of creativity) ของ Csikszentmihalyi โดยวิเคราะห์แหล่งข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญการสร้างตราสัญลักษณ์ระดับนานาชาติ และผู้ควบคุมการจัดงานการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

ผลการศึกษาพบว่า ในกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างตราสัญลักษณ์หนึ่ง ๆ จะต้องอิงอาศัยองค์ความรู้ (Domain) ด้านการออกแบบ ประกอบกับทักษะของบุคคล (Person) ในการตีความโจทย์และเลือกใช้สี ตัวอักษร และจัดวางรูปแบบ การนำเสนอเรื่องราวผ่านตราสัญลักษณ์ ที่อยู่ภายใต้การกำกับของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ (Field) ในที่นี้คือ เจ้าภาพการจัดการแข่งขัน ภายใต้โจทย์ที่ต้องการ ซึ่งสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของงานสร้างสรรค์ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ด้านกีฬาอื่น ๆ ต่อไป

**คำสำคัญ :** ความคิดสร้างสรรค์; การออกแบบตราสัญลักษณ์; การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

### Abstract

This qualitative research studies the creative system of international sporting event logo design by examining the factors and creative processes involved in logo development. The research applies Csikszentmihalyi's Systems Model of Creativity as a framework, analyzing data collected from international logo design experts and international sporting event organizers.

The research findings reveal that the creative process of logo designers relies on design knowledge (Domain) combined with individual skills (Person) in interpreting requirements and selecting colors, typography, and layout to convey narratives through logos. This process operates under the supervision of decision-makers (Field), in this case the event hosts, who establish the design requirements. These insights can be applied to communicate identity and various symbolic elements in other sports logo design creative works.

**Keywords:** Creativity; Logo Design; International Sporting Events

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ (Asian Games; ชื่อย่อ: Asiad) (ภาพที่ 1) เป็นการแข่งขันกีฬาหลากหลายชนิดระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งมีการจัดขึ้นในทุกสี่ปี เริ่มกำหนดการแข่งขันโดยสหพันธ์เอเชียนเกมส์ (The Asian Games Federation; AGF) ตั้งแต่การแข่งขันครั้งแรกถึงครั้งที่ 8 และตั้งแต่ครั้งที่ 9 เป็นต้นมาบริหารจัดการแข่งขันโดยสภาโอลิมปิกแห่งเอเชีย (Olympic Council of Asia; OCA) ภายใต้การรับรองโดยคณะกรรมการโอลิมปิกสากล (International Olympic Committee; IOC) และถือได้ว่าเป็นการแข่งขันกีฬาหลากหลายชนิด ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกีฬาโอลิมปิกด้วย

วีรพล เจียมวิสุทธิ์ (2560) กล่าวถึง รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกสมัยใหม่ในช่วงแรกใช้โปสเตอร์และสูจิบัตรการแข่งขันอย่างเป็นทางการ ต่อมาพัฒนาไปสู่รูปแบบของเครื่องหมายสัญลักษณ์ ที่นับได้ว่าเป็นต้นแบบแรกเริ่มแห่งวิวัฒนาการของเครื่องหมายสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกสมัยใหม่อย่างเป็นทางการ (Emblem) โดยไม่ปรากฏสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกสมัยใหม่ มีเพียงรูปแบบอักษรข้อความ “OLYMPIADE” เพื่อการสื่อความหมายที่อ้างอิงถึงการแข่งขันโอลิมปิกแบบดั้งเดิม ดังจะเห็นจากการจัดการแข่งขันโอลิมปิกฤดูร้อน ครั้งที่ 8 : Paris, 1924 (ภาพที่ 1) เช่นเดียวกันกับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว ครั้งที่ 1 : Chamonix ในปีเดียวกัน (ภาพที่ 2) ซึ่งนับได้ว่า เริ่มเข้าสู่รูปแบบของการออกแบบเพื่อสื่อสารเชิงสัญลักษณ์แบบการตีความทางอ้อมและการก่อกำเนิดของตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 1 : สัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อน พ.ศ.2467 (ค.ศ.1924)

ที่มา: [www.theolympicdesign.com/deu/olympic-collection/graphics/emblems/](http://www.theolympicdesign.com/deu/olympic-collection/graphics/emblems/)



ภาพที่ 2 : สัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว พ.ศ.2467 (ค.ศ.1924)

ที่มา: [www.theolympicdesign.com/deu/olympic-collection/graphics/emblems/](http://www.theolympicdesign.com/deu/olympic-collection/graphics/emblems/)

พ.ศ.2491 (ค.ศ.1948) กลุ่มนักกีฬาของสาธารณรัฐประชาชนจีนและฟิลิปปินส์ เข้าร่วมแข่งขันในโอลิมปิกฤดูร้อน ครั้งที่ 14 ที่กรุงลอนดอนของสหราชอาณาจักร มีความคิดจะฟื้นฟูการแข่งขันกีฬาตะวันออกไกลขึ้นใหม่ ซึ่ง กูรู ดัตต์ สนธิ (Guru Dutt Sondhi) ผู้แทนคณะกรรมการโอลิมปิกแห่งอินเดียให้ความเห็นว่า ควรเปิดกว้างให้แก่ทุกประเทศในทวีปเอเชียเข้าร่วมการแข่งขันอย่างเท่าเทียม การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ (Asian Games; ชื่อย่อ: Asiad) (ภาพที่ 3) จึงเป็นการแข่งขันกีฬาหลากหลายชนิด ระหว่างประเทศในทวีป

เอเชีย ซึ่งมีการจัดขึ้นในทุกสี่ปี เริ่มกำหนดการแข่งขันโดยสหพันธ์เอเชียนเกมส์ (The Asian Games Federation; AGF) ตั้งแต่การแข่งขันครั้งแรกถึงครั้งที่ 8 และตั้งแต่ครั้งที่ 9 เป็นต้นมา บริหารจัดการแข่งขันโดยสภาโอลิมปิกแห่งเอเชีย (Olympic Council of Asia; OCA) ภายใต้การรับรองโดยคณะกรรมการโอลิมปิกสากล (International Olympic Committee; IOC) และถือได้ว่าเป็นการแข่งขันกีฬาลากชนิด ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกีฬาโอลิมปิกด้วย

โดยรูปลักษณะตราสัญลักษณ์เอเชียนเกมส์ คือ พระอาทิตย์สีแดง 16 แฉก และมีวงกลมสีขาวตรงกลางด้านใน เป็นสัญลักษณ์ของ OCA (The Olympic of Asian) ซึ่งสัญลักษณ์พระอาทิตย์แทนชาวตะวันออกมี 16 แฉกมาจากทิศ 16 ทิศ (Cardinal Direction) ทัวทั้งทวีป (The Olympic Council of Asian, 2553) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตราสัญลักษณ์ประจำการแข่งขันเอเชียนเกมส์ทุกครั้งจะมีตราสัญลักษณ์เอเชียนเกมส์รูปพระอาทิตย์สีแดง 16 แฉกเป็นส่วนประกอบอยู่เสมอ (รังสฤษฎ์ บุญชะลอ, 2541)



ภาพที่ 3 : ตราสัญลักษณ์ของเอเชียนเกมส์

ที่มา: <http://www.educatepark.com/story/ประวัติเอเชียนเกมส์/>

กว่า 94 ปี นับตั้งแต่การออกแบบตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติครั้งแรกได้ถือกำเนิดขึ้น จนปัจจุบันได้มีมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติหลายโปรแกรม โดยบทความชิ้นนี้มุ่งนำเสนอระบบความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ กรณีศึกษาเอเชียนเกมส์ ปี 2007 และเอเชียนปีซเกมส์ ปี 2014 ในมิติของผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) ที่ใช้ระบบความคิดสร้างสรรค์เนื้อหาสาร (Message) ในตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาดังกล่าว โดยการประยุกต์แนวคิดระบบความคิดสร้างสรรค์ (A systems Model of Creativity) ของ Csikszentmihalyi (อ้างถึงในวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, 2557) ในการอธิบายกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ (Creative Process) ของผู้ส่งสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะกล่าวถึงสาระสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสัญลักษณ์

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาดังกล่าว ซึ่งเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นผู้ที่ออกแบบและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาดังกล่าวและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยได้ใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์และตั้งคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ และกระบวนการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์

เพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการสร้างสรรค์รวมไปถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์หรือในประเด็นอื่น ๆ ที่ผลการวิจัยเอกสารเพียงอย่างเดียวไม่สามารถอธิบายได้อย่างครอบคลุม ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบคำถามปลายเปิด (Open end questions) ในการสัมภาษณ์ โดยใช้รูปแบบที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) ผ่านแนวคำถามหลักที่เตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว แต่เปิดกว้างในประเด็นอื่น ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสนทนา จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ 1) นายประสิทธิ์ นุ่นสังข์ ผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 24 (SEA Games 2007) 2) นายกิตติศักดิ์ เตียวตระกูล ผู้ควบคุมการจัดงานเอเชียนบีชเกมส์ 2014 (Asian Beach Games 2014) จังหวัดภูเก็ต

การสร้างสรรค์ (Creativity) หมายถึง การนำไปสู่สิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน โดยสะท้อนให้เห็นความใหม่และคุณค่าการสร้างสรรค์ในลักษณะนี้ นำไปสู่สิ่งที่ De Bono เรียกว่า “ความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ” (Artistic Creativity) อันเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ที่มีคุณค่า เช่น การผลิตผลงานชิ้นใหม่ ๆ ของศิลปินทว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ที่แท้จริง De Bono ต้องการยังต้องมีคุณสมบัติของ “ความเปลี่ยนแปลง” (Change) ในแนวคิดและการรับรู้ ตลอดจน “ความคาดไม่ถึง” (Unexpectedness) รวมอยู่ในความคิดสร้างสรรค์นั้น ๆ ด้วย (De Bono, 1992 อ้างถึงในวศิน ประดิษฐ์ศิลป์, 2556, น. 45) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดระบบความคิดสร้างสรรค์ (A Systems Model of Creativity) โดย Mihaly Csikszentmihalyi (อ้างถึงในวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, 2557) กล่าวว่า การใช้ความคิดสร้างสรรค์นำมาซึ่งสิ่งที่มีคุณค่าและแปลกใหม่ คือ กระบวนการที่บุคคล ๆ หนึ่งกำลังพยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดขึ้นภายใต้การสื่อสารโดยตรงและโดยอ้อมของบุคคลนั้น ๆ กับสังคม (Society) วัฒนธรรม (Culture) สภาพแวดล้อม (Bio & Environment) ที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์หนึ่งจะต้องประกอบไปด้วยองค์ความรู้ (Domain) วงการผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงผู้มีอำนาจในการตัดสินใจหรือเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในวงการหนึ่ง ๆ (Field) และบุคคลที่สร้างสรรค์งานหนึ่ง ๆ และมีเป้าหมายที่จะนำเสนอสิ่งใหม่สู่วงการหนึ่ง ๆ (Person) (ภาพที่ 5)

## 2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ปี 2007 และเอเชียนบีชเกมส์ ปี 2014

การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 24 มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคล้ายคลึงกับการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาเอเชียนบีชเกมส์ 2014 โดยสอดคล้องกับแนวคิดระบบความคิดสร้างสรรค์ (A Systems Model of Creativity) ที่กล่าวถึงองค์ความรู้ (Domain) วงการผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่าตราสัญลักษณ์กีฬาที่ดี ควรจะสื่อถึงความเป็นนานาชาติ ไม่ได้สื่อเจาะจงของประเทศใดประเทศหนึ่ง เอกลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพเป็นส่วนประกอบ แต่สื่อให้ออกไปในสายตานานาชาติยอมรับ เพราะการแข่งขันกีฬามีตัวแทนหลายประเทศ ที่สำคัญต้องมีความเป็นออริจินัล (Original) ตอบโจทย์ มีเอกลักษณ์ของประเทศ สามารถใช้งานในสื่อที่หลากหลาย และสื่อสารเป็นภาษากลางที่คนทั่วโลกเข้าใจได้ ไม่ควรลึกซึ้งหรือต้องอาศัยการตีความ ง่ายต่อการสื่อสาร ว่าเป็นตราสัญลักษณ์กีฬา (Emblem) แต่จะเหนือชั้นมีเรื่องเล่า มีที่มา เป็นยูนิเวอร์แซล ดีไซน์ (Universal Design)

นอกจากนี้ ในด้านผู้มีอำนาจในการตัดสินหรือเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ (Field) ในการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 24 โดยผู้สร้างสรรค์ (Person) ใช้วิธีการสอบถามผู้ใกล้ชิดเพื่อทดสอบการรับรู้ของผู้รับสาร ประเมินสีและฟอร์มของตราสัญลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ก่อนส่งผลงานประกวดออกแบบ และนำเสนอแก่ผู้ว่าการกีฬาแห่งประเทศไทย รัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในฐานะเจ้าของโครงการ และจังหวัดนครราชสีมา ในฐานะเจ้าของพื้นที่จัดงาน ซึ่งพบว่า ตราสัญลักษณ์ที่ได้ออกแบบมานี้สามารถตอบโต้ตามที่ต้องการ

ขณะที่ผู้สร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาเอเชียนบีชเกมส์ 2014 ใช้การทดสอบตราสัญลักษณ์ (Emblem) ที่ออกแบบโดยจัดวางตราสัญลักษณ์ในสื่อต่าง ๆ เสนอผู้บริหารในองค์กรพิจารณา และปรับแก้จากนั้นนำเสนอกับการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) และนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาเพื่อส่งให้สภาโอลิมปิกแห่งเอเชีย (Olympic Council of Asia; OCA) พิจารณา

ด้านผู้สร้างสรรค์ (Person) ต่างให้ความสำคัญกับการค้นคว้าข้อมูล (Research) และจรรยาบรรณความเหมือนคล้ายของตราสัญลักษณ์ จึงเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ อีกประการหนึ่งเป็นหน้าที่ของผู้สร้างสรรค์ที่จะต้องหาเทคนิค เรื่องราว และวิธีการใหม่ ๆ มานำเสนอ เพื่อให้ตราสัญลักษณ์มีความออริจินอล (Original)

### 3. คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสัญลักษณ์

วิโชค มุกดามณี (2538) กล่าวถึง คุณลักษณะตราสัญลักษณ์ที่ดีไว้ 3 ประการ คือ แนวความคิด และประสาทสัมผัส การสื่อความหมาย และคุณค่าทางความงาม ตลอดจนเทคนิคกรรมวิธี ดังนี้

1. แนวความคิดและประสาทสัมผัส (Concept and Sense) นอกจากมีความแปลกใหม่ แล้วควรเป็นแนวความคิดที่สามารถนำไปเขียนเป็นภาพแล้วสื่อสารได้เข้าใจง่ายไม่สับสน

2. การสื่อความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายให้รับรู้ได้อย่างชัดเจน ผู้ดู ดูแล้วรับรู้ได้ถึงวัตถุประสงค์ของตราสัญลักษณ์

3. คุณค่าทางความงามและเทคนิควิธี (Aesthetic and Technique) ความงามของสัญลักษณ์ที่ปรากฏเกิดจากองค์ประกอบของการออกแบบและนำมาจัดรวมกันตามหลักการออกแบบให้ลงตัวสวยงาม

ส่วนเทคนิควิธี หมายถึง กรรมวิธีการเขียนสัญลักษณ์ให้สวยงาม นำไปใช้ได้หลายวัตถุประสงค์

| ลำดับ | คุณลักษณะที่เกี่ยวกับ<br>ตราสัญลักษณ์                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | แนวความคิดและ<br>ประสาทสัมผัส<br>(Concept and Sense) | <p>วางแผนให้ตราสัญลักษณ์ (Emblem) เชื่อมโยงกับเรือใบ การจัดการแข่งขันครั้งนี้ ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันที่จังหวัด นครราชสีมา ระยะเวลาการแข่งขันอยู่ในช่วง วันที่ 6 – 15 ธันวาคม ถือเป็นหนึ่งในการเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช</p> <p>การทรงเรือใบเป็นกีฬาที่โปรด ทรงพระปรีชาสามารถในการต่อเรือด้วยพระองค์เอง ทรงชนะเลิศการแข่งขันกีฬาแหลมทอง และทรงต่อเรือใบประเภทต่างๆ รวมทั้งเรือใบโอเค ซึ่งเป็นประเภทของเรือที่ทรงใช้แข่งขันกีฬาแหลมทอง</p> | <p>เอเชียนบีช (Asian beach) มี ซี (sea) แซนด์ (sand) ซัน (sun) เป็นจุดหลักของทุกๆ ที่ โดยตีโจทย์ว่า ทะเลที่ไหนและพอได้ (Concept) จะมีโจทย์ของสัญลักษณ์ แบบฟอร์ม (Form) ที่เกิดขึ้น ครั้งนี้ คือ แหลมพรหมเทพ จังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย เป็นสถานที่ในการจัดงาน โดยนำเสนอจุดเด่นของ แหลมพรหมเทพที่มีความสวยงามเมื่อเวลาพระอาทิตย์ขึ้น พระอาทิตย์ตกกระทบกันเป็น ซัน (Sun) ตัวซี (Sea) ของมันคือทะเล คลื่นที่ฟอนท์ (Font) มันเป็นบีชเกมส์ (Beach game) ซึ่งมันไม่ใช่วางการ มันให้ความรู้สึกผ่อนคลาย (Relax)</p> |
| 2     | การสื่อความหมาย<br>(meaning)                         | <p>สีของเรือใบ สีที่ใช้สีเหลือง เพราะเป็นสีประจำพระองค์ แต่เพราะสีเหลืองค่อนข้างไม่ค่อยโดดเด่นในการใช้กับตราสัญลักษณ์ (Emblem) เราต้องเอาสีอื่นที่มาขับให้สีเหลืองเด่นเลยต้องใช้เหลือง แดง น้ำเงิน แม้สีโดยตัวมันเอง คือ การแข่งขัน แต่ในแม่สีมันยังอยู่ในกลุ่มของเขา สื่อถึงความเป็นหนึ่งเดียวในกลุ่มประเทศอาเซียน ด้วย เป็นการแข่งขันของกีฬาหนึ่งในภูมิภาคอาเซียนที่มีมิตรภาพด้วย โดยใช้กีฬาเป็นตัวสร้างสัมพันธ์ภาพ</p>                                                                           | <p>สีของฟอนท์ (Font) คือ ซี (Sea) คือ สีน้ำเงิน แซนด์ (Sand) คือ สีส้ม ซัน (Sun) คือ สีแดง ธงชาติ คือ ธงชาติไทย เหมือนฟอนท์ (Font) ตัวภูเก็ต ไทยแลนด์ ลักษณะคือเขียนไซน์ (Sign) เหมือนกัน ปาดเป็นเส้น เนื้อของฟอนท์ (Font) มันเลยไม่ได้เติมฟอร์ม รูปร่าง รูปทรงต้องจำได้ เห็นแล้วจำได้</p>                                                                                                                                                                                                               |

| ลำดับ | คุณลักษณะที่เกี่ยวกับ<br>ตราสัญลักษณ์                             |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3     | คุณค่าทางความงาม<br>และเทคนิควิธี<br>(Aesthetic and<br>Technique) | การเลือกใช้ฟอนท์ (Font) มีความเป็นสากล ไม่จำเป็นต้องออกแบบฟอนท์ (Font) ขึ้นใหม่ ทุกครั้งที่ออกแบบตราสัญลักษณ์ การเลือกใช้ฟอนท์มาตรฐานที่สามารถสื่อความหมายได้ | เริ่มจากการศึกษาค้นคว้า (Research) แบ่งกลุ่มตามประเภท (Category) และหาไต่เรคชั่น (Direction) ทหาการอ้างอิง (Reference) และวาดภาพร่าง (Sketch) หลังจากนั้นดูการจัดวาง (Proportion) แล้วค่อยมาคิดกรอบความคิด (Concept) แนวความคิด (Idea) แล้วภาพสื่อสารหลัก (Key visual) นำไปร่างแบบในคอมพิวเตอร์ ทดสอบโดยการนำไปใช้งาน โดยวางในสื่อต่างๆ |

#### 4. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ระบบความคิดสร้างสรรค์ (A Systems Model of Creativity) และกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ (Creative Process) ของผู้ส่งสาร ให้ความสำคัญของการระบุประเด็นปัญหา หรือการตีโจทย์เป็นอันดับแรก และพยายามเชื่อมโยงองค์ประกอบของปัญหาและข้อมูลต่าง ๆ เข้าด้วยกันจนเป็นภาพต่อที่ชัดเจนผ่านตราสัญลักษณ์ โดยการส่งผ่านเอกลักษณ์รูปแบบของผู้ส่งสาร (Sender) ผ่านความสอดคล้องกับจุดเด่นของเมืองหรือประเทศ จึงเป็นหัวใจสำคัญอย่างมากในการเล่าเรื่องในมุมมองใหม่ที่มีความเป็นต้นฉบับของผู้ส่งสารที่เกิดจากการสะสมความรู้ ประสบการณ์ และการค้นคว้าข้อมูล การแทนค่าความหมายของลักษณะรูปร่าง รูปทรง สี ตัวอักษร หรือหลอมรวมทั้งหมด เข้าด้วยกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ทั้งโดยความหมายแบบโดยตรงและความหมายโดยอ้อม ซึ่งต้องทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในบริบทของการนำไปใช้งาน เพื่อให้การสื่อสารผ่านตราสัญลักษณ์มีประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผลอย่างสูงสุด

## 5. เอกสารอ้างอิง

- บำรุง อิศรกุล. (2545). *ศึกษาอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์*. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยอดศักดิ์ ประชาธารษฎ์. (2550). *การศึกษาแนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬา*. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รังสฤษฎ์ บุญชลอ. (2541). *รวมประวัติ กติกา การเล่นเกม ฉบับเอเชียเกมส์ (บางกอกเกมส์ 1998)*. บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด.
- วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์. (2556). *ในเอกสารการสอนวิชา แนวคิดและแนวโน้มนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ในหัวข้อ The Common Ground: Create, Innovate and Communicate และหัวข้อ Understand Communication Innovation through Semiology*, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์. (2557). *ในเอกสารการสอนวิชา ความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่องในหัวข้อ The Creative Process*, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิโชค มุกตามณี. (2538). *ความหมายของสัญลักษณ์. นิตยสารการประกวดแบบตราสัญลักษณ์งานฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี. (10-29 มกราคม 2538) : 14.*
- อารี รังสินนท์. (2532). *ความคิดสร้างสรรค์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. ข้าวฟ่าง.