

อภินันนาการ



สำนักหอสมุด

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี



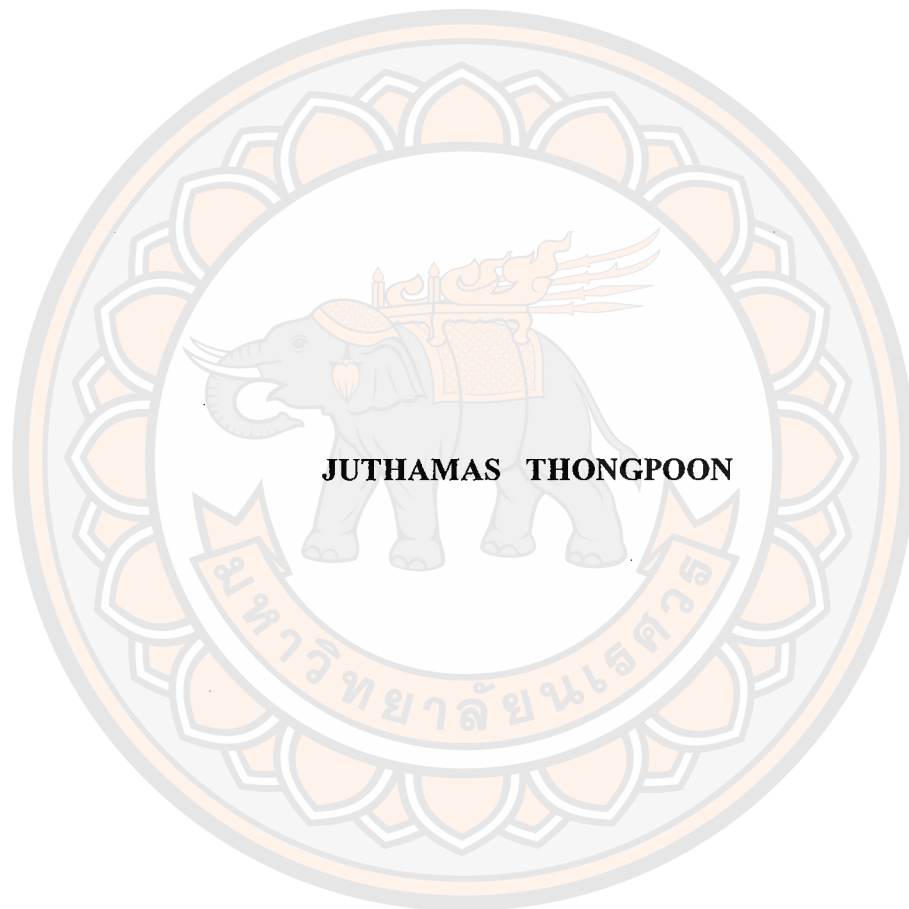
จุฑามาส ทองพูน

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน..... 24 ต.ค. 2555
เลขทะเบียน..... 1,6034 288
เลขเรียกหนังสือ..... ๗ NK

1099
.A1
๗256๗
2555

ศิลปินพันธ์เสนอดณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
มีนาคม พ.ศ.2555
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

**CORPORATE IDENTITY AND PROMOTIONAL PRODUCT DESIGN FOR
KHEMTIT TRAVEL COMPANY MUANG NONTHABURI**

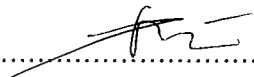


**Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University
in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design**

March 2012

Copyright 2012 by Naresuan University


คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึก บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัดของ นางสาว จุฑามาส ทองพูน เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร


.....ประธาน
(อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน)

.....กรรมการ
(ผศ.ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์)


.....กรรมการ
(อาจารย์เจษฎุทธ ศรีหิรัญ)

อนุมัติ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจดิมชัย เจริงษ์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มีนาคม พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในทุก ๆ ด้าน จากผู้มีพระคุณ กำลังใจ เงินทอง เวลา คำปรึกษา และเอาใจใส่ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งต่อสิ่งเหล่านี้ จึงขอขอบพระคุณ มาใน ณ ที่แห่งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ พี่แนน น้องนิก ที่สนับสนุนในการเดินทางในการเรียนสายนี้ เงินทอง และกำลังใจ ที่มีให้ ข้อคิดแนวทางในการเดินทางต่อไป การมีครอบครัวที่ดีนั้น ก็เหมือนมีเบาะอันหนานุ่มมารองรับเวลาที่เราเกิดปัญหา

ขอขอบคุณอาจารย์ ศุภเดช หิมะมาน ที่ปรึกษาหัวข้อวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ขอขอบคุณสำหรับคำแนะนำดี ๆ ทั้งในเรื่องงานและการใช้ชีวิต ทั้งตอนเรียน และอนาคตการทำงาน

ขอขอบคุณอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่สั่งสอน แนะนำ ช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเรียนหรือเรื่องการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย มาตลอดสี่ปีในการศึกษาปริญญาตรี

ขอขอบใจเพื่อน ๆ ทุก ๆ คนที่เข้ามาเป็นหนึ่งในประสบการณ์ชีวิต เมธีรภาพัน ถึงแม้จะไปยังไงก็ยังไม่อยากจากไปไหน ขอบใจที่เรียน กิน เที่ยว เล่น ทำงาน เหนื่อย สนุก หนัก สบาย มาด้วยกัน แล้วเจอกันในอนาคตนะ

ขอขอบใจน้อง ๆ ออกแบบที่น่ารักที่ช่วยเหลือเรื่องงานให้ลุล่วงไปด้วยดีค่ะ

จุฑามาส ทองพูน

ชื่อเรื่อง	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด
ผู้วิจัย	นางสาว จุฑามาส ทองพูน
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ ศุภเดช หิมะมาน
กรรมการที่ปรึกษา	ผศ.ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พ.ศ.2555
คำสำคัญ	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

บทคัดย่อ

บริษัท เข็มทิศ ทราเวล เป็นองค์กรเอกชนด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2550 โดย คุณ นงนุช จุ้ยดนตรี และ คุณ Edwin van de Warf ตั้งอยู่ที่ 115/1129 หมู่ 8 ตำบล บางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี "สำหรับท่านที่มีความประสงค์เดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและแสวงหาความสุขในรูปแบบของการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อประสบการณ์ใหม่ ความสนุกสนานความประทับใจในสถานที่ที่ท่านเลือกที่จะให้รางวัลกับตัวท่านและครอบครัว คนที่รัก คนรู้ใจพร้อมให้บริการและให้การดูแลอย่างดีที่สุดด้วยความเอาใจใส่ดูแลคนในครอบครัวเดียวกัน" แต่เนื่องด้วยบริษัทเข็มทิศทราเวล ยังขาดเอกลักษณ์ หรือ อัตลักษณ์ ขององค์กรที่เป็นจุดเด่น และน่าจดจำ ที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และการขาย ทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบ อัตลักษณ์องค์กร และ ของที่ระลึกของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด วัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้บริษัทมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นของตัวเองเป็นที่น่าจดจำ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	7
1.1 ความหมายของการออกแบบ.....	7
1.2 ประวัติความเป็นมาของการออกแบบ.....	10
1.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ.....	12
1.4 การออกแบบกราฟฟิก.....	29
1.5 การออกแบบของที่ระลึก.....	37
2.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์.....	40
2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	40
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	41
3. เอกสารอื่นๆ.....	62
3.1 ความหมายขององค์กร.....	62
3.2 ความหมายของอัตลักษณ์.....	66
3.3 ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร.....	68
3.4 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว.....	68

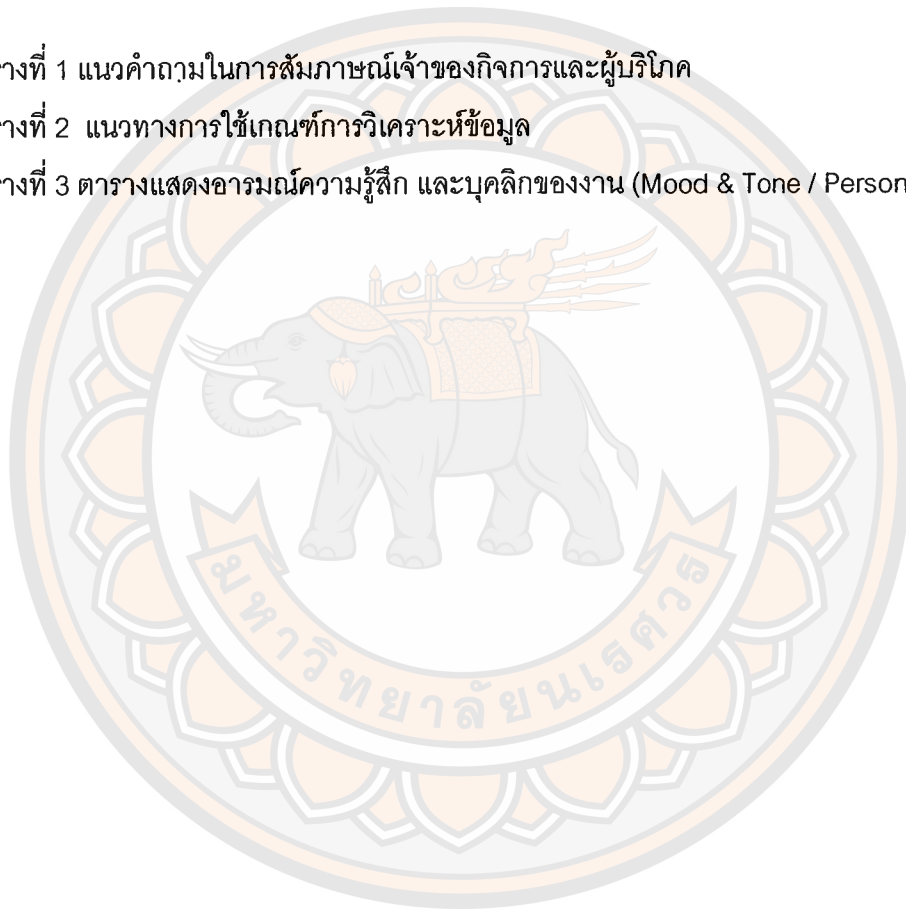
สารบัญ (ต่อ)

11

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	72
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
การออกแบบ.....	74
4 ผลการวิจัย.....	75
ผลการวิเคราะห์และศึกษาสภาพทั่วไป ของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด.....	75
ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการพัฒนา ออกแบบ.....	78
ขอบเขตของการออกแบบ.....	78
ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนา.....	79
ผลการออกแบบ.....	81
5 บทสรุป.....	89
สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก.....	92
ประวัติผู้วิจัย.....	94

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการและผู้บริโภค	72
ตารางที่ 2 แนวทางการใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล	73
ตารางที่ 3 ตารางแสดงอารมณ์ความรู้สึก และบุคลิกของงาน (Mood & Tone / Personality)	78



บัญชีภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงแผนที่บริษัท เข็มทิศ ทราวเวล จำกัด	75
ภาพที่ 2 แสดงกลุ่มเป้าหมาย	80
ภาพที่ 3 แสดง Mood & Tone	80
ภาพที่ 4 แสดงโลโก้เดิมของบริษัท	81
ภาพที่ 5 แสดงแบบสเกตเริ่มต้นหลายแบบโดยอิงคอนเซป	81
ภาพที่ 6 แสดงโลโก้ที่เลือกใช้พร้อมแนวคิดในการออกแบบโลโก้	82
ภาพที่ 7 แสดงโลโก้เมื่อนำไปวางบนวัสดุพื้นสีต่างๆ และภาพขาวดำเพื่อใช้ในตราประทับ	82
ภาพที่ 8 แสดงถึงสี และ ตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ครั้งนี้	83
ภาพที่ 9 แสดงของใช้ในสำนักงานต่าง ๆ (Stationary)	83
ภาพที่ 10 แสดงของใช้ในสำนักงานแฟลชไดรฟ์ กับ tag กระเป๋า	84
ภาพที่ 11 แสดงของใช้ในสำนักงาน ที่วางดินสอกับกระดาษเมมโมรี่	84
ภาพที่ 12 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Travel Kit	85
ภาพที่ 13 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต	85
ภาพที่ 14 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าช้อปปิ้ง shopping bag	86
ภาพที่ 15 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าใส่พาสปอร์ต	86
ภาพที่ 16 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าเป้สำหรับเดินทาง	87
ภาพที่ 17 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าถือสำหรับเดินทาง	87
ภาพที่ 18 แสดงภาพรวมการออกแบบผลงานและจัดนิทรรศการแสดงผลงาน	88

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเดินทางท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย ๔ ของการดำเนินชีวิต แต่ก็ เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการเสริมคุณภาพชีวิต นักท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายเป็น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางเพื่อชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝาก ของที่ระลึก และอื่นๆ อีกจำนวนมาก เงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย จะกระจายไปสู่กลุ่มอาชีพต่างๆ ทุกอาชีพ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด ได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ได้พบเห็นภูมิประเทศที่แปลกตา และได้สร้างสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วยการคมนาคมสะดวก ธุรกิจต่างๆ เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางมากมายธุรกิจต่างๆ ก่อให้เกิดงานอาชีพ ใหม่ การกระจายเงินตรา ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่ การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมประเพณี ต่างถิ่น เจ้าของเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในคุณค่าของความมั่งคั่งทางธรรมชาติและมรดก ศิลปวัฒนธรรมของตนเอง

ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจทางตรง และธุรกิจทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจาก เป็น อุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัท นำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้ เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอา ทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็น ค่าอาหารซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะ ต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตก อยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจาย ออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็น ของที่ระลึกได้ก็จะมีกำไรใช้วัสดุ พื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะ เป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier

Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรม อื่น ๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า " การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน "อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่น ๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ทัศนียภาพ ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุน และ หันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้น ที่จะได้ช่วย สร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็จะต้องมี ผู้ลงทุนในหลาย ๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปที่ใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัย ทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่ มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

บริษัท เข็มทิศ ทราเวล เป็นองค์กรเอกชนด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2550 โดย คุณ นงนุช จัยดนตรี และ คุณ Edwin van de Warf ตั้งอยู่ที่ 115/1129 หมู่ 8 ตำบล

บางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี “สำหรับท่านที่มีความประสงค์เดินทางท่องเที่ยว พักผ่อนและ แสวงหา

ความสุขในรูปแบบของการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อประสบการณ์ใหม่ ความสนุกสนานความประทับใจใน สถานที่ที่ท่านเลือกที่จะให้รางวัลกับตัวท่านและครอบครัว คนที่รัก คนรู้ใจพร้อมให้บริการและให้การ ดูแลอย่างดีที่สุดด้วยความเอาใจใส่ดูแลคนในครอบครัวเดียวกัน” แต่เนื่องด้วยบริษัทเข็มทิศทราเวล ยังขาดเอกลักษณ์ หรือ

อัตลักษณ์ ขององค์กรที่เป็นจุดเด่น และน่าจดจำ ที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และการขาย ทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบ อัตลักษณ์องค์กร และ ของที่ระลึกของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของ บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรการท่องเที่ยว และของที่ระลึก
3. เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับ บริษัทเข็มทิศทราเวล จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

- ศึกษาเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดพื้นที่ในการศึกษาสภาพทั่วไป
- ศึกษาจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม
- ประมวลข้อมูล

ส่วนที่ 2 ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ที่เป็นเอกลักษณ์ และน่าจดจำ ช่วยส่งเสริมและ สอดคล้องกับบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

- ศึกษาเอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- นำข้อมูลในส่วนของที่ 1 มาศึกษาเพื่อออกแบบ

ส่วนที่ 3 ศึกษาด้านการตลาด และการโฆษณาขององค์กรการท่องเที่ยว เพื่อออกแบบของที่ระลึกสำหรับบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

- ศึกษาเอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- นำข้อมูลในส่วนของที่ 1 และ 2 มาศึกษาเพื่อกำหนดแนวคิดและออกแบบ

ส่วนที่ 4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ผลการออกแบบอัตลักษณ์และของที่ระลึกองค์กร บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

- จัดแสดงและนำเสนอผลงานในรูปแบบใหม่ที่ได้ออกแบบแล้ว
- ประเมินโครงการ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงการนี้เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร การท่องเที่ยว บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

1.ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่หมายถึง บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

2.ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์

- Logo and Graphic โลโก้ และ กราฟิกของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด
- Stationery office supplies (เครื่องเขียนและ ของใช้ในสำนักงาน)
- Promotional product (ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย หรือ ของที่ระลึกสำหรับองค์กรการท่องเที่ยว)

คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบ หมายถึง ประดิษฐ์รูปแบบขึ้นมาอย่างสร้างสรรค์ (พจนานุกรมฉบับมหาวิทยาลัย 2532 หน้า 759)

การออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้วยการเลือกการจัดวัสดุ และเครื่องมือ เพื่อสร้างงานศิลปะที่มีรูปแบบให้เหมาะสมกับหน้าที่ ในด้านความงามและประโยชน์ หรือสร้างสรรค์งานศิลปะบริสุทธิ์ที่มีความมุ่งหมาย ในด้านความงาม ความซาบซึ้ง ความสะเทือนใจ เพื่อให้เกิดความนิยม (วิรัตน์ พิชญ์ไพบุลย์ 2527 หน้า 1)

อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองเห็นตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ "ฉันเป็นใคร" ในสายตาคนอื่น (นัทธนัย ประสานนาม, 2550)

องค์กร (Organization) หมายถึง บุคคลกลุ่มหนึ่งที่มารวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน และดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกันอย่างมีขั้นตอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยมีทั้งองค์การที่แสวงหาผลกำไร คือองค์การที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ และ องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร คือองค์การที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์เป็นหลัก เช่น สมาคม สถาบัน มูลนิธิ เป็นต้น ไชยา ยิมวิไล. (2528, หน้า 1)

ของที่ระลึก หมายถึง (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) แยกความหมายของคำว่า "ของ" ซึ่งหมายถึงสิ่งต่าง ๆ (ใช้สำหรับนำหน้านามที่เป็นผู้ครอบครอง) ส่วนคำว่า "ระลึก" หมายถึง คิดถึง นึกถึง เรื่องราวในอดีตได้ เช่น ระลึกถึงความหลังเป็นต้น ดังนั้น คำว่าของที่ระลึกอาจหมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดความนึกถึงและคิดถึง นอกนี้ยังมีคำความหมายจากคำจำกัดความ ที่มีลักษณะใกล้เคียง คล้ายคลึงกันอีก เช่น

(ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531) ของที่ระลึก คือ สิ่งที่น่ามาใช้เป็นแรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิดความคิดถึง นึกถึง เรื่องราวที่เกี่ยวข้อง และ ของที่ระลึก คือ สื่อที่ใช้หวังผลทางด้านความทรงจำ ในสิ่งที่ผ่านมาในอดีต กลับมากระจำชัดในปัจจุบันเป็นสัญลักษณ์แทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต

เพื่อกระตุ้นเตือนหรือให้นึกถึงอยู่เสมออาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป ตามแต่โอกาสนั้น ๆ เช่น ถ้ามอบให้เนื่องในวันเกิด วันแต่งงาน วันปีใหม่ เรียกว่า "ของขวัญ" ถ้ามอบให้ผู้ที่รักและนับถือเรียกว่า "ของกำนัล" และถ้าให้เพื่อเป็นการตอบแทนเช่นงานศพ เรียกว่า "ของชำร่วย" หรือ "ของแถมพก" เหล่านี้เป็นต้น

แม้ว่าจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตาม มีวัตถุประสงค์การให้ที่ต่างกัน แต่ในความหมายที่แท้จริงก็คือการกระตุ้นเตือนให้เกิดความทรงจำ ซึ่งอยู่ในขอบข่าย "ของที่ระลึก" นั่นเอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีในทางที่ขึ้นด้วยงานออกแบบ
2. ได้แนวทางการออกแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับองค์กร
3. ได้อัตลักษณ์และของที่ระลึกสำหรับองค์กร บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยโดยผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมเนื้อหา

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

- 1.1 ความหมายของการออกแบบ
- 1.2 ประวัติความเป็นมาของการออกแบบ
- 1.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ
- 1.4 การออกแบบกราฟิก
- 1.5 การออกแบบของที่ระลึก

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

- 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.3 วัสดุ

3. เอกสารอื่น ๆ

- 3.1 ความหมายขององค์กร
- 3.2 ความหมายของอัตลักษณ์
- 3.3 ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร และตัวอย่าง
- 3.4 เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว

1. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบ

1.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบคืออะไร นักวิชาการมักจะมีคำจำกัดความของศิลปะแขนงนี้ต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ โลกทัศน์ การออกแบบ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ เป็นแนวทาง และใช้

วัสดุนานาชาติเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานตลอดจนกระบวนการสร้างสรรค์ ผลงานออกแบบจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตประจำวันให้มีความสะดวกสบายขึ้นและมีความงาม หรือเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทางกายภาพ หรือเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตของมนุษย์ให้มีคุณภาพสูงกว่าเดิม จากคำจำกัดความนี้ จะเห็นได้ว่า การออกแบบเป็นการสร้างสรรค์ที่มีผลปรากฏเป็นรูปธรรม คือมีรูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการดำรงรูปร่างหรือรูปทรงนั้นไว้ และในทางปฏิบัติยังจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการตั้งหรือวางอีกด้วย(มาโนช กงกะนันท์: 44)

การออกแบบ คือ การวางแผนสร้างรูปแบบโดยการคิดรูปแบบของส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์การใช้สอย การใช้วัสดุ ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การผลิตสิ่งของที่ต้องการออกแบบนั้น (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2539. หน้า 20)

การออกแบบ (Design) หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน โดยมีคามสำคัญ อยู่หลายประการ กล่าวคือ ในแง่ของ การวางแผน การการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้ การทำงานเป็นไปตามขั้นตอน อย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ดังนั้น อาจถือได้ว่า การออกแบบ คือ การวางแผนการทำงานก็ได้ ในแง่ของการนำเสนอผลงานนั้น ผลงานออกแบบจะช่วยให้ ผู้เกี่ยวข้องมีความ เข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้นความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมาย เพื่อความเข้าใจระหว่างกัน เป็นสิ่งที่ อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมี รายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบ ได้ทั้งหมด นั้นเอง

คำนิยามความหมายของคำว่า การออกแบบ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำ นิยามแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อ และความเข้าใจ

โกลสไตน์ (Golestein.1968 : 3) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ คือการเลือก และการจัดสิ่งต่าง ๆ (วัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวเนื้อหา) ด้วยจุดมุ่งหมายสองอย่าง คือ เพื่อให้มีระเบียบ และให้มีความงาม

อารี สุทธิพันธ์ (2527 : 8) ให้ความหมายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบ หมายถึงการรู้จักวางแผน เพื่อที่จะได้ลงมือกระทำตามที่ต้องการและการรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อ ทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตาม ความคิดสร้างสรรค์ สำหรับการออกแบบอีกความหมายหนึ่งที่ได้ให้ไว้ หมายถึงการ ปรับปรุงรูปแบบ ผลงานที่มีอยู่แล้ว หรือสิ่งต่างที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม ให้มีความแปลกความใหม่เพิ่มขึ้น

วิ รุณ ตั้งเจริญ (2527 :19) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ คือ การวางแผน สร้างสรรค์รูปแบบ โดยวางแผน จัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น

พาศนา ตันทลักษณ์ (2526 :293) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ เป็นการ สร้างสรรค์โดยมีแบบแผนตามความ ประสงค์ที่กำหนดไว้

ความมุ่งหมายของการออกแบบ โดยทั่วไปก็เพื่อการที่จะให้เกิดสิ่งที่ดีกว่า ในด้าน ของประโยชน์ใช้สอย และมีความ สวยงาม โดยพิจารณาจากความมุ่งหมายของแต่ละสาขา เช่น การออกแบบตกแต่งก็เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ ที่ประหยัดที่สุด สะดวกที่สุด การออกแบบผลิตภัณฑ์ ก็ เกี่ยวกับวัสดุ กรรมวิธีการผลิต และการตลาด การออกแบบก่อสร้าง ก็เกี่ยวกับ โครงสร้าง ความ แข็งแรง รากฐาน ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องมีประสบการณ์ และผ่านการปฏิบัติงานมาอย่างดีพอ นอกจากนี้แล้ว ผู้ออกแบบจะต้องมีหลักของการออกแบบเป็นพื้นฐาน สำหรับนำไปเป็นเครื่องช่วย คิดในการออกแบบงานต่าง ๆ

มีคำจำกัดความของการออกแบบอันหนึ่งที่กล่าวว่า การออกแบบคือกิจกรรมการ แก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving activity-Archer ,1965) จากคำจำกัดความแสดงให้เห็นว่าในการออกแบบจะ เริ่มจากการมีปัญหา มีการตั้งเป้าหมายที่มาจากฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมการทำงานเพื่อ แก้ปัญหาจากงานออกแบบและรวบรวมผสมผสานให้บรรลุตาม ความประสงค์ที่กำหนด ในอดีตผู้ ที่ ทำหน้าที่ออกแบบและผลิตผลงานการออกแบบของตนมักอยู่ในตัวคนๆ เดียว คือช่างฝีมือผู้ สร้างสรรค์งานหัตถกรรม ไร่ใช้สังคม ต่อมาเมื่อมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความ สลับซับซ้อนของสภาพความต้องการ ให้ได้ครบถ้วน จึงทำให้เกิดเป็นอาชีพนักออกแบบขึ้น

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุป เกี่ยวกับการออกแบบได้ว่า การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ ปรับปรุงผลงาน หรือสิ่งต่างๆให้มีความแปลกใหม่และเหมาะสมตามข้อกำหนดต่างๆที่เป็นตัวแปล เช่น วัสดุ สถานที่ เป็นต้น การออกแบบนั้นจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ และการตอบสนองความต้องการของตนเองและบุคคลต่างๆ

1.2 ประวัติความเป็นมาของการออกแบบ

การออกแบบเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมานานแล้ว นับตั้งแต่วันที่มนุษย์เริ่มสร้างเครื่องมือขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะให้การดำรงชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ตามธรรมชาติ หลักฐานทางโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ได้แสดงให้เห็นว่ามีการออกแบบเกิดขึ้นแล้วในยุคหินเก่า ซึ่งนับได้ว่าเป็นอารยธรรมของมนุษย์ในยุคแรกก่อนยุคมนุษย์สมัยใหม่ ที่เรียกว่า "โฮโม ซาเปียนส์" (Homo Sapiens) เสียอีก คือเมื่อราว 400,000 ปีมาแล้ว (Clark 1916 : 21, 24)

มนุษย์ในยุคนี้ได้ทำเครื่องมือขึ้นใช้ล่าสัตว์เป็นอาหาร โดยใช้หินกะเทาะให้แหลมหรือคมเท่าหรือแหลมคมกว่าที่พบได้ในธรรมชาติ เพื่อความสะดวกในการใช้ นักโบราณคดีได้พบเครื่องมือหินกะเทาะในบริเวณต่าง ๆ หลายแห่ง ทั้งในเมืองไทย และต่างประเทศ เช่นที่บริเวณบ้านเก่า ในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ที่ประเทศจีน อินเดีย ญี่ปุ่น แอฟริกา และยุโรป (เพ็งอั่ง และชินอยู่ดี 2510 : 7-19) รูปลักษณะของเครื่องมือหินกะเทาะเป็นหลักฐานที่แสดงว่าได้มีการออกแบบกันแล้วตั้งแต่ยุคหินเก่าเป็นต้นมา และมนุษย์ก็ได้พัฒนาการออกแบบเรื่อยมาจนถึงทุกวันนี้ อาจกล่าวได้ว่าวิวัฒนาการของการออกแบบเกิดขึ้นมาพร้อมกับวิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ เมื่อจำนวนประชากรโลกเพิ่มขึ้น และมนุษย์อาศัยอยู่รวมกันในสังคมที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ผลงานการออกแบบของมนุษย์ก็มีปริมาณมากขึ้น ทวีความหลากหลายและซับซ้อนขึ้นยิ่งด้วย ทั้งนี้เพราะผลงานออกแบบเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในการที่จะดำรงชีวิตอยู่ให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังที่กล่าวมาแล้ว

การพัฒนาตนเองให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนสร้างให้เกิดอารยธรรมความเจริญในด้านต่างๆคุณสมบัติเฉพาะตัวที่ว่านี้ คือ การรู้จักสังเกตทดลองและดัดแปลงปรับปรุง เมื่อมนุษย์พบ

เห็นวัตถุประสงค์ของตลอกจนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติก็รู้จักสังเกตและจดจำไว้ ถ้าผลที่ได้ ออกมาไม่ตรงตามที่คาดหมาย ก็รู้จักดัดแปลงปรับปรุงแก้ไขจนเกิด

ผลลัพธ์ตามที่ต้องการในภายหลังตัวอย่างที่จะอธิบายได้อย่างดีได้แก่ การค้นพบวิธีการ เครื่องปั้นดินเผา เริ่มจากการสังเกตเห็นว่าดินที่อยู่รอบกองไฟเมื่อถูกความร้อนจะแข็งตัวไม่ละลาย น้ำอีกต่อไป เมื่อสังเกตแล้วรู้จักนำดินเหนียวมาเผา หรือพอกภาชนะเครื่องจักรสานแล้วนำไปเผาไฟ ก็ได้รูปทรงตามภาชนะเครื่องจักรสาน แต่ภาชนะดังกล่าวไม่สะดวกต่อการใช้ใส่อาหารจึงปรับปรุง ด้วยวิธีการนำดินเหนียวมาปั้นขึ้นรูปเป็นภาชนะให้รูปทรงเหมาะสมต่อการนำไปใช้หุงต้มอาหาร โดยไม่ต้องอาศัยโครงสร้างจากเครื่องจักรสาน ในที่สุดด้วยคุณสมบัติดังกล่าวเมื่อมนุษย์พบว่าสิ่งที ธรรมชาติสร้างขึ้นให้ไม่มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการนำไปใช้งาน มนุษย์จึงได้เริ่มต้นปรับปรุง รูปทรงต่างๆรอบตัว และการที่มนุษย์เริ่มดัดแปลงรูปทรงของสิ่งแวดล้อม นับว่ามนุษย์ได้เริ่มต้น การออกแบบหรืออาจกล่าวได้ว่าการออกแบบเป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของมนุษย์เมื่อมีความ ไม่พอใจของรูปทรงของสิ่งที่เป็นอยู่

นอกจากนั้น ยังมีโบราณวัตถุ และโบราณสถาน เช่น รูปตัวสฟิงก์ พีระมิด และซุมนทร์พยมหาศาลที่ ฝังไว้กับम्मมือดีดกษัตริย์อียิปต์ที่นักโบราณคดีขุดพบและนำมาแสดงให้ประชาชนได้ชม เช่นกรู มหาสมบัติของตุตันคาเมน (หลักการออกแบบ, นवलน้อย บุญวงศ์, หน้า 7-8) ที่นำมาจัดนิทรรศการ เพื่อฉลองวาระครบรอบ50ปีการค้นพบสุสานของอติฟาโรห์ผู้เป็นองค์กรอุปถัมภ์งานศิลปะ และ งานช่างผู้ยิ่งใหญ่เมื่อกว่าสามพันปีมาแล้ว ศิลปวัตถุต่าง ๆ ที่พบในที่ฝังพระศพของพระเจ้าตุตัน คาเมนมีหลายชนิด ซึ่งมีการออกแบบอย่างวิจิตรและสร้างขึ้นด้วยวัสดุมีค่าสูง เช่น ทองคำ และ อัญมณีสีต่าง ๆ ที่ทำเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับ เครื่องเล่น ฯลฯ นอกจากนั้น ยังมีของใช้ สำหรับเด็กอีกด้วย ต่อจากโบราณวัตถุอายุนับพัน ๆ ปีขึ้นไปดังกล่าวแล้ว ในปัจจุบันนี้เรายังได้ เห็นโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่มีอายุหลังจากนั้นลงมาอีกมาก เช่น ปราสาทนครวัด ใน กัมพูชา กำแพงเมืองจีน โบสถ์ วิหาร ปราสาทราชวังต่าง ๆ ในยุโรป และเอเชีย รวมทั้ง ประติมากรรมพระพุทธรูปและในปัจจุบันมนุษย์เราก็ได้มีโอกาสใช้สอยผลงานออกแบบ หลากหลายชนิดยิ่งขึ้นนับจากเครื่องมือ เครื่องใช้ในบ้าน ในสำนักงาน บนถนน ในศูนย์การค้า และ ในอวกาศ ผลงานออกแบบที่ยกมาเป็นตัวอย่างข้างบนนี้เป็นหลักฐานแสดงให้เห็นว่าหลังจากยุค หินเก่าเป็นต้นมา มนุษย์มิได้ออกแบบเพียงสิ่งที่ให้ประโยชน์เชื้ออำนาจความสะดวกต่อการ ดำรงชีวิตด้านกายภาพอีกต่อไปแล้ว หากแต่มนุษย์ยังได้ออกแบบสิ่งที่ให้ประโยชน์ทางจิตใจ ทาง ปัญญาและทางวิญญาณด้วย (มาโนง กงกะนันท์ : 35-40)

1.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ

ในการทำงานศิลปะประเภทต่าง ๆ แม้กระทั่งการออกแบบก็ตาม จะต้องมีความเข้าใจในองค์ประกอบของสุนทรียภาพ งานออกแบบย่อมประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบของผู้ออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องมีความเข้าใจในส่วนประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบให้ท่องเที่ยวเพื่อนำส่วนประกอบต่าง ๆ เหล่านั้นมาใช้ได้อย่างเหมาะสมกลมกลืน โดยที่ส่วนประกอบหลาย ๆ อย่างจะรวมตัวกันขึ้นเป็นผลงาน ส่วนจะมีความสวยงามน่าสนใจด้วยนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพในการปฏิบัติงานของผู้ออกแบบ

ทัศนธาตุ (Visual elements) สิ่งที่เป็นปัจจัยของการได้เห็น ได้แก่ น้ำหนัก ที่ว่าง สี รูปทรง และเนื้อหาส่วนประกอบของการออกแบบ หรือ ทัศนธาตุ หมายถึง ส่วนประกอบสำคัญพื้นฐานของการสร้างทัศนศิลป์นั้น คือ ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดผลงานทางด้านจิตรกรรม ประติมากรรม และการออกแบบสถาปัตยกรรม (วุฒิ วัฒนสิน.2539 หน้า 40) ทัศนธาตุ ประกอบด้วยส่วนสำคัญพื้นฐานดังต่อไปนี้ คือ

1. จุด (Dot)
2. เส้น (Line)
3. รูปทรง รูปร่าง (Shape and form)
4. มวลและปริมาตร (Mass and Volume)
5. ลักษณะผิว (Texture)
6. บริเวณว่าง (Space)
7. สี (Color)
8. น้ำหนักสี (Values)

ผลงานออกแบบประเภท 2 หรือ 3 มิติ ประกอบขึ้นด้วยทัศนธาตุ (จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี) และลักษณะซึ่งเรียกโดยรวมว่า "องค์ประกอบ" หรือองค์ประกอบศิลป์และเมื่อสร้างงานโดยมี "ทฤษฎี"เป็นตัวกำหนดจนเสร็จสมบูรณ์ก็จะได้ผลงานออกแบบที่มีคุณภาพและความงาม

1. จุด

จุดเป็นทัศนธาตุอันดับแรกที่มีความหมายในตัวเองมีขนาดต่างกันและสร้างความรู้สึกได้ เช่น ถ้านำมาวาง 2 จุดในพื้นที่หนึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกของทิศทางและเมื่อนำมาวางรวมกันเป็นกลุ่มก็จะสามารถสร้าง ความรู้สึกของพลังที่รวมกันเป็นเอกภาพและถ้าเพิ่มเติมขนาดของจุดให้แตกต่างกันก็จะทำให้รู้สึกมีความหลากหลาย หลากมากขึ้นช่วยให้เกิดความรู้สึกเร้าสายตาและตื่นเต้น

และประการสุดท้าย ถ้านำจุดมาวางเรียงกันเป็นแถวจะเกิดเป็นเส้นซึ่งเป็นทัศนธาตุในลำดับต่อไปนอกจากจุดที่เรานำมาจัดวางเพื่อการออกแบบแล้ว เราสามารถพบเห็นลักษณะการจัดวางจุดจากสิ่งเป็นธรรมชาติ ที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ได้ เช่น ข้าวโพด รวงข้าว เมล็ดถั่ว ก้อนหิน เปลือกหอย ใบไม้ ลายของสัตว์นานาชนิด ได้แก่ เสือ ไก่ นก สุนัข และแมว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ธรรมชาติได้ออกแบบไว้ได้อย่างสวยงาม มีระเบียบ มีการซ้ำกันอย่าง มี จังหวะ และมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เราเป็นอย่างมาก เช่น การออกแบบลูกคิด ลูกบิดประตู การร้อยลูกปัด สร้อยคอ และเครื่องประดับต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดมาจากจุดทั้งสิ้น

2. เส้น

เส้นคือจุดหลายจุดที่เรียงกันเป็นแถว และถ้ามีหลายแถวจะเกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปมาในทิศทางต่าง ๆ กัน แสดงให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย นับเป็นเครื่องมือชนิดแรกของมนุษย์ที่ใช้สื่อความหมายในการแสดงออกทางภาษาเขียน และสร้างงานออกแบบ โดยปกติแล้วเส้นมีอยู่ 3 ลักษณะที่สำคัญ คือ เส้นตรง เส้นโค้ง และเส้นหยัก

ลักษณะของเส้น

เส้นตรง

เส้นตรง คือเส้นที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกันตลอด ทิศทางดังกล่าวนี้อาจจะเป็นไปในแนวต่างๆ กัน และมีชื่อเรียกตามทิศทางไปด้วย เช่น เส้นราบ ซึ่งมีทิศทางเป็นไปในแนวนอน เส้นตั้งมี

ทิศทางไปในแนวตั้งฉาก และเส้นทแยงมีทิศทางไปในแนวเฉียงทำมุมกับแนวนอน น้อยหรือมากกว่า 90 องศาจากนี้แล้วถ้าเปลี่ยนทิศทางอย่างกะทันหันไม่ว่าจะเป็นบน ล่าง ซ้าย หรือขวา ก็จะมีลักษณะเป็นเส้นหยัก เรียกว่า “เส้นหยัก”

เส้นสื่อความหมายได้หลากหลาย เช่น เส้นตรงให้ความรู้สึกสงบมั่นคงและแน่นอนหนา หรือ เที่ยงตรง นักปราชญ์โบราณเป็นผู้ค้นพบเรื่องของความหมายเกี่ยวกับเส้น และได้ประมวลเอาไว้เป็นระบบ และถ่ายทอดกันต่อ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

1. เส้นระดับหรือเส้นราบ เป็นเส้นที่มีทิศทางไปในแนวนอน มีความหมายและแสดงออกถึงความสงบและเยือกเย็นความราบเรียบ ความกว้างใหญ่ไพศาล และการพักผ่อน ความจี๊ดจ๊าด ขาดความมีชีวิตชีวา

2. เส้นตั้งฉากหรือเส้นตั้ง เป็นเส้นที่มีทิศทางไปในแนวตั้งฉาก 90 องศา กับเส้นราบ มีความหมายและแสดงออกถึงความยุติธรรม ความมั่นคงแข็งแรง ความสง่างามเกรงขาม ความทะเยอทะยานในสิ่งที่สูงกว่า การทรงตัว การเชิดชู และความซื่อตรง

3. เส้นเฉียงหรือเส้นทแยง เป็นเส้นที่มีทิศทางไปในแนวเฉียงทำมุมน้อยกว่าหรือมากกว่า 90 องศา กับเส้นราบ มีความหมายและแสดงออกถึงความเคลื่อนไหว ความมีชีวิตชีวา สามารถที่จะพาสายตาจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งได้ แต่มีลักษณะขาดความสมดุล มีอุปสรรค สับสน และไม่มั่นคง ในสัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายการจราจร เส้นทแยงนี้หมายถึงการห้าม

4. เส้นหยัก เป็นเส้นตรงที่เปลี่ยนทิศทางอย่างกะทันหัน ไม่ว่าจะบน ล่าง ซ้าย หรือขวา ก่อให้เกิดเป็นมุมแหลมขึ้น มีความหมายและแสดงออกถึงความเปลี่ยนแปลง ความตื่นเต้น ซึ่งขัดกับความรู้สึกธรรมดา

เส้นโค้ง

เส้นโค้ง คือเส้นที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกันแล้วเปลี่ยนองศาไป ก็จะเป็นเส้นโค้ง เมื่อดูเส้นโค้งจะรู้สึกสบายตา เส้นโค้งนี้ได้ชื่อว่า “เส้นแห่งความงาม” มีความหมายและแสดงออกถึงความอ่อนโยน ละมุนละไม เคลื่อนไหว และไม่หยุดนิ่ง มีลีลาคล้าย ๆ กับเกลียวคลื่น แลดูสวยงาม งดงาม และมีชีวิต

เส้นทั้ง 2 ลักษณะนี้ สามารถบอกถึงลักษณะของรูปร่าง ระยะเวลา ความลึก ความงดงามในตัวเอง ที่มีอารมณ์ของการแสดงออก

อารมณ์ของเส้น

1. เส้นตั้ง หรือ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง
2. เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
3. เส้นเฉียง หรือ เส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
4. เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็นจังหวะ มีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง ความรุนแรง
5. เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล
6. เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลื่นคล้าย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด
7. เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง
8. เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

รูปทรง รูปร่าง

เมื่อเขียนเส้นเส้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเส้นตรงหรือเส้นโค้ง ย่อมมีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย และถ้านำเอาปลายของเส้นมาเชื่อมต่อกันก็จะเกิดเป็นบริเวณพื้นที่ ซึ่งมีเส้นเป็นขอบรูป นอกที่แสดงถึงอาณาเขตหรือบริเวณ บริเวณนี้เรียกว่า " รูปว่าง " มีลักษณะแบน ไม่มีความหนา เป็นรูป 2 มิติ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ารูปว่างเกิดจากเส้นที่ลากโดยมีทิศทางมาบรรจบกันอยู่มี 3 ลักษณะ คือวงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม เป็นรูปว่างพื้นฐานหรือรูปว่างเรขาคณิต รูปว่างเหล่านี้มีความหมายในตัวเองซึ่งเราสามารถที่จะรับรู้ได้เช่น รูปสี่เหลี่ยมให้ความรู้สึกสงบตรงไปตรงมาและซื่อสัตย์ รูปสามเหลี่ยมมีพลังให้ความรู้สึกได้แย่งและเฉียบคม ส่วนวงกลมให้ความรู้สึกอบอุ่น มีความปลอดภัย ไม่มีความสิ้นสุดเป็นอมตะ

นอกจากรูปว่างพื้นฐาน ซึ่งเป็นรูปเรขาคณิตแล้ว ยังมีรูปว่างอีกชนิดหนึ่งคือรูปว่างอิสระ เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้ออกแบบ รูปว่างอิสระให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ในการสร้างรูปว่างนั้น ผู้ออกแบบนิยมสร้างกันอยู่ 2 วิธีคือ

1. สร้างในลักษณะปิดคือ การสร้างโดยเน้นให้เส้นรูปนอก คงอยู่ในสภาพเดิม แสดงให้เห็นอาณาเขตหรือบริเวณอย่างชัดเจน รูปว่างชนิดนี้ทำให้แลดูแตกต่างจากพื้นหลัง แสดงถึงความเด็ดขาด มีสัดส่วนและขนาดที่แน่นอนลักษณะเช่นนี้เรียกว่าเส้นรูปนอกแข็ง
2. สร้างในลักษณะเปิดคือการสร้างโดยไม่เน้นเส้นรูปนอกหรือลดความสำคัญของเส้นรูปนอกลงแต่เมื่อมองดูภาพรวมแล้วยังสามารถเห็นอาณาเขตหรือบริเวณ ของรูปว่างที่สร้างขึ้นได้รูปว่างชนิดนี้มีเส้นรูป นอกที่นุ่มนวล ไม่แข็งกระด้าง ไม่ทำให้แลดูแตกต่างจากพื้นหลังอย่างเด็ดขาด ลักษณะเช่นนี้เรียกว่าเส้นรูปนอกนุ่มนวล

รูปทรง

รูปทรงมีวิวัฒนาการมาจากเส้นเช่นเดียวกับรูปร่าง แต่มีลักษณะแตกต่างกัน คือ รูปทรงมีลักษณะเป็นรูปร่างที่มีความหนา รูปทรงที่เป็นแท่งตัน ไม่โปร่ง เรียกว่า "มวล" (Mass) ส่วนรูปทรงที่ภายในโปร่ง ไม่ทึบ เรียกว่า "ปริมาตร" (Volume) ถ้าเราระบายเงาลงไปในรูปร่างเพื่อแสดงให้เห็นถึงการตกทอดของแสงและเกิดเงาขึ้น จะเป็นรูปทรงทันที ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสายตาเรามองไปยังวัตถุชิ้นใดก็ตาม หากไม่มีแสงมาส่องกระทบและทำให้เกิดเงาขึ้นแล้ว เราไม่อาจมองเห็นวัตถุชิ้นนั้นเป็นรูปทรงได้ รูปทรงก็คือรูปร่างที่มีลักษณะเป็น 3 มิตินั่นเอง รูปทรงแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

รูปเรขาคณิต (Geometric Form) มีรูปที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ง่าย มีกฎเกณฑ์ เกิดจากการสร้างของมนุษย์ เช่น รูปสี่เหลี่ยมรูปร่างกลม รูปร่างรี นอกจากนี้ยังรวมถึงรูปทรงของสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นอย่างมีแบบแผน แน่นนอน เช่น รถยนต์ เครื่องจักรกล เครื่องบิน สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ผลิตโดยระบบอุตสาหกรรม ก็จัดเป็นรูปเรขาคณิตเช่นกัน รูปเรขาคณิตเป็นรูป ที่ให้โครงสร้างพื้นฐานของรูปต่างๆ ดังนั้นการสร้างสรรค์รูปอื่นๆ ควรศึกษารูปเรขาคณิตให้เข้าใจก่อนแต่เสียก่อน

รูปอินทรีย์ (Organic Form) เป็นรูปของสิ่งที่มีชีวิต หรือ คล้ายกับสิ่งมีชีวิต ที่สามารถเจริญเติบโตเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงรูปได้ เช่นรูปของคน สัตว์ พืช

รูปอิสระ (Free Form) เป็น รูปที่ไม่ใช่แบบเรขาคณิต หรือแบบอินทรีย์ แต่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอน ซึ่งเป็นไปตามอิทธิพลและการกระทำจากสิ่งแวดล้อม เช่น รูปก้อนเมฆ ก้อนหิน หยดน้ำ ควนซึ่งให้ความรู้สึกที่เคลื่อนไหว มีพลัง รูปอิสระจะมีลักษณะ ชัด แข็งกับรูปเรขาคณิต แต่กลมกลืน กับรูปอินทรีย์ รูปอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิตหรือรูปอินทรีย์ ที่ถูกกระทำ จนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพ เช่น รถยนต์ที่ถูกชนจนยับเยินทั้งคัน เครื่องบินตก ตอไม้ที่ถูกเผาทำลายหรือซากสัตว์ที่เน่าเปื่อยผุพัง

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง

เมื่อนำรูปทรงหลายๆ รูปมาวางใกล้กัน รูปเหล่านั้นจะมีความสัมพันธ์ดังจุด หรือผลัก

ใส ซึ่งกันและกัน การประกอบกันของรูปทรง อาจทำได้โดยใช้รูปทรงที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน รูปทรงที่ต่อเนื่องกัน รูปทรงที่ซ้อนกัน รูปทรงที่ผนึกเข้าด้วยกัน รูปทรงที่แทรกเข้าหากัน รูปทรงที่สานเข้าด้วยกัน หรือ รูปทรงที่บิดพันกัน การนำรูปเรขาคณิต รูปอินทรีรี และรูป อิศระมาประกอบเข้าด้วยกัน จะได้รูปลักษณะใหม่ ๆ อย่างไม่สิ้นสุด

ลักษณะของรูปทรง(Shape)

รูปทรงที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์และมีอยู่ในธรรมชาตินั้นมีอยู่ 2 ลักษณะ ได้แก่ รูปทรงโดดเดี่ยวและรูปทรงกลุ่ม รูปทรงเดี่ยว คือ รูปทรงที่มีฐานตั้งอยู่ได้ด้วยตนเองเป็นเอกเทศไม่มีส่วนอื่นมาเพิ่มเติมให้เกิดเป็นกลุ่มเลย ลักษณะและองค์ประกอบของรูปทรงจะมีความสมบูรณ์อยู่แล้วในตัวเอง ซึ่งมีความสมดุลเป็นเครื่องช่วยให้ทรงตัวอยู่ได้ ส่วนรูปทรงเป็นกลุ่มนั้นไม่ลอยตัวเป็นเอกเทศ ต้องมีส่วนอื่นมาเสริม และมีความประสานกลมกลืนซึ่งกันและกัน ทำให้ส่วนต่าง ๆ มีความสำคัญเท่าเทียมกันหมด จำนวนหน่วยที่รวมเป็นกลุ่มนี้มีตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป

รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นปริมาตรและมวลนั้นสร้างได้หลายวิธีดังนี้

- รูปทรงที่ประกอบขึ้นด้วยเส้น การนำเส้นมาประกอบกันเข้าหลาย ๆ เส้นก็จะปรากฏเป็นรูปทรง 3 มิติขึ้น เมื่อพิจารณาดูส่วนรวมจากเส้นรูปนอกแล้วจะสังเกตเห็นเป็นรูปทรงในลักษณะต่าง ๆ กันตามความประสงค์ รูปทรงที่เกิดขึ้นนี้มีพื้นที่ว่างระหว่างเส้นที่ประกอบกันอยู่รูปทรงที่เกิดขึ้นนี้เป็นปริมาตร
- รูปทรงที่ประกอบขึ้นด้วยแผ่น ถ้านำวัสดุแผ่นที่ไม่มีความหนา มาประกอบกันขึ้นแล้ว จะแลดูเป็นรูปทรง 3 มิติ
- รูปทรงที่ประกอบขึ้นด้วยเส้นและแผ่นผสมกัน รูปทรงชนิดนี้เป็นแบบผสมกันระหว่างเส้นและแผ่นเรียบ รูปทรงส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นเรียบโดยมีเส้นผสมอยู่ด้วย
- รูปทรงที่เป็นมวลเอกเทศ รูปทรงชนิดนี้มีลักษณะโดดเดี่ยวด้วยตัวเองไม่ต้องอาศัยรูปทรงอื่นมาประกอบด้วย สูงขึ้นไปในอากาศอย่างโดดเดี่ยว

- รูปทรงที่เป็นมวลโค้งหรือเว้า เป็นรูปทรงที่มีทั้งส่วนโค้งและเว้าอยู่ในตัวเองอย่างสลับกัน
- รูปทรงที่เป็นมวลและมีรูลอดทะลุ เป็นรูปทรงที่มีลักษณะยื่นพุ่งขึ้นไปในอากาศ เหมือนก้อนหินทะเลที่มีรูพรุนอยู่รอบด้าน เฮนรี มัวร์ ประติมากรคนสำคัญนิยมสร้างงานในลักษณะนี้
- รูปทรงนูนต่ำและนูนสูง เป็นรูปทรงที่สร้างขึ้นด้วยการปั้นหรือแกะสลักให้รูปนูนขึ้นออกมาจากพื้นหลังมากหรือน้อยตามส่วน แต่เสมอกันหมด โดยทั่วไปทั้งบริเวณสูงหรือบริเวณต่ำ

มวลและปริมาตร (mass and volume)

มวล หมายถึง เนื้อทั้งหมดของสาร ถ้าเป็น พุ่มไม้ ก็คือ พื้นที่ภายในทรงพุ่มทั้งหมด มวลของหิน คือ เนื้อที่แข็งแกร่งของหิน

ปริมาตร (volume) คือ พื้นที่ที่กินระหว่างในอากาศหรือบริเวณว่าง (space) ของวัตถุต่าง ๆ กำหนดเป็นรูปทรงที่แสดงเป็น 3 มิติ การกำหนดมวลและปริมาตร มักจะถูกเรียกกลับไปกับ เรื่องของเนื้อที่และปริมาณ เช่น ใช้พื้นที่ไม้ในปริมาณที่มาก ๆ มาปลูกรวมกัน เพื่อสร้างเนื้อที่ ดังนั้นในการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ลงในพื้นที่ จึงต้องคำนึงถึงปริมาณของวัตถุและการใช้เนื้อที่

ลักษณะผิว (Texture)

พื้นผิว หมายถึง ลักษณะของบริเวณผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ ที่เมื่อสัมผัสแล้วสามารถรับรู้ได้ ว่ามีลักษณะอย่างไร คือรู้ว่า หยาบ ขรุขระ เรียบ มัน ด้าน เนียน สาก เป็นต้น

ลักษณะที่สัมผัสได้ของพื้นผิว มี 2 ประเภท คือ

1. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ หรือกายสัมผัส เป็นลักษณะพื้นผิวที่เป็นอยู่จริง ๆ ของ ผิวหน้าของวัสดุนั้น ๆ ซึ่งสามารถสัมผัสได้จากงานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม และ สิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ

2. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยสายตา จากการมองเห็นแต่ไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริง ของผิว วัสดุ นั้น ๆ เช่น การวาดภาพก่อนหินบนกระดาษ จะให้ความรู้สึกเป็นก้อนหินแต่ มือ สัมผัสเป็นกระดาษ หรือใช้กระดาษพิมพ์ลายไม้ หรือลายหินอ่อน เพื่อปะ ทับ บนผิวหน้าของสิ่ง ต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้ถือว่า เป็นการสร้างพื้นผิวลวงตา ให้สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น เท่านั้น

พื้นผิวลักษณะต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกต่องานศิลปะที่แตกต่างกัน พื้นผิวหยาบ จะให้ความรู้สึกกระตุ้นประสาท หนักแน่น มั่นคง แข็งแรง ถาวร ในขณะที่ผิวเรียบจะให้ความรู้สึกเบา สบาย การใช้ลักษณะของพื้นผิวที่แตกต่างกัน เห็นได้ชัดเจนจากงานประติมากรรม และมากที่สุดในงานสถาปัตยกรรมซึ่งมีการรวมเอาลักษณะ ต่าง ๆ กันของพื้นผิววัสดุหลาย ๆ อย่าง เช่น อิฐ ไม้ โลหะ กระฉก คอนกรีต หิน ซึ่งมีความขัดแย้งกันแต่สถาปนิกได้นำมาผสม กลมกลืนได้อย่างเหมาะสม ลงตัวจนเกิดความสวยงาม ที่มา

<http://www.prc.ac.th/newart/webart/element05.html>

บริเวณว่าง (Space)

ที่ว่างตามปรกติจะกว้างขวางจนหาขอบเขตมิได้ เป็นที่ที่สิ่งทั้งหลายทั้งปวงดำรง อยู่ ที่ว่างเป็นทัศนธาตุที่มองไม่เห็นจะปรากฏตัวก็ต่อเมื่อมีทัศนธาตุอื่นมากำหนดรูปร่างหรือมา ก่อให้เกิดปฏิกิริยาขึ้น ที่ว่างจึงเป็นเสมือนสนามหรือเวทีที่ทัศนธาตุอื่น ๆ จะลงไปแสดงหรือปรากฏ ตัวในบทบาทของรูปทรง ทัศนศิลป์แต่ละประเภทใช้ที่ว่างต่างกันไปตามลักษณะของงาน จิตรกรรมใช้ที่ว่างที่เป็น 2 มิติ แต่อาจทำให้เกิดการลวงตาเห็นเป็น 3 มิติได้ ด้วยวิธีการประกอบ กันของทัศนธาตุต่าง ๆ ประติมากรรมที่ใช้ที่ว่างจริง ๆ โอบล้อมลุ่มได้และเจาะทะลุรูปทรงที่เป็น 3

มิติ สถาปัตยกรรมที่ใช้ที่ว่างจริงเช่นเดียวกับ ประติมากรรมสิ่งแวดล้อม ใช้แนวคิดที่ให้ผู้เข้าไปอยู่ในที่ว่างที่ห้อมล้อมด้วยรูปทรงได้เช่นเดียวกับงานสถาปัตยกรรม การเดินระบำสมัยใหม่ก็เป็นการสร้างที่ว่างให้มีความหมายด้วยการกำหนดและเปลี่ยนแปลงที่ว่างด้วยร่างกายและความเคลื่อนไหวของคน (ชลูด นิมเสมอ : 64-70)

ลักษณะของที่ว่าง

ที่ว่างในงานศิลปะ เป็นที่ว่างที่ได้ถูกควบคุมและกำหนดให้มีขอบเขต และความหมายตามที่ศิลปินต้องการ มีหลายลักษณะดังต่อไปนี้

ที่ว่างจริงและที่ว่างลวงตา

ที่ว่างของงานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมเป็นที่ว่างจริง ๆ ที่สามารถสัมผัสได้ เราเรียกว่า ที่ว่างจริงหรือที่ว่างกายภาพ ส่วนที่ว่างในงานจิตรกรรมหรือภาพพิมพ์ที่แสดงความลึกตื้น เป็นที่ว่างลวงตาที่เกิดขึ้นจากกรรมวิธีทางจิตรกรรม หรือการประกอบกันของทัศนธาตุ เราเรียกว่าที่ว่างลวงตา หรือที่ว่างแบบรูปภาพ

ที่ว่างแบบ 2 มิติ

ที่ว่างแบบ 2 มิติ คือที่ว่างที่กำหนดด้วยความกว้างและความยาวเท่านั้น เป็นที่ว่างของผิวพื้นที่แบนราบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น แผ่นภาพ กระดาษ หรือผ้าใบ ที่ว่างระหว่างรูปทรงในงานจิตรกรรมที่ มิได้แสดงความลึก

ที่ว่างแบบ 3 มิติ

ที่ว่างแบบ 3 มิติ คือ ที่ว่างที่กำหนดด้วยความกว้าง ความยาว และความลึก เป็นที่ว่างที่มีปริมาตร เช่น ปริมาตรของที่ว่างในห้องหนึ่ง ที่ว่างที่ลุ่มได้รูปทรง 3 มิติ ที่ว่างในทางลึกของงานจิตรกรรมที่แสดงด้วยการประกอบกันของทัศนธาตุให้เกิดลวงตาเห็นเป็น 3 มิติ

ที่ว่างที่เป็นกลาง

ที่ว่างที่เป็นกลางหรือเป็นศูนย์ คือ ที่ว่างที่ยังคงเป็นความว่างอยู่ ยังไม่มีการกำหนดขอบเขตหรือรูปร่างที่มีความหมายขึ้น ยังไม่แสดงปฏิกิริยาหรือพลังใด ๆ ให้เราได้รับรู้ เช่น ที่ว่างของผนัง แผ่นผ้าใบ แผ่นกระดาษว่าง ๆ หรือที่ว่างบนท้องฟ้า

ที่ว่างบวกและที่ว่างลบ

เมื่อที่ว่างบริเวณหนึ่งถูกกำหนดด้วยเส้นรูปนอกให้เกิดเป็นรูปร่างขึ้น ที่ว่างที่มีรูปร่างนี้จะเริ่มมีพลัง มีความเคลื่อนไหวและมีความหมายขึ้น ส่วนที่ว่างที่อยู่รอบ ๆ จะยังคงเป็นความว่างที่ค่อนข้างเฉยอยู่ ถึงแม้จะมีความหมายขึ้นบ้างจากผลกระทำของที่ว่างส่วนที่มีรูปร่างนั้นก็เป็นส่วนน้อย ที่ว่างที่มีรูปร่างนี้เรียกว่า ที่ว่างบวก หรือที่ว่างที่ทำงาน ส่วนที่ว่างที่อยู่รอบ ๆ เรียกว่าที่ว่างลบ หรือที่ว่างที่เฉย การกำหนดความเป็นบวกเป็นลบให้แก่ที่ว่างนี้ ทำขึ้นเพียงเพื่อความสะดวกในการศึกษาทางทฤษฎีมิได้หมายความว่าส่วนที่เป็นลบจะมีค่าน้อยกว่าส่วนที่เป็นบวก เพราะในทัศนะของศิลปินนั้นทุกส่วนย่อมมีความสำคัญที่จะต้องพิจารณาเท่าเทียมกัน

สี (Color)

สีมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับมนุษย์ สีจะปรากฏให้เราเห็นได้อยู่ทุกหนทุกแห่ง สิ่งแวดล้อมรอบๆตัว เราก็มักจะประกอบไปด้วยสีอันต่าง ๆ มากมาย

สีจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญองค์ประกอบหนึ่งในการออกแบบ เพราะสีจะมีอิทธิพลต่อการแสดงอารมณ์ของงานออกแบบขึ้นนั้นๆ

การที่เราจะทำการหยิบสีอัน ต่างๆที่พบเห็นอยู่รอบๆตัวมาใช้ในการออกแบบนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่เราจะต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของสีเสียก่อน โดยที่องค์ประกอบของสีที่ใช้ในการออกแบบนั้นจะประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 3 อย่างด้วยกันคือ เนื้อสี น้ำหนักสี และความสดของสี

- เนื้อสี Hue คือความแตกต่างของสีบริสุทธิ์แต่ละสี ซึ่งเราจะเรียกเป็นชื่อสีต่างๆ เช่น สีแดง สีเขียว เป็นต้น โดยเราสามารถแบ่งเนื้อสีออกได้เป็น 2 ชนิดด้วยกันคือ

สีของแสง เป็นความแตกต่าง สันยาวของคลื่นแสง ที่เรามองเห็น โดยเริ่มจากสี

ม่วง ไปจนถึง สีแดง

สีของสาร เป็นสีที่เรามองเห็นบนวัตถุต่างๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซับ และสะท้อน

คลื่นแสง

โดยที่เนื้อสีในแต่ละสีนั้นก็ให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันไป เช่นสีแดงจะให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง มีพลัง ส่วนสีเขียวจะให้ความรู้สึกที่สดชื่น เป็นต้น

- น้ำหนักสี Value/Brightness เป็นเรื่องของความแตกต่างของความสว่างของสี โดยสีที่มีค่าน้ำหนักสีที่สูง จะมีความเข้มของสีมากกว่าสีที่มีค่าน้ำหนักสีต่ำกว่าการที่เราปรับเปลี่ยนน้ำหนักสีจะส่งผลให้ภาพเกิดมิติ ความลึก ทำให้ชิ้นงานที่ออกแบบมานั้นมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

รูปแสดง น้ำหนักสี Value/Brightness

- ความสดของสี Intensity/Saturation ความสดของสีจะส่งผลต่อชิ้นงานในการออกแบบ โดยทำให้ชิ้นงานมีลักษณะที่ดู อุดฉาด (ความสดของสีมาก) หรือดูหม่น (ความสดของสีน้อย) เพราะฉะนั้นในการออกแบบบางครั้งเราก็จำเป็นต้องทำการปรับเพิ่ม หรือลดความสดของสีด้วยเพื่อให้ชิ้นงานมีสีที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

(<http://www.arip.co.th/blog.php?blogger=wanda&id=70> 2007-03-30 08:21:10)

สีและการออกแบบ

หลักการใช้สี

การใช้สีกับงานออกมานั้น อยู่ที่นักออกแบบมีจุดมุ่งหมายใด ที่จะสร้างความสนใจ ความเข้าใจต่อผู้ดูเพื่อให้เข้าถึงจุดหมายที่ตนต้องการ หลักของการใช้มีดังนี้

1. การใช้สีวรรณะเดียว

ความหมายของสีวรรณะเดียว (tone) คือกลุ่มสีที่แบ่งออกเป็นวงล้อของสีเป็น 2 วรรณะ คือวรรณะร้อน (warm tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น ไร่ใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อนวรรณะเย็น (cool tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ดู เย็นตาให้ความรู้สึก สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ)การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน(เอกภาพ) กลมกลืน มีแรงจูงใจให้คล้อยตามได้มาก

2. การใช้สีต่างวรรณะ

หลักการทั่วไป ใช้อัตราส่วน 80% ต่อ 20% ของวรรณะสี คือ ถ้าใช้สีวรรณะร้อน 80% สีวรรณะเย็นก็ 20%เป็นต้น ซึ่งการใช้แบบนี้สร้างจุดสนใจของผู้ดู ไม่ควรใช้อัตราส่วนที่เท่ากันเพราะจะทำให้ไม่มีสีโดดเด่น ไม่น่าสนใจ

3. การใช้สีตรงกันข้าม

สีตรงข้ามจะทำให้ความรู้สึกที่ตัดกันรุนแรง สร้างความเด่น และไร่ใจได้มากแต่หากใช้ไม่ถูกหลัก หรือ ไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนสีมากเกินไป ก็จะทำให้ความรู้สึกพร่ามัว ลายตาขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้าม ในอัตราส่วน 80% ต่อ20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาว หรือสีดำ เข้ามาเสริม เพื่อ ตัดเส้นให้แยกออก จาก กันหรืออีกวิธีหนึ่งคือการลดความสดของสีตรงข้ามให้หม่นลงไป

ป นว
1056
คท
จ 2560
2555



สำนักหอสมุด

24 ต.ค. 2555

สีตรงข้ามมี 6 คู่ได้แก่

สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง

J, 6037288

สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว

สีน้ำเงิน ตรงข้ามกับ สีส้ม

สีเขียวเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงแดง

สีส้มเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงน้ำเงิน

สีส้มแดง ตรงข้ามกับ สีเขียวน้ำเงิน

การใช้สีตัดกัน ควรคำนึงถึงความเป็นเอกภาพด้วย วิธีการใช้มีหลายวิธี เช่น ใช้สีให้มีปริมาณต่างกัน เช่น ใช้สีแดง 20 % สีเขียว 80% หรือใช้เนื้อสีผสมในกันและกัน หรือใช้สีหนึ่งสีใดผสมกับสีคู่ที่ตัดกัน ด้วยปริมาณเล็กน้อย

รวมทั้งการเอาสีที่ตัดกันมาทำให้เป็นลวดลายเล็ก ๆ สลับกันในผลงานชิ้นหนึ่ง อาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่างทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบที่ตายตัว

ในงานออกแบบ หรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อน หรือวรรณะเย็นเราจะ สามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนงดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อมวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถขบขันให้ให้เกิดจุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สีต้องนำหลักการต่างๆของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลัง ของแต่ละคนสีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้

2. สร้างความน่าสนใจ สีมียุทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น

3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น

4. สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำ งานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำ ในรูปแบบ และผลงานหรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกลักษณ์

อารมณ์ของสี

นักออกแบบ หรือผู้ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบย่อมจะต้องมีทักษะในการเลือกใช้สีเส้นต่าง ๆ นำมาประกอบชิ้นงานที่กำลังสร้างสรรค์อยู่ สีเส้นต่าง ๆ จะมีความหมายและอารมณ์ของแต่ละสีเอง นั่นหมายความว่า เมื่อผู้ชมเห็นสีเส้นแบบนี้จะรู้สึกอย่างไร จะสื่อความหมายอย่างไรแก่ตัวผู้ชม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ นักออกแบบ ควรจะมีความรู้บ้างในการเลือกใช้สีเส้นให้เข้ากับงานตนเอง บทความนี้ผมมีความหมายของสี และอารมณ์ของแต่ละสีเส้นที่ให้ความรู้สีอย่างไรกับผู้ชมงานของเรา

สี	ชื่อสี	ความหมาย-อารมณ์
	Yellow-Green	การเจ็บป่วย - ความอิจฉา - ชิงช้า - การแตกแยก
	Yellow	ความสุข - พลังงาน - ความเจริญ - การเรียนรู้ - การสร้างสรรค์
	White	ความบริสุทธิ์ - ความดี - ความดีพร้อม - ความเยียบสงบ - ความยุติธรรม
	Red	พลัง - อุตสาหกรรม - สงคราม - อำนาจ
	Purple	ความหยิ่ง - ความทะเยอทะยาน - ความก้าวหน้า - ความสง่างาม - อำนาจ
	Pink	เป็นมิตร - ความรัก - ความโรแมนติก - ความเคารพ
	Orange	กำลัง - ความมีชีวิต - พลังชีวิต - การให้กำลังใจ - ความสุข
	Light Yellow	ปัญญา - ความฉลาด
	Light Red	ความรู้สึกดีใจ - เรื่องทางเพศ - ความรู้สึกของความรัก
	Light Purple	เรื่องรักใคร่ - ความสงบ -
	Light Green	ความกลมกลืน - ความสงบ - สันติภาพ
	Light Blue	การหยิ่ง - โอกาส - ความเข้าใจ - ความอดทน - ความอ่อนโยน
	Green	ความอุดมสมบูรณ์ - การเติบโต - การกลับมาของชีวิตภาพ
	Gold	สติปัญญา - ความร่ำรวย - ความสว่าง - ความสำเร็จ - โชคลาภ
	Dark Yellow:	การตักเตือน - การเจ็บป่วย - ความเสื่อม - ความอิจฉา
	Dark Red	ความโกรธ - ความรุนแรง - ความกล้าหาญ - กำลังใจ
	Dark Purple	ความสูงส่ง - ความปรารถนาอันแรงกล้า - ความหรูหรา
	Dark Green	ความทะเยอทะยาน - ความโลภ - ความริษยา
	Dark Blue	ความจริง - ศรัทธา - อำนาจ - ความรู้ - ความซื่อสัตย์ - การป้องกัน
	Brown	ความอดทน - ความมั่นคง
	Blue	สุขภาพ - ความเชื่อถือ - ไหวพริบ - จงรักภักดี - ความเลื่อมใส - ความถูกต้อง
	Black	ความลึกซึ้ง - ความตาย - อำนาจ - พลัง - ความแค้น - สิ่งชั่วร้าย - ความปรานี
	Aqua	การป้องกัน - สุขภาพ

ที่มา <http://www.dwthai.com/Article/color-emotion.html>

น้ำหนักสี (Value)

ค่าน้ำหนักของสี (Value) ค่าน้ำหนักของสี หมายถึง สีที่สดใส สีกกลาง สีทึบของ แต่ละสีจากค่าน้ำหนักอ่อนสุดไปจนถึงเข้มสุดในสีเดียวกัน ค่าของสีนี้จะช่วยทำให้เกิดความรู้สึก ต่างๆ เช่น เกิดความเคลื่อนไหว เกิดระยะใกล้-ไกล เกิดความลึก-ตื้น เกิดความแตกต่างในเรื่อง ของขนาด ความกลม หรือความหนา ซึ่งส่วนมากจะเป็นการเพิ่มจาก 2 มิติเป็น 3 มิติ ในการทำ ความเข้าใจในเรื่องค่าน้ำหนักของสีนี้ สามารถดูตัวอย่างได้จากระดับความเข้ม (Gray Scale) ซึ่ง

มีอยู่ประมาณ 9 ระดับด้วยกัน โดยเริ่มต้นจากสีขาวจนถึงสีดำ ระดับความเข้มนี้เป็นกุญแจ (Value Keys) ซึ่ง นพวรรณ (2540: 49) ได้กล่าวว่า การแสดงความรู้สึกในภาพโดยการใช้ค่าน้ำหนักสีแบ่งออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. น้ำหนักเข้ม (Low Key) ให้ความรู้สึกน่ากลัว สง่า ขรึม ซึ่งจะอยู่ที่ความเข้มระดับ 1, 2 และ 3
2. น้ำหนักกลาง (Middle Key) บางตำราอาจใช้คำว่า (Intermediate Key) ให้ความรู้สึกเสียบเฉย ถ้ามีมากเกินไปจะทำให้งานจืดชืด ซึ่งจะอยู่ที่ระดับความเข้มที่ 4, 5 และ 6
3. น้ำหนักอ่อน (High Key) ให้ความรู้สึกเบา อ่อนโยน จัดอยู่ในระดับความเข้มที่ 7, 8 และ 9
4. น้ำหนักตัดกัน (Full Contrast) ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ เช่น ระดับที่ 1 และ 9 เป็นน้ำหนักที่ตัดกัน

ภาพแสดงความเข้มที่นิยมใช้กันในงานออกแบบมีอยู่ต่างกัน 9 ระดับ



ภาพแสดงความเข้มที่นิยมใช้กันในงานออกแบบมีอยู่ด้วยกัน 9 ระดับ

นพวรรณ (2540: 64) กล่าวว่า ...

ค่าน้ำหนักสีสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยเติมสีขาว หรือสีดำลงไปในสีนั้น ถ้าเติมสีขาว จะทำให้สีนั้นสว่างขึ้น และสร้างสีอ่อน (Tint) หรือเรียกว่า "ค่าน้ำหนักสีอ่อน" (High Value Color) ถ้าเติมสีดำลงไปจะทำให้สีเข้มขึ้น และสร้างเงา (Shade) หรือเรียกว่า "ค่าน้ำหนักสีเข้ม" (Low Value Color) ความคิดเห็นของคนในการแยกค่าน้ำหนักแตกต่างกันไป แต่คนส่วนมากสามารถ แยกแยะสีได้อย่างน้อย 40 ระดับ

1.4 การออกแบบกราฟิก

กราฟิก(Graphic)

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ

แผ่นป้ายโฆษณา บรรจุภัณฑ์ แผ่นปลิว โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์ รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่างๆ คิดแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุด ในอันที่จะทำให้สีนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อการตอบสนองของสื่อที่มองเห็น

1.4.1 ประวัติของงานกราฟิก

งานกราฟิกมีประวัติความเป็นมาตามหลักฐานในอดีตเมื่อมนุษย์เริ่มรู้จักการขีดเขียน ขุด จารึกเป็นร่องรอย ให้ปรากฏเป็นหลักฐานในปัจจุบัน การออกแบบกราฟิกสมัยก่อนประวัติศาสตร์จึงเป็นการเริ่มต้นการสื่อความหมายด้วยการวาดเขียน ต่อมาประมาณ 9000 ปีก่อนคริสตกาล ชาว Sumerien ในแคว้นเมโสโปเตเมีย ได้เริ่มเขียนตัวอักษรรูปลิ่ม และตัวอักษร Hieroglyphic ของชาวอียิปต์ งานกราฟิกเริ่มได้รับการยอมรับมากขึ้นเมื่อได้คิดค้นกระดาษและวิธีการพิมพ์ ในปีค.ศ.1950 การออกแบบได้ชื่อว่า Typographical Style เป็นการพัฒนาโดยนักออกแบบชาวสวิส ตั้งแต่สมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา การออกแบบกราฟิกได้พัฒนาและขยายขอบเขตงานออกไปอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดอยู่แต่ในสิ่งพิมพ์เท่านั้น โดยเข้าไปอยู่ในกระบวนการสื่อสารอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ การถ่ายภาพ โปสเตอร์ การโฆษณา

ฯลฯ การออกแบบกราฟิกในปัจจุบันเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ นวัตกรรมและเทคโนโลยีได้นำเครื่องมือ เครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ มาช่วยในการออกแบบกราฟิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์มีโปรแกรมด้านการจัดพิมพ์ตัวอักษร ที่นิยมกันมากคือ Microsoft Word และยังมีโปรแกรมอื่นๆที่สนับสนุนงานกราฟิกอีกมากมาย เช่น Adobe Photoshop , Illustrator , PageMaker , CorelDraw ,

3D studio , LightWave 3D , AutoCad ฯลฯ

ความหมายของกราฟิก

กราฟิกหมายถึงภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด จากการขีดเขียนที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนหรือการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่างานกราฟิกหมายถึงกระบวนการออกแบบต่างๆในสิ่งที่เป็นวัสดุ 2 มิติ คือมีความกว้างและความยาวเท่านั้น เช่น งานออกแบบบ้านของสถาปนิกในการเขียนแบบ ตัวภาพและรายละเอียดบนแปลนบ้านเรียกว่าเป็นงานกราฟิก การเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลากหรือลวดลายหรือภาพประกอบหรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้าหรือบนภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า ฯลฯ เหล่านี้จัดว่าเป็นงานกราฟิกทั้งสิ้น

การออกแบบกราฟิกหมายความว่า

1.การใช้ความคิดและสามัญสำนึกในการทำงานที่ได้วางแผนไว้ให้ได้ตามความคาดหมายอย่างสมบูรณ์

2.การถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นโครงสร้างระเบียบแบบแผนต่างๆทางทัศนสัญลักษณ์

3.เป็นการออกแบบเพื่อให้อ่าน เช่น ออกแบบหนังสือ นิตยสารโฆษณา ฟิล์มถ่ายภาพ ป้ายภาพยนตร์ โทรทัศน์ โปสเตอร์ นิตยสาร

1.4.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์ (LOGO)

(Brands' Tip : Thai Brand Marketing..ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กันยายน 2550)

โลโก้ คือชื่อ สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทหรือองค์กร อาจมีลักษณะเป็นตัวอักษรที่มีรูปแบบโดดเด่น หรือเป็นภาพที่มีชื่อบริษัทอยู่ด้วย เป็นสัญลักษณ์หรือมีเช่นนั้น ก็ประกอบขึ้นด้วยทุกองค์ประกอบที่กล่าวมารวมกัน แต่ไม่ว่าจะมีรูปแบบเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของโลโก้ก็คือ การบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของบริษัทหรือองค์กรนั้น ๆ การออกแบบโลโก้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์ (สินค้า)

1. เน้นความเรียบง่ายเป็นหัวใจหลัก ขอให้ระลึกไว้ว่า โลโก้เป็นบันไดเพียงขั้นหนึ่งเท่านั้นไม่อาจให้คำอธิบายแผนงานธุรกิจของท่านทั้งหมดบนบันไดเพียงขั้นเดียว

2. ดึงดูดใจผู้พบเห็น และควรมีที่ว่างให้ผู้พบเห็นค้นหาความหมายที่ต้องการสื่อออกมาทางโลโก้ด้วยตนเองบ้าง ทั้งนี้ต้องดูไม่ยากเกินไปด้วย

3. มองไปข้างหน้า คิดถึงความยั่งยืนของโลก

4. ใช้ภาพแบบเวกเตอร์ดีกว่า นั่นคือลายเส้นที่สะอาดตาชัดเจน ไม่ใช่สีมาก เนื่องจากภาพแบบเวกเตอร์นั้น จะให้ทั้งความตัดกัน (contrast) และความสมดุลย์ (balance) ในตัว

5. มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

6. จดจำได้ง่าย

7. สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ โลโก้จะต้องออกมาทำให้ลูกค้าสามารถจินตนาการถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านได้ง่ายด้วย

8. เลือกสีอย่างสร้างสรรค์ เลือกสีโลโก้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของท่าน อย่างไรก็ตาม ท่านอาจใช้สีโลโก้ต่าง ๆ กันไปได้บนวัสดุต่าง ๆ เช่นนามบัตร หรือกระดาษจดหมาย ขึ้นอยู่กับเท็กซ์เมนท์ของลูกค้าของท่าน

9. มีเอกลักษณ์เฉพาะตน ท่านควรทำวิจัยวงการธุรกิจ และกลุ่มเป้าหมายของท่านก่อนที่จะออกแบบโลโก้ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของธุรกิจเพื่อให้โลโก้ของท่านไม่ไปคล้ายคลึงกับของผู้อื่น

10. ใช้ได้ในทุกลักษณะ โลโก้ที่ดีควรใช้ได้ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นบนป้ายหัวกระดาษเขียนจดหมาย นามบัตร ตัวสินค้าหรือเว็บไซต์ บางครั้ง โลโก้สามารถใช้ได้ดีบนเว็บไซต์หรือบิลบอร์ด แต่ไม่เหมาะที่จะนำมาใช้บนปากกาหรือถ้วยกาแฟ เพราะฉะนั้นท่านควรคำนึงถึงจุดนี้ด้วย เนื่องจากในการสร้างความจดจำในแบรนด์นั้น ท่านจะต้องเผยแพร่ ท่านจะต้องเผยแพร่โลโก้และภาพลักษณ์ของท่านให้สม่ำเสมอที่สุดเท่าที่จะทำได้

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์

ประชิด ทิณบุตร (2530 :29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการ ออกแบบ การออกแบบโดยทั่ว ๆ ไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการ ตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นาครูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

2. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบาย ส่วน ประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ดังนั้นการที่จะนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบกราฟิกผู้ออกแบบ จึงควรที่จะต้อง ศึกษาเรียนรู้ถึงส่วนประกอบของตัวอักษรในภาษาต่าง ๆ ในเรื่องต่อไปนี้

1. รูปแบบตัวอักษร
2. รูปลักษณะของตัวอักษร
3. ขนาดตัวอักษร

การพิจารณาเลือกตัวหนังสือในการออกแบบ

1. ลักษณะรูปร่างหนังสือแต่ละตัวสวยงามน่าพอใจ และมีความสูง ความกว้าง สมดุล สำหรับผู้อ่านทั่วไป (สัดส่วนโดยประมาณ สูง 1 กว้าง 3/5)

2. การประสมคำบรรทัดเป็นหน้า

- การประสมคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ ในการออกแบบมีช่องไปเหมาะสม

- การเรียงบรรทัด ต้องไม่ผอมเกินไป เพราะอ่านได้ไม่สะดวก อ่านช้า น่าเบื่อ

- การจัดบรรทัดเป็นหน้า อย่าวางบรรทัดชิดเกินไป ทำให้อ่านยากและอ่านพลาดได้ง่าย

ควรมีชายหน้าและหลัง เพราะอ่านง่ายกว่า และง่ายต่อการผลิต

3. Contrast ของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้น และความอ่อนแก่ของแสงสี พื้นกับตัวอักษร

4. ความเหมาะสมกับผู้อ่าน โดยพิจารณาจาก

คนที่มมีปัญหาทางสายตา เช่น สายตาสั้น สายตายาว ตาบอดสี ก็ต้องเลือกใช้ตัวหนังสือ แก่สิ่งเหล่านี้สภาพแวดล้อมของที่ใช้อ่าน เช่น มีเสียงรบกวนมาก คนพลุกพล่าน อากาศร้อนไป

เย็นไป เช่น ตัวหนังสือที่ใช้กับเบลเดอริกกลางแจ้ง ก็ต้องมี Contrast ของตัวหนังสือมาก เพื่อแข่งกับสิ่งแวดล้อมนั้นได้ ในที่ร่มอ่านสบายตาดี ลด Contrast ให้น้อยลง

1. การวัดตัวพิมพ์ (Type Measurement) แนวตั้งใช้ระบบการวัดเป็นพอยท์ (Point) 1 พอยท์เท่ากับ $1/72$ " เลขที่มากขึ้นก็คือขนาดที่สูงขึ้น

2. แนวนอน ใช้ระบบวัดความยาวของคอลัมน์เป็นไพกา (Pica) 1 ไพกาเท่ากับ $1/6$ " จำนวนไพกาจะเพิ่มขึ้นตามความยาวที่เพิ่มขึ้น

3. ช่องไฟตัวอักษร (Letterspacing) จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับช่องไฟบริเวณช่องว่างระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว รูปทรงตัวอักษรแต่ละชนิดมีความเด่นชัดแตกต่างกัน

4. แนวเส้น (Stroke) ตัวอักษรประกอบด้วยแนวเส้น 4 แนว การรวมตัวต้องพิจารณาช่องไฟอย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความสม่ำเสมอและให้ความรู้สึกถูกต้องกับการรับรู้ คงไว้ซึ่งปริมาณในการมองเห็นอย่างระมัดระวังระหว่างตัวอักษรผูกเนื่องต่อไปกับ ตัวอักษรถัดไป

5. ปริมาตรทางสายตา (Optical Volume) โดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีคุณภาพ ความสมดุลโดยประมาณทางสายตา

6. มาตรฐานของช่องไฟตัวอักษร (Letter Spacing Scale) การวางช่องไฟตัวอักษรให้ดีควรคำนึงถึงสภาพการมองเห็น (มากกว่าความกว้างของช่องไฟที่มีขนาดเท่ากัน) พยายามสร้างความเข้าใจ และค้นหาระบบช่องไฟตัวอักษรด้วยตนเอง

7. เส้นฐาน (Baseline) ตัวอักษรโค้งจะนิยมออกแบบให้สูงกว่าอักษรเส้นตรงเล็กน้อย จึงจะมองดูความสูง ใกล้เคียงกัน ตัวอักษรโค้งต้องวางให้ต่ำกว่าเส้นฐานเล็กน้อย จึงจะมองดู เหมือนกับว่าตั้งอยู่บนเส้นฐานพอดีตามสภาพหลอน (Illusion) ของรูปทรง

8. กรอบ (Margin) ตัวอักษรโค้ง ตัวอักษรเฉียง และตัวอักษร เส้นนอนบาง ตัวควรวาง ล้ำเส้นของเล็กน้อย การรับรู้จึงจะให้ความรู้สึกตรงเส้นขอบ ถ้ามีการเว้นวรรคจากบรรทัดก่อน ก็ควรนำมาชนเส้นขอบ

9. ปรับช่องไฟ (Kerning) การจัดช่องไฟจำเป็นต้องลดช่องไฟให้แคบลงระหว่างตัวอักษรเส้นเอียง เส้นโค้ง ตัวอักษรที่มีบริเวณว่างภายนอก การรวมตัวของตัวใหญ่กับตัวเล็ก จำเป็นต้องปรับช่องไฟจำนวนมาก

10. เว้นวรรค (Wordspacing) คำต่าง ๆ เริ่มต้นและส่งท้ายด้วยตัวอักษรที่มีรูปร่างต่างกัน การเว้นวรรคควรจัดให้มีความสอดคล้องระหว่างคำ ให้มองดูแล้วเหมือนกันทั้งหมด ปริมาตรของเว้นวรรคควรปรับเช่นเดียวกับช่องไฟของตัวอักษร (Letterspacing)

11. ตัวอักษรหัวเรื่อง (Headline Type) อักษรทุกแบบสามารถที่จะเป็นตัวอักษรหัวเรื่องได้ ขนาดตัวอักษรหัวเรื่องอาจจะเล็กตั้งแต่ 14 พอยท์ จนถึง 144 พอยท์ หรืออาจโตกว่านั้น

12. ตัวอักษรเนื้อความ (Body Type) ขนาดประมาณตั้งแต่ 4-14 พอยท์ 8-14 พอยท์ เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป แบบอักษรควรจะถูกเลือกให้เหมาะสม ตัวอักษรแต่ละแบบมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่าน (It should enhance the message and stimulate the audience) ตัวอักษรมากมายนั้นก็ยังมีเพียงไม่กี่แบบที่เหมาะสมกับการพิมพ์เนื้อความ

แบบการจัดตัวอักษร Type Composition

การเลือกรูปแบบการจัดตัวอักษร ควรคำนึงถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้อ่านด้วย เช่น

แบบชิดซ้าย Flush Left

แบบชิดซ้ายจะปล่อยให้ทางขวามือเว้าแหว่งแบบอิสระ ให้ความรู้สึกความลื่นไหลของคำเป็นธรรมชาติ เป็นที่นิยมของนักออกแบบกราฟิก การชิดแนวด้านซ้ายมือ เป็นวิธีการของพิมพ์ดีดโดยทั่วไป

แบบปรับซ้ายขวาตรง Justified

เป็นแบบที่ปรับตัวอักษรให้ได้แนวตรงทั้งซ้ายขวา นิยมใช้พิมพ์ในหนังสือและนิตยสาร ไม่ดีตรงที่คำบางคำถูกตัดขาดทำให้ยากต่อการอ่าน

แบบชิดขวา Flush Right

แบบชิดขวาจะปล่อยให้ทางซ้ายมือเว้าแหว่งเป็นอิสระ ให้ความรู้สึกอ่อนแอ ทางซ้ายมือเหมาะสมกับข้อมูลสั้น ๆ เช่น คำโฆษณา (Ad Copy) ระบบธุรกิจ (Business Systems) หัวเรื่อง (Headlines) ให้ความสมบูรณณ์และช่องไฟดี

แบบศูนย์กลาง Centered

เป็นการจัดแบบสมดุลงภาพ ทั้งขอบซ้ายและขวาเท่าๆกัน ช่องไฟระหว่างคำดี แต่ละบรรทัดควรมีความสั้นยาวแตกต่างกัน เพื่อสร้างรูปร่างที่น่าสนใจ ให้ความรู้สึกเป็นแบบแผน

แบบรอบขอบภาพ (Contour)

เป็นการจัดวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพถ่ายเฉพาะรูปร่าง (Silhouette) หรือภาพประกอบ ให้ความรู้สึกสบาย ตื่นเต้น

แบบล้อมรอบ (Run Around)

ตัวอักษรที่จัดล้อมรอบรูปภาพซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพสี่เหลี่ยม ความยาวของคอลัมน์แต่ละตอนแตกต่างกันออกไป ส่วนมากเป็นคำบรรยายภาพ

แบบอสมมาตร Asymmetric

มีสภาพเท่าๆกันทั้งซ้ายและขวา เป็นแบบหรือการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้ ดึงความสนใจในการมองเห็นได้ดี อ่านค่อนข้างยาก นิยมใช้กับข้อความสั้น ๆ

แบบแสดงรูปร่าง Shaped

การจัดตัวอักษรแบบนี้สัมพันธ์ กับทฤษฎีเกสต่อลท์ ในเรื่องของความสืบเนื่อง (Continuation) สายตาจะมองสืบเนื่องไปตามแนวโค้งหรือแนวเส้น ฐานในลักษณะต่าง ๆ ให้ความรู้สึกในการแสดงออกได้ดี เป็นแบบการจัดที่หาดูไม่ค่อยได้

แบบรูปธรรม Vertical Type

เป็นการจัดตัวอักษรให้เกิดรูปร่างของวัตถุ หรือรูปร่างอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น รูปร่างเรขาคณิตหรือนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับคำที่บรรยาย เป็นการช่วยกระตุ้นความหมายของภาษา ให้มีศักยภาพกว้างขึ้น

แบบแนวตั้ง Vertical Type

การจัดตัวอักษรตามแนวตั้งนี้ นิยมใช้กับหัวเรื่อง บ่อยครั้งที่พบการนำไปใช้อย่างผิดพลาด

แบบเอียง Inclined Type

โดยจัดเอียงมุมเปลี่ยนไปตามมุมที่ต้องการมีส่วนดึงดูดความสนใจต่อประชากรเป้า หมายได้พอสมควร ตัวอักษรเอียงช่วยกระตุ้นความรู้สึกสร้างสรรค์หรือก้าวหน้าได้ การเอียงลาดขึ้นทางขวามือจะให้ความรู้สึกสะดักสบายกว่าเอียงลง

ลักษณะเฉพาะของตัวอักษร Identification

โดยทั่วไปแล้วจะพิจารณาตามบุคลิกของตัวอักษรแบบต่าง ๆ ซึ่งมีแบบตัวอักษรอยู่มากมาย อาจพิจารณาตัวอักษรต่าง ๆ ได้ดังนี้

รูปร่าง (Shape)

การกำหนดชื่อแบบตัวอักษรบางแบบมาจากชื่อนักออกแบบ บางแบบมาจากบุคลิกของตัวอักษร หรือบางแบบมาจากจุดประสงค์ในการออกแบบก็ได้

ขนาด (Size)

ขนาดของตัวอักษรจะวัดตามแนวตั้ง โดยวัดเป็นพอยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษจะวัดตัวใหญ่เป็นหลัก

น้ำหนัก (Weight)

ความกว้างของเส้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบของตัวอักษร คำที่ใช้คือ บาง (Light) กลาง (Medium) หนา (Bold) และความหนามาก (Extra Bold) โดยพิจารณาตามความแคบกว้างของสีดำหรือความทึบ (Density)

ความกว้าง (Width)

เป็นการวัดความกว้างของตัวอักษรตามแนวราบ คำที่ใช้เรียกคือ ผอม (Condensed) ปกติ (Normal) กว้าง (Expanded) โดยพิจารณาจากแคบไปสู่ออกกว้าง

แนวลาด (Slope)

เป็นการพิจารณามุมของตัวอักษรเพื่อบอกบุคลิก คำที่ใช้คือ ตัวตรง (Vertical) ตัวเอียง (Italic หรือ Inclined)

ความคิดพื้นฐาน Fundamental Concept

ความคิดรวบยอดพื้นฐานสำหรับการแก้ปัญหาการจัดวางตัวอักษร จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาความขัดแย้งกัน (Contrast) ของตัวอักษร ต้องเปรียบเทียบผลการมองเห็นที่ขัดแย้งกันของประชากรเป้าหมาย สภาพตัดกันหรือขัดแย้งกันเป็นตัวแสดงผล ในอันที่จะช่วยให้การออกแบบเสนอความคิดที่ชัดเจนขึ้น ความขัดแย้งคือ พลังอันเร้าใจทางการเห็น (Force of Visual Intensity) และช่วยให้กระบวนการสื่อสารถ่ายทอดขึ้นได้

เข้าใจง่าย Readability

ความเข้าใจในสื่อสารเกินความถึงการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพส่วนรวม ที่มองเห็นได้ เป็นความง่ายบนการผสมผสานแบบตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพถ่าย และภาพประกอบเข้าด้วยกัน (รวมความซับซ้อนให้เข้าใจง่าย)

อ่านง่าย Legibility

เป็นการเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือเลือกแบบตัวอักษรที่แสดงบุคลิกเฉพาะตัว ให้
อ่านง่าย รวดเร็ว การทดสอบอาจทำได้โดยอ่านตัวอักษรแต่ละแบบ แล้วเปรียบเทียบเวลาของการ
อ่าน

1.5 การออกแบบของที่ระลึก

1.5.1 ความเป็นมาในการออกแบบของที่ระลึก

(ประชิด ทิณบุตร, 2550) ในการออกแบบของที่ระลึก ของขวัญ ของกำนัล ของใช้เฉพาะ
ทางนั้น ปัจจุบันนักออกแบบได้อาศัยการตั้งแนวคิด วิธีคิด หรือจะเรียกว่าเป็นหลักคิด(Main Idea
or Main Concept) เพื่อเป็นหลักยึด หรือเป็นแนวทางการแตกแขนงทางความคิดออกไป
หลากหลายทิศทาง โดยนำแนวคิดหลักไปสู่การสร้างผลงานออกมาอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะ
(Corporate Objects) หรือจะเรียกว่าชุด(Set)นั่นเอง วิธีคิดง่าย ๆ ของการทำงานตาม
แนวทางนี้ก็คือ การคิดหาหลักหรือสัญลักษณ์แทนความคิดของเรา ซึ่งอาจจะเริ่มต้นหาคำสำคัญ
(Keyword) เช่น "เด็กไทย" เป็นตัวตั้ง หน้าที่ของนักออกแบบก็คือการสร้างภาพจากคำว่า "เด็กไทย"
ให้ออกมาเป็นภาพแสดงแทนความเข้าใจแทนที่ตัวหนังสือที่เป็นคำอ่านนี้ การวาดภาพแสดงแทน
ความคิดนี้เราจึงเรียกว่า ผลงานการออกแบบ แต่ลักษณะที่ปรากฏออกมาเป็นภาพนั้นจะมี
คุณลักษณะเช่นไร ก็ต้องกำหนดความคิดและวาดแสดงรายละเอียดออกมาให้ได้ เช่น เป็นเด็กไทย
นุ่งโจงกระเบนสีแดง ไว้ผมจุกมีปีกผมม ไม่ใส่เสื้อ อายุราวๆ 4-6 ขวบ รูปลักษณะอวบอ้วนขาว
สมบุรณ์ กำลังยืนกางขา อยู่ในท่านั่งพับเพียบ กำลังวิ่ง คุณเข่า ฯลฯ การกำหนดความคิดดังกล่าว
จะทำให้เราได้แนวทางการผลิตชิ้นงานหรือได้เอกลักษณ์ทางความคิดออกมา เพื่อใช้เป็นแนวการ
เขียนเอกสาร(Document)อื่นๆ ที่จะเกี่ยวข้องตามมา นับตั้งแต่การตั้งชื่อความคิด(Name Your
Idea)เพื่อนำไปสู่การสื่อสาร การผลิตเป็นผลงานอื่นๆตามมามากมาย ซึ่งหากไม่กำหนด
แนวความคิดหลักหรือไม่มีหลักยึดแล้วอาจจะหลงทาง ซึ่งเมื่อสร้างงานออกมาแล้ว ตัวผลงานจะ
สะท้อนความคิดที่เป็นเอกลักษณ์หรือระดับสติปัญญาของนักออกแบบนั่นเอง

(วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526) การศึกษาการออกแบบที่ดี จึงจำเป็นจะต้องศึกษาหา
ความรู้ ความเข้าใจในงานออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับ
ความเป็นจริง หรืออาจให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่มากก็น้อย ไม่ใช่เป็นการออกแบบที่เลื่อน
ลอยอยู่เหนือความเป็นจริง หรือไม่สามารรถนำไปปฏิบัติจริงได้ ถ้าเป็นเช่นนั้นการออกแบบก็จะมี
ความหมายน้อยลง นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิด(Concept) รูปแบบ(Idea) วัสดุอุปกรณ์

(Material & Equipment) และกระบวนการผลิต (Production) งานออกแบบบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา เพื่อการเรียกร้อง หรือสร้างทัศนคติ เช่นการออกแบบโฆษณาจะต้องใช้หลักทางจิตวิทยาในทางที่ชวน หรือการออกแบบทางทัศนศิลป์ที่ต้องสร้างความรู้สึกลำบากคิดอย่างใดอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นต่อผู้ชม การศึกษาเฉพาะด้านจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวคิดทางจิตวิทยานั้นด้วยเช่นกัน

การออกแบบของที่ระลึก เป็นงานศิลปะในแบบประยุกต์ศิลป์ เนื่องจากเป็นการผสมผสานโดยการสร้างสรรค์รูปแบบให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอย โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

ลักษณะสำคัญสินค้าของที่ระลึก

การที่คนจะเลือกสินค้าสิ่งใด สิ่งใดนั้นจะต้องเป็นที่ถูกใจและมีความน่าสนใจชวนให้อยากซื้อ สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจควรมีลักษณะ ดังนี้ (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537)

1. เป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เมื่อมีผู้กล่าวถึงของที่ระลึกประเภทนี้แล้วทุกคนต้องรู้จักแหล่งที่มาของสิ่งนั้นได้ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดมาจากประวัติความเป็นมาของท้องถิ่นนั้นๆ
2. เป็นสินค้าน่าอยาก ของที่ระลึกประเภทนี้มักจะเป็นสิ่งของที่นักท่องเที่ยวซื้อ และเป็นสิ่งที่แพงแต่ และราคาถูกกว่าที่อื่น
3. ราคาถูก เมื่อนำไปเทียบกับสิ่งของประเภทเดียวกัน ที่วางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ ทั่วไป เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เป็นต้น
4. มีความดึงดูดใจจากการออกแบบ ลวดลาย ความประณีต สี สัน ความน่าสนใจ ความมีประโยชน์ใช้สอย เช่น ตุ๊กตา สมุนไพร เป็นต้น
5. หาได้ง่าย สะดวก มีวางขายตามจุดต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
6. ขนาด รูปร่าง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง สินค้าของที่ระลึกที่มีจุดอ่อนจะต้องหาทางแก้ไข เช่น มีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือออกแบบให้สามารถแยกชิ้นได้ เพื่อนำไปประกอบใหม่ในภายหลัง เป็นต้น
7. ใช้แรงงานในท้องถิ่น โดยการแปรรูปสินค้าของที่ระลึก ให้เกิดมูลค่าเพิ่มโดยใช้แรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ
8. มีการแสดงขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสทดลองทำ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจให้เห็นคุณค่าของสินค้านั้น เช่น การทอผ้า การวาดลายร่ม เป็นต้น

9. มีฉลากบอกส่วนประกอบหรือส่วนผสม บอกที่มาของสินค้าว่าทำมาจากอะไร วิธีการใช้ การดูแลรักษา และมีข้อควรระวังอย่างไร เหล่านี้เป็นต้น

1.5.2 วัสดุ (Material) นักออกแบบที่ดี จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อให้การสร้างสรรค์งานออกแบบมีความเป็นไปได้ในการผลิต โดยเฉพาะถ้าเป็นงานออกแบบที่มุ่งหวังการจำหน่ายในตลาด ทั้งนี้เพราะวัสดุเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้การใช้วัสดุที่เหมาะสม จึงควรทำความเข้าใจด้านวัสดุ ซึ่งจำแนกได้ ดังนี้ (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542)

1.5.3 ประเภทของวัสดุแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. โลหะ (Metal) เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว คือ มีผิวเรียบเป็นมันวาว มีความเหนียว อ่อนและยืดหยุ่นได้ดี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1.1 โลหะพวกเหล็ก (Ferrous) ได้แก่เหล็กชนิดต่าง ๆ เช่นเหล็กหล่อ เหล็กตี และเหล็กกล้า

1.2 โลหะพวกไม่ใช่เหล็ก (Non - Ferrous) ได้แก่อลูมิเนียม ทองแดง ทองเหลือง ตะกั่ว ดีบุก ทอง เงิน และอื่น ๆ

2. อโลหะ (Non - Metal) อโลหะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เมื่อเทียบกับโลหะ มักจะอ่อนกว่า หนาแน่นน้อยกว่า มีความยืดหยุ่นตัวดี อโลหะ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 อินทรีย์วัตถุ (Organic) คือพวกที่มาจากสิ่งที่มีชีวิต ทั้งจากพืชและสัตว์ ที่นิยมนำมาใช้ในงานออกแบบมี 5 ชนิด ได้แก่ กระดาษ หนัง ยาง ไม้ และวัสดุสังเคราะห์จำพวกพลาสติก

2.2 อนินทรีย์วัตถุ (Inorganic) คือวัตถุจำพวกอโลหะ ที่มาจากสิ่งที่ไม่มีชีวิต มีอยู่มากมายหลายชนิด ที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบมี 4 ชนิด ได้แก่ ดิน หิน ปูนทราย และแก้ว

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.1.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสรรค์สร้างภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้สอยสะดวกในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่างๆ และการตลาด โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม โดยการใช้ทั้งศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีร่วมกัน

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ ส่วนใหญ่มี 2 ประการอย่างกว้างๆ คือ

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดีมีความปลอดภัยจากการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภคซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่

2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ

2.1) ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์

2.2) ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิต

2.3) ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภคตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯองค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์องค์ประกอบที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ(Class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบมีหลักการพื้นฐาน โดยอาศัยส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทเรียนเรื่อง "องค์ประกอบศิลป์" คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความสวยงามโดยมีหลักการ ดังนี้

1. ความเป็นหน่วย (Unity)

ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกันเป็นกลุ่มก้อน หรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้นๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับในส่วนย่อยๆ ก็คงต้องถือหลักนี้เช่นกัน

2. ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing)

เป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงานนั้นๆ ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้นๆ มีหลักความสมดุลอยู่ 3 ประการ

2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing)

คือมีลักษณะเป็นซ้าย-ขวา บน-ล่าง เป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้ดูและเข้าใจง่าย

2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Nonsymmetry Balancing) คือมีลักษณะสมดุลกันในตัวเองไม่จำเป็นต้องเท่ากันแต่ดูในด้านความรู้สึกแล้วเกิดความสมดุลกันในตัวลักษณะการสมดุลแบบนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการประลองดูให้แน่ใจในความรู้สึกของผู้พบเห็นด้วยซึ่งเป็นการสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสง-เงา (Shade) หรือด้วยสี (Colour)

2.3 จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) การออกแบบใดๆที่เป็นวัตถุสิ่งของและจะต้องใช้งานการทรงตัวจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วงได้แก่ การไม่โยกเอียงหรือให้ความรู้สึกไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้นสิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้วผู้ออกแบบจะต้องระมัดระวังในสิ่งนี้ให้มาก ตัวอย่างเช่น เก้าอี้จะต้องตั้งตรงยึดมั่นทั้งสี่ขาเท่าๆกัน การทรงตัวของคนถ้ำยืน 2 ขา ก็จะต้องมีน้ำหนักลงที่เท้าทั้ง 2 ข้างเท่าๆกัน ถ้ำยืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัวก็จะลงเท้าข้างหนึ่งและส่วนหนึ่งจะลงที่หลังพิงฝา รูปปั้นคนในท่าวิ่งจุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่ใด ผู้ออกแบบจะต้องรู้และวางรูปได้ถูกต้องเรื่องของจุดศูนย์ถ่วงจึงหมายถึงการทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts)

ในเรื่องของศิลปะนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณากันหลายขั้นตอนเพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน อันได้แก่

3.1 การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยมีข้อบอกล่าวเป็นความรู้สึกร่วมที่เกิดขึ้นเองจากตัวของศิลปกรรมนั้นๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน

3.2 จุดสำคัญรอง (Subordinate)

คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเองแต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหล่นทางผลงานที่แสดง ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3 จังหวะ (Rhythm)

โดยทั่วไปสิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้นๆย่อมมีจังหวะ ระยะเวลาหรือความถี่ห่างในตัวเองก็ดี หรือสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์อยู่ก็จะเป็นเส้น สี เงา หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลายที่มีความสัมพันธ์กันในที่นั้นเป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบจะรู้สึกในความงามนั่นเอง

3.4 ความต่างกัน (Contrast)

เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้มีการเคลื่อนไหวไม่ซ้ำซากเกินไปหรือเกิดความเบื่อหน่าย จำเจ ในการตกแต่งก็เช่นกัน ปัจจุบันผู้ออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกันต่างกัน เช่น แก้วสีชุดสมัยใหม่แต่ขณะเดียวกันก็มีแก้วสีสมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1 ตัว เช่นนี้ผู้พบเห็นจะเกิดความรู้สึกแตกต่างกันทำให้เกิดความรู้สึก ไม่ซ้ำซาก รสชาติแตกต่างออกไป

3.5 ความกลมกลืน (Harmonies)

ความกลมกลืนในที่นี้หมายถึงพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมดแม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกันการใช้สีที่ตัดกันหรือการใช้ผิว ใช้เส้นที่ขัดกัน ความรู้สึกส่วนน้อยนี้ไม่ทำให้ส่วนรวมเสียก็ถือว่าเป็นเกิดความกลมกลืนกันในส่วนรวม ความกลมกลืนในส่วนรวมนี้ถ้าจะแยกก็ได้แก่ความเน้นไปในส่วนมูลฐานทางศิลปะอันได้แก่ เส้น แสง-เงา รูปทรง ขนาด ผิว สี นั่นเอง

ผลิตภัณฑ์ที่ดีย่อมเกิดมาจากการออกแบบที่ดีในการออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีเอาไว้ว่าควรจะมีองค์ประกอบอะไรบ้างแล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์ วิธีการต่างๆ ที่ได้กล่าวมาเสนอ

แนวคิดให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบโดยหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบควรคำนึงนั้นมีอยู่ 9 ประการ คือ

- หน้าที่ใช้สอย (FUNCTION)
- ความปลอดภัย (SAFETY)
- ความแข็งแรง (CONSTRUCTION)
- ความสะดวกสบายในการใช้ (ERGONOMICS)
- ความสวยงาม (AESTHETICS)
- ราคาพอสมควร (COST)
- การซ่อมแซมง่าย (EASE OF MAINTENANCE)
- วัสดุและการผลิต (MATERIALS AND PRODUCTION)
- การขนส่ง (TRANSPORTATION)

1 หน้าที่ใช้สอย

หน้าที่ใช้สอยถือเป็นหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกที่ต้องคำนึงผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์นั้นถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) แต่ถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่ามีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (LOW FUNCTION)

สำหรับคำว่าประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) นั้น คลลด์ รัตนทัศนีย์ (2528 : 1) ได้กล่าวไว้ว่าเพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจขอให้อธิบายว่าการออกแบบมีดหั่นผักแม้ว่ามีดหั่นผักมีประสิทธิภาพในการหั่นผักให้ขาดได้ตามความต้องการ แต่จะกล่าวว่ามีดนั้นมิใช่ประโยชน์ใช้สอยดี (HIGH FUNCTION) ยังไม่ได้ จะต้องมีส่วนประกอบอย่างอื่นร่วมอีกเช่น ด้ามจับของมีดนั้นจะต้องมีความโค้งเว้าที่สัมพันธ์กับขนาดของมือผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการหั่นผักด้วย และภายหลังจากการใช้งานแล้วยังสามารถทำความสะอาดได้ง่าย การเก็บและบำรุงรักษาจะต้องง่ายสะดวกด้วย ประโยชน์ใช้สอยของมีดจึงจะครบถ้วนและสมบูรณ์

เรื่องหน้าที่ใช้สอยนับว่าเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนซับซ้อนมาก ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนที่ไปทราบเบื้องต้นว่า มีหน้าที่ใช้สอยแบบนี้ แต่ความละเอียดอ่อนที่นักออกแบบได้คิดออกมานั้นได้ตอบสนองความสะดวกสบายอย่างเต็มที่ เช่น มีดในครัวมีหน้าที่หลักคือใช้ความคมช่วยในการหั่น สับ แต่เราจะเห็นได้ว่าการออกแบบมีดที่ใช้ในครัวอยู่มากมาย

หลายแบบหลายชนิดตามความละเอียดในการใช้ประโยชน์เป็นการเฉพาะที่แตกต่างเช่น มีดสำหรับปอกผลไม้ มีดแล่เนื้อสัตว์ มีดสับกระดูก มีดบะช่อ มีดหันผัก เป็นต้น ซึ่งก็ได้มีการออกแบบลักษณะแตกต่างกันออกไปตามการใช้งาน ถ้าหากมีการใช้มีดอยู่ชนิดเดียวแล้วใช้กันทุกอย่าง ตั้งแต่แล่เนื้อ สับบะช่อ สับกระดูก หันผัก ก็อาจจะใช้ได้ แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควร หรืออาจได้รับอุบัติเหตุขณะที่ใช้ได้ เพราะไม่ใช่ประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้เป็นการเฉพาะอย่าง

การออกแบบเก้าอี้ก็เหมือนกัน หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้ คือใช้สำหรับนั่ง แต่นั่งในกิจกรรมใดนั่งในห้องรับแขก ขนาดลักษณะรูปแบบเก้าอี้ก็เป็นความสะดวกในการนั่งรับแขก พูดคุยกัน นั่งรับประทานอาหาร ขนาดลักษณะเก้าอี้ก็เป็นความเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร นั่งเขียนแบบบนโต๊ะเขียนแบบ เก้าอี้ก็จะมีขนาดลักษณะที่ใช้สำหรับการนั่งทำงานเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้นั่งเขียนแบบ ก็คงจะเกิดการเมื่อยล้า ปวดหลัง ปวดคอ แล้วนั่งทำงานได้ไม่นาน ตัวอย่างดังกล่าวต้องการที่จะพูดถึงเรื่องของหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและละเอียดอ่อนมาก ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงที่จะต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด

2 ความปลอดภัย

สิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากเพียงใดย่อมจะมีโทษเพียงนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวกต่างๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายไว้

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องคำนึงถึงวัสดุที่เป็นพิษเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นสำคัญมีการออกแบบบางอย่างต้องใช้เทคนิคที่เรียกว่าแบบธรรมดาแต่คาดไม่ถึงช่วยในการให้ความปลอดภัย เช่น การออกแบบหัวเกลียววาล์วถังแก๊ส หรือปุ่มเกลียว ล็อกใบพัดของพัดลมจะมีการทำเกลียวเปิดให้ย้อนตรงกันข้ามกับเกลียวทั่วๆ ไปเพื่อความปลอดภัยสำหรับคนที่ไม่ทราบหรือเคยมือไปหมุนเล่นคือ ยิ่งหมุนก็ยิ่งขันแน่นเป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้

3 ความแข็งแรง

ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัวของผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างเป็นความเหมาะสมในการที่นักออกแบบรู้จักใช้คุณสมบัติของวัสดุและจำนวน หรือปริมาณของโครงสร้าง ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการรับน้ำหนัก เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้งเรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหาว่าถ้าใช้โครงสร้างให้

มากเพื่อความแข็งแรงจะเกิดสวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ดึงเอาสิ่งสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้

สวนความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์เองนั้นก็ขึ้นอยู่กับที่การออกแบบรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุ และประกอบกับการศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนักหรือกระทบกระแทกอะไรหรือไม่ในขณะที่ใช้งานก็จะต้องทดลองประกอบการออกแบบไปด้วยแต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรงของโครงสร้างหรือตัวผลิตภัณฑ์นอกจากเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

4 ความสะดวกสบายในการใช้

นักออกแบบต้องศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับสัดส่วน ขนาด และขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งจะประกอบด้วยความรู้ทางด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (ANTHROPOMETRY) ด้านสรีรศาสตร์ (PHYSIOLOGY) จะทำให้ทราบ ขีดจำกัด ความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ เพื่อให้ประกอบการออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (PSYCHOLOGY) ซึ่งความรู้ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบ ออกแบบและกำหนดขนาด (DIMENSIONS) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับการใช้งานหรืออวัยวะของมนุษย์ที่ใช้ ก็จะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้การไม่เมื่อยมือหรือเกิดการล้าในขณะที่ใช้ไปนานๆ ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวินิจฉัยดังกล่าว ก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องใช้ช่วยวางกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน เช่น แก้ว อี ด้าม เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ การออกแบบภายในห้องโดยสารรถยนต์ ที่มีมือจับรถจักรยาน ปุ่มสัมผัสต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ยกตัวอย่างมานี้ถ้าผู้ใช้ผู้ใช้ได้เคยใช้มาแล้วเกิดความไม่สบายร่างกายขึ้น ก็แสดงว่าศึกษาวิชากายวิภาคเชิงกลไม่ดีพอแต่ทั้งนี้ก็ต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้ดีกว่าก่อน จะไปเหมาว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่ดี เพราะผลิตภัณฑ์บางชนิดผลิตมาจากประเทศตะวันตก ซึ่งออกแบบโดยใช้มาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตก ที่มีรูปร่างใหญ่โตกว่าชาวเอเชีย เมื่อชาวเอเชียนำมาใช้อาจจะไม่พอดีหรือหลวม ไม่สะดวกในการใช้งาน นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาสัดส่วนร่างกายของชนชาติหรือเผ่าพันธุ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์

5 ความสวยงาม

ผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันนี้ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอยเลย ความสวยงามจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพราะประทับใจ ส่วนหน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ต้องใช้เวลาอีกกระยะหนึ่งคือใช้ไปเรื่อยๆ ก็จะเกิดข้อบกพร่องในหน้าที่ใช้สอยให้เห็น

ภายหลัง ผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงามก็คือ หน้าที่ใช้สอยนั่นเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของโชว์ดกแต่งต่างๆ ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามจะเกิดมาจากสิ่งสองสิ่งด้วยกันคือ รูปร่าง (FORM) และสี (COLOR) การกำหนดรูปร่างและสี ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกับการกำหนด รูปร่าง สี ได้ตามความนึกคิดของจิตรกรที่ต้องการ แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นในลักษณะศิลปะอุตสาหกรรมจะทำตามความชอบ ความรู้สึก นึกคิดของนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียวไม่ได้จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานรูปร่างและสีสันทันให้เหมาะสม

ด้วยเหตุของความสำคัญของรูปร่างและสีที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาวิชาทฤษฎีหรือหลักการออกแบบและวิชาทฤษฎีสี ซึ่งเป็นวิชาทางด้านของศิลปะแล้วนำมาประยุกต์ผสมผสานกับศิลปะทางด้านอุตสาหกรรมให้เกิดความกลมกลืน

6 ราคาพอสมควร

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาขายนั้นย่อมต้องมีข้อมูลด้านผู้บริโภคและการตลาดที่ได้ค้นคว้าและสำรวจแล้วผลิตภัณฑ์ย่อมจะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพฐานะเป็นอย่างไร มีความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้เพียงใด นักออกแบบก็จะเป็นผู้กำหนดแบบผลิตภัณฑ์ ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้นก็อยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุและเลือกวิธีการผลิตที่ง่ายรวดเร็ว เหมาะสม

อย่างไรก็ดี ถ้าประมาณการออกมาแล้วปรากฏว่าราคาค่อนข้างจะสูงกว่าที่กำหนดไว้ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่ แต่ก็ยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นเรียกว่าเป็นวิธีการลดค่าใช้จ่าย

7 การซ่อมแซมง่าย

หลักการนี้คงจะใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมต้องมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือการใช้งานในทางที่ผิด นักออกแบบย่อมที่จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้นตลอดจนถอดสกรู เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้ง่าย

8 วัสดุและวิธีการผลิต

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์อาจมีกรรมวิธีการเลือกใช้วัสดุและวิธีผลิตได้หลายแบบแต่แบบหรือวิธีใดถึงจะเหมาะสมที่สุด ที่จะไม่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ประมาณ ฉะนั้น นักออกแบบคงจะต้องศึกษาเรื่องวัสดุและวิธีผลิตให้ลึกซึ้งโดยเฉพาะวัสดุจำพวกพลาสติกในแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติทางกายภาพที่ต่างกันออกไป เช่น มีความใส ทนความร้อน ผิวมันวาว ทนกรดต่างได้ดี ไม่ลื่น เป็นต้น ก็ต้องเลือกใช้ให้คุณสมบัติดังกล่าวให้เหมาะสมกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่พึงมีอยู่ในยุคสมัยนี้มีการบรรจค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วัสดุที่นำกลับหมุนเวียนมาใช้ใหม่ก็ยิ่งทำให้นักออกแบบย่อมต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้นอีกคือ เป็นผู้ช่วยพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ที่เรียกว่า “รีไซเคิล”

9 การขนส่ง

นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะเวลาใกล้หรือระยะไกลกินเนื้อที่ในการขนส่งมากน้อยเพียงใด การขนส่งทางบกทางน้ำหรือทางอากาศต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไร ถึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการเสียหายชำรุด ขนาดของผู้คอนเทนเนอร์บรรจุสินค้าหรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีขนาด กว้าง ยาว สูง เท่าไหร่ เป็นต้น หรือในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบมีขนาดใหญ่โดยยาวมาก เช่น เตียง หรือพัดลมแบบตั้งพื้น นักออกแบบก็ควรที่จะคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบกันเลย คือ ออกแบบให้มีชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย สะดวก เพื่อทำให้หีบห่อมีขนาดเล็กที่สุดสามารถบรรจุได้ในลังที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อการประหยัดค่าขนส่ง เมื่อผู้ซื้อซื้อไปก็สามารถที่จะขนส่งได้ด้วยตนเองนำกลับไปบ้านก็สามารถประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตนเอง

เรื่องหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวมาทั้ง 9 ข้อนี้เป็นหลักการที่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงเป็นหลักการทางสากลที่ได้กล่าวไว้ในขอบเขตอย่างกว้าง ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ไว้ทั่วทุกกลุ่มทุกประเภทในผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้น อาจจะไม่ต้องคำนึงหลักการดังกล่าวครบทุกข้อก็ได้ ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์บางชนิดก็อาจจะต้องคำนึงถึงหลักการดังกล่าวครบถ้วนทุกข้อ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้แขวนเสื้อ ก็คงจะเน้นหลักการด้านประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกในการใช้และความสวยงามเป็นหลัก คงจะไม่ต้องไปคำนึงถึงด้านการซ่อมแซม เพราะไม่มีกลไกซับซ้อนอะไร หรือการขนส่ง เพราะขนาดจำกัดตามประโยชน์ใช้สอยบังคับ เป็นต้น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์รถยนต์ ก็จำเป็นที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ครบทั้ง 9 ข้อ เป็นต้น

(ที่มา <http://nilawan.wordpress.com/>)

2.3 วัสดุ

วัสดุ คือ สสารที่ประกอบและทำขึ้นด้วยสารบางอย่างซึ่งเป็นสารเคมี ตั้งแต่อารยธรรมได้เริ่มขึ้น มนุษย์ได้รู้จักใช้วัสดุพร้อมกับพลังงานเพื่อช่วยทำให้มาตรฐานความเป็นอยู่ของชีวิตดีขึ้นมา โดยตลอด จะเห็นได้ว่าวัสดุทั้งหลายที่อยู่รอบๆตัวเราล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจากวัสดุทั้งสิ้น

วัสดุที่เราพบเห็นอยู่ทั่วไป เช่น ไม้ คอนกรีต อีฐ เหล็กกล้า พลาสติก แก้ว ยาง อะลูมิเนียม ทองแดง และกระดาษ เป็นต้น ถ้าเราดูไปรอบตัวของเราจะเห็นวัสดุมีมากมายหลากหลายชนิด ทั้งนี้เพราะการวิจัยและพัฒนาได้ผลิตวัสดุใหม่ๆออกมาอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตวัสดุให้ออกมาเป็นวัสดุสำเร็จรูป จัดว่าเป็นส่วนที่สำคัญในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน วิศวกรมีหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์และระบบของกระบวนการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องผลิตต้องรู้ว่าประกอบด้วยวัสดุต่างๆอะไรบ้าง วิศวกรต้องมีความรู้ทั้งในเรื่องของโครงสร้างภายในและสมบัติของวัสดุ เพื่อที่จะได้สามารถเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม และยังสามารถที่จะพัฒนากระบวนการผลิตหรือวิธีทำให้ดีที่สุดในได้ (http://www.nsr.u.ac.th/e-learning/material/Lesson1_1.php : 1 กุมภาพันธ์ 55)

2.3.1 เยื่อ และกระดาษ

นับได้ว่าเยื่อและกระดาษนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์มากที่สุด และมีแนวโน้มใช้มากยิ่งขึ้นสืบเนื่องจากการรณรงค์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและกระดาษที่ใช้แล้ว สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ง่าย (Recycle) กระดาษเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวที่สามารถสร้างขึ้นมาใหม่ได้จากการปลูกป่าทดแทน กระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลายประเภทและสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงาม ทั้งสามารถเคลือบ หรือประกบติดกับวัสดุชนิดอื่นได้ดี นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้เนื่องจากพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากเยื่อ และกระดาษได้แก่ กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ เป็นต้น

การจำแนกกระดาษสามารถจัดแบ่งได้หลายวิธี ในที่นี้จะจัดแบ่งชนิดของกระดาษที่ใช้ในวงการพิมพ์ ซึ่งสามารถรวบรวมได้ดังนี้

- กระดาษปรีฟ (Newsprint) เป็นกระดาษที่มีส่วนผสมของเยื่อปรีฟที่มีเส้นใยสั้น และมักนำเยื่อจากกระดาษใช้แล้วมาผสมด้วย กระดาษปรีฟมีน้ำหนักเพียง 40 – 52 กรัม/ตาราง

เมตร มีสีอมเหลือง ราคาไม่แพงแต่ความแข็งแรงน้อย เหมาะสำหรับงานพิมพ์หนังสือพิมพ์ และเอกสารที่ไม่ต้องการคุณภาพมาก

- กระดาษแบงค์ (Bank Paper) เป็นกระดาษบางไม่เคลือบผิว น้ำหนักไม่เกิน 50 กรัม/ตารางเมตร มีสีให้เลือกหลายสี ใช้สำหรับงานพิมพ์แบบฟอร์มต่าง ๆ ที่มีสำเนาหลายชั้น

- กระดาษบอนด์ (Bond Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมีที่ผ่านการฟอก และอาจมีส่วนผสมของเยื่อที่มาจากเศษผ้า มีสีขาว ผิวไม่เรียบ น้ำหนักอยู่ระหว่าง 60 – 100 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามปานกลาง พิมพ์สีเดียวหรือหลายสีก็ได้

- กระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงาหรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงาม งานพิมพ์สอดสี เช่นแคตตาล็อก โบรชัวร์

- กระดาษฟอกขาว (Woodfree Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และฟอกให้ขาว เป็นกระดาษที่มีคุณภาพและมีความหนาแน่นสูง การดูดซึม น้อย ใช้สำหรับงานพิมพ์หนังสือ กระดาษพิมพ์เขียน

- กระดาษเหนียว (Kraft Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อซัลเฟต (เยื่อใยยาวที่ผลิตโดยใช้สารซัลเฟต) จึงมีความเหนียวเป็นพิเศษ มีสีเป็นสีน้ำตาล น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 180 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับทำสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ กระดาษห่อของ ถุงกระดาษ

- กระดาษการ์ด (Card Board) เป็นกระดาษที่มีความหนาและแข็งแรง ประกอบด้วยชั้นของกระดาษหลายชั้น ชั้นนอกสองด้านมักเป็นสีขาว แต่ก็มีการ์ดสีต่าง ๆ ให้เลือกใช้ บางชนิดมีผิวเคลือบมันเรียบ ซึ่งเรียก กระดาษอาร์ตการ์ด น้ำหนักกระดาษการ์ดอยู่ระหว่าง 110 – 400 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับทำปกหนังสือ บรรจุภัณฑ์ที่มีราคา เช่นกล่องเครื่องสำอาง

- กระดาษกล่อง (Box Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อสด และมักนำเยื่อจากกระดาษใช้แล้วมาผสม มีสีคล้ำไปทางเทาหรือน้ำตาล ผิวด้านหนึ่งมักจะประกอบด้วยชั้นของกระดาษขาวซึ่งอาจมีผิวเคลือบมันหรือไม่ก็ได้เพื่อความสวยงามและพิมพ์ภาพลงไปได้ หากเป็นกระดาษไม่เคลือบ จะเรียก กระดาษกล่องขาว หากเป็นกระดาษเคลือบผิวมัน จะเรียก กระดาษกล่องแบ่ง น้ำหนักกระดาษกล่องอยู่ระหว่าง 180 – 600 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับทำสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เช่น กล่อง ป้ายแข็ง ฯลฯ

- กระดาษแข็ง (Hard Board) เป็นกระดาษหลายชั้นแข็งหนาทำจากเยื่อไม้บด และเยื่อกระดาษเก่า มีผิวขรุขระสีคล้ำ มีคำเรียกกระดาษชนิดนี้อีกว่า กระดาษจั่วบัง น้ำหนักมีตั้งแต่ 430 กรัม/ตารางเมตรขึ้นไป ใช้ทำใส่ในของปกหนังสือ ฐานปฏิทินตั้งโต๊ะ บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ

- กระดาษแฟนซี (Fancy Paper) เป็นคำเรียกโดยรวมสำหรับกระดาษที่มีรูปร่างลักษณะของเนื้อและผิวกระดาษที่ต่างจากกระดาษใช้งานทั่วไป บางชนิดมีการผสมเยื่อที่ต่างออกไป บางชนิดมีผิวเป็นลายตามแบบบนลูกกลิ้งหรือตะแกรงที่กดทับในขั้นตอนการผลิต มีสีสันทันให้เลือกหลากหลาย มีทั้งกระดาษบางและหนา ประโยชน์สำหรับกระดาษชนิดนี้สามารถนำไปใช้แทนกระดาษที่ใช้อยู่ทั่วไป ตั้งแต่นามบัตร หัวจดหมาย ไปจนถึงกล่องบรรจุภัณฑ์

- กระดาษอื่น ๆ นอกจากกระดาษชนิดต่าง ๆ ที่เอ่ยมาข้างต้นแล้ว ยังมีกระดาษชนิดอื่น ๆ อีก เช่น กระดาษถนอมสวยงาม กระดาษกันปลอม (Security Paper) กระดาษเอ็นซีอาร์ (Carbonless Paper) กระดาษสังเคราะห์ กระดาษสติ๊กเกอร์ ฯลฯ

2.3.2 พลาสติก

หมายถึง สารประกอบอินทรีย์ที่สังเคราะห์ขึ้น ใช้แทนวัสดุธรรมชาติ บางชนิดเมื่อเย็นจะแข็งตัว เมื่อถูกความร้อนก็อ่อนตัว บางชนิด

ก็แข็งตัวถาวร มีหลายชนิด เช่น ไนลอน ยางเทียม ใช้ทำสิ่งต่างๆ เช่น เสื้อผ้า พาหนะ ส่วนประกอบของเรือ หรือ รถยนต์

พลาสติกเป็นสารสังเคราะห์วิทยาศาสตร์ สังเคราะห์มาจากเซลลูโลส (Cellulos) ซึ่งมีอยู่ในธรรมชาติ เช่น น้ำมันดิบ ยางไม้ เซลลูโลสประกอบด้วย

ธาตุคาร์บอน ออกซิเจน ไฮโดรเจน ไนโตรเจน และ คลอรีน นำมาสังเคราะห์โดยขบวนการ "โพลิเมอร์ไรเซชัน" ก็จะได้พลาสติก

พอลิเมอร์

คือ สารประกอบที่มีโมเลกุลขนาดใหญ่ และมีมวลโมเลกุลมากประกอบด้วยหน่วยเล็กๆของสารที่อาจจะเหมือนกันหรือต่างกันมาเชื่อมต่อกัน

ด้วยพันธะโควาเลนต์

ประเภทของพลาสติก

พลาสติกแบ่งตามลักษณะ ของการถูกความร้อนได้ 2 ประเภท คือ

1. เทอร์โมพลาสติก (Therinoelastic) เป็นชนิดที่ถูกความร้อนแล้วจะหลอมตัว กลายเป็นของเหลวได้ พลาสติกชนิดนี้มีโครงสร้างเป็นสายยาว

ทำให้ทนต่อแรงดึงได้สูง เช่น

1.1 โพลีเอทิลีน (Polythene) เป็นพลาสติกอ่อน สีขาวขุ่น อ่อนตัวได้ราคาไม่แพง ใช้ในท้องตลาดมากที่สุด เป็นฉนวนไฟฟ้า น้ำหนักเบาทำจาก

ก๊าซเอทิลีน เช่น ถังบรรจุอาหาร ตุ๊กตาเด็กเล่น ฟิล์ม ถาดทำน้ำแข็ง เป็นต้น

1.2 โพลีไวนิล คลอไรด์ (Polyvinyl Chloride) หรือ P.V.C. ทำจากอะเซทิลีน กับกรดเกลือ โดยขบวนการโพลีเมอไรเซชัน คุณสมบัติพิเศษ คือ สามารถเป่าด้วยลมร้อน ให้ติดกันได้ทนต่อกรด แอลกอฮอล์ และพวกอัลคาไล P.V.C. มีทั้งแข็งและอ่อน ใช้ทำ ฉนวนหุ้มสายไฟ เสื้อกันฝน กระเบื้องยาง

เบาะเก้าอี้ ข้อเสียของ P.V.C. คือ ไม่ทนต่อความร้อน และแสงแดด

1.3 โพลีสไตรีน (Polysthyrene) เป็นพลาสติกมีความใสเหมือนแก้ว ไม่มีสีและสามารถย้อมสีได้ เพราะมีคุณสมบัติทน กรด ต่าง และเกลือ ละลายได้ดีในเบนซิน และตัวทำละลายพวกออกแทนนิก ผิดเป็นรอยขีดข่วนได้ง่าย ใช้ทำโฟม ไม้บรรทัด แปรงสีฟัน เป็นต้น

1.4 โพลีโพรไพลีน (Polypropylene) ทำจากก๊าซโพรเทน ใช้ทำ ถังพลาสติกร้อน เชือกมัดของ กล่องแบตเตอรี่

1.5 ไนลอน (Nylon) เป็นโพลีเมอร์ที่สมบูรณ์แบบที่สุด ทนต่อต่าง กรด อินทรีย์และสารละลายอินทรีย์ได้ดี แต่ไม่ทนต่อกรดแสงแดด และ

ความร้อน ใช้ทำผ้าร่ม ผ้าชนิดต่างๆ โดยผสมกับฝ้าย อวน ไบเรื่อ เชือก เป็นต้น

2. เทอร์โมเซตติง (Thermosetting Plastic) เป็นพลาสติก ที่ถูกความร้อนแล้วไม่อ่อนตัว ได้แก่

2.1 ฟีนอล - เฟอร์มาดีไฮด์ เรซิน (Phenolformaldehyde resin) รู้จักกันในนามเบเคไลท์ (Bekelite) เกิดจากปฏิกิริยาระหว่าง Phenol

กับ formaldehyde ทำให้แข็งโดยใช้ความร้อนคุณสมบัติ คือ แข็งทนต่อความร้อนใช้ทำ ฉนวนไฟฟ้า ตู้วิทยุ อุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ

2.2 ยูเรีย - เฟอร์มาดีไฮด์เรซิน (Urea Formaldehyde Resin) เป็นปฏิกิริยาระหว่าง formaldehyde กับ Urea เป็นพลาสติกที่แตกง่ายมีสีขาวใส สามารถย้อมเป็นสีต่างๆ ได้ ไม่ทนต่อกรด ต่าง และแรงกระแทก ใช้ทำกาวไม้อัด ทำปุ่มจับด้ามเครื่องมือ เป็นต้น

2.3 เมลามีน - พอร์มาดีไฮด์ เรซิน (Malamine Formaldehyde Resin)

เป็นปฏิกิริยาระหว่าง formaldehyde กับ Malamine ทนต่อความร้อนได้ถึง

250° C ทนต่อสารละลาย และแรงกระแทก และรอยขีดข่วนต่างๆ ส่วนใหญ่ใช้ทำพลาสติกอย่าง ดีราคาแพง ฉนวนไฟฟ้า เป็นต้น

พอลิเอทิลีน (Polyethylene : PE)

โดยทั่วไปแล้ว พอลิเอทิลีน มีสีขาวขุ่นโปร่งแสง มีความลื่นมันในตัว เมื่อสัมผัสจึงรู้สึก ลื่น หยุนตัวได้ ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส ไม่ติดแม่พิมพ์ มีความเหนียว ทนความร้อนได้ไม่มากนัก แต่ทน ต่อการกัดกร่อนของสารเคมี เป็นฉนวนไฟฟ้า ใสสีผสมได้ง่ายมีความหนาแน่นต่ำกว่าน้ำจึงลอยน้ำ ได้ เมื่อความหนาแน่นสูงขึ้นไปจะทำให้มีความแข็งและความเหนียวเพิ่มขึ้น อุณหภูมิหลอมตัว สูงขึ้น และอัตราการคายก๊าซเพิ่มขึ้น เมื่อความหนาแน่นลดลง จะทำให้อัตราการเสื่อมสลายของ ผิวเพิ่มขึ้น กล่าวคือผิวจะแตกรานได้ง่ายขึ้น

สมบัติทั่วไป

- ยืดหยุ่นได้ดี เหนียวมากที่อุณหภูมิต่ำ
- มีความทนทานต่อสารเคมีได้ดีมาก
- ทนต่อสภาวะอากาศได้ดีพอสมควรอากาศสามารถซึมผ่านได้ดี
- หดตัวแม่พิมพ์ได้ดีมาก ทำให้ถอดจากแม่พิมพ์ได้ง่าย
- เป็นฉนวนไฟฟ้าที่ดีมาก
- ผสมสีได้ง่าย ทำให้ผลิตเป็นฟิล์มใส ฟิล์มสี ฟิล์มโปร่งแสงหรือทึบแสงได้
- ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส

พอลิโพรไพลีน (Polypropylene : PP)

พอลิโพรไพลีน มีลักษณะขาวขุ่น ทึบแสงกว่าพอลิเอทิลีน มีความหนาแน่นในช่วง 0.890–0.905 ด้วยเหตุนี้จึงสามารถลอยน้ำได้เช่นเดียวกับ

พอลิเอทิลีน ลักษณะอื่น ๆ คล้ายกับพอลิเอทิลีน

สมบัติทั่วไป

- มีผิวแข็ง ทนทานต่อการขีดข่วนคงตัวไม่เสียรูปง่าย
- สามารถทำเป็นบานพับในตัว มีความทนทานมาก
- เป็นฉนวนไฟฟ้าที่ดีมาก แม้ที่อุณหภูมิสูง

- ทนทานต่อสารเคมีส่วนมาก แต่สารเคมีบางชนิดอาจทำให้พองตัว หรืออ่อนนุ่มได้

- มีความเหนียวที่อุณหภูมิตั้งแต่ 105 องศาฟาเรนไฮต์ไปจนถึง 15 องศาฟาเรนไฮต์ (40 องศาเซลเซียส ถึง -10 องศาเซลเซียส)

แต่ที่ 0 องศาฟาเรนไฮต์ จะเปราะ

- มีความต้านทานการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซได้ดี
- สามารถทนอุณหภูมิสูงที่ใช้ในการฆ่าเชื้อ (Sterilization : 100°C) ได้
- ผสมสีได้ง่ายทั้งลักษณะโปร่งแสงและทึบแสง

พอลิสไตรีน (Polystyrene : PS)

เป็นพอลิเมอร์เก่าแก่ที่รู้จักกันมานานแล้ว โดยทั่วไปสไตรีนพอลิเมอร์จะมีความแข็งเปราะแตกรานได้ง่าย แต่สามารถทำให้เหนียวขึ้นได้ โดยการเติมยางสังเคราะห์ บิวทาไดอีนลงไป ซึ่งเรียกว่า สไตรีนทนแรงอัดสูง (High impact styrene) การใช้สไตรีนเป็นโคพอลิเมอร์ (พอลิเมอร์ที่ประกอบด้วยมอนอเมอร์ 2 ชนิด) เพื่อปรับปรุงคุณภาพและสมบัติของพอลิเมอร์อื่นให้ดีขึ้น เมื่อรวมตัวกับพอลิเมอร์อื่นจะทำให้มีคุณสมบัติ

เปลี่ยนไป เช่น มีความเหนียวและความแข็งเพิ่มขึ้น ทนความร้อนเพิ่มขึ้น อุณหภูมิจุดหลอมตัวสูงขึ้น

สมบัติทั่วไป

- มีความแข็ง แต่เปราะแตกรานง่ายน้ำหนักเบา ราคาถูก
- ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น มีความใส ผิวเรียบ ใสสีเติมแต่งได้ง่าย และคงความ

โปร่งใสเช่นเดิม

- ทนทานต่อสารเคมีทั่วไป แต่ไม่ทนต่อสารไฮโดรคาร์บอนและตัวทำละลาย

อินทรีย์

- เป็นฉนวนไฟฟ้า
- ไม่ดูดความชื้น เกิดไฟฟ้าสถิตได้ง่าย ทำให้ดูดฝุ่นละอองได้ดี
- การหดตัวสูงเมื่อเย็นตัว ทำให้ถอดจากแม่พิมพ์ได้ง่าย แต่อาจเสียรูปและ

ขนาดไปบ้าง

- ไม่ทนต่อสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอกผิวเสื่อมสภาพเร็ว ไม่ทนต่อการถูกขีด

ข่วน

พอลิไวนิลแอซีเตต (Polyvinylacetate : PVA)

เป็นพอลิเมอร์ที่มีแขนงหนาแน่น มีลักษณะโมเลกุลแบบอะแทกติก ไม่มีความเป็นผลึก จึงมีลักษณะอ่อนนิ่มมากจนเป็นของเหลวข้นหนืด สีขุ่นขาว เมื่อแห้งจะใสเนื่องจากความอ่อนนิ่ม จนมีลักษณะเป็นของเหลวข้นหนืด จึงไม่สามารถหล่อขึ้นรูปด้วยวิธีแม่พิมพ์ใดๆ ได้

สมบัติทั่วไป

- อ่อนนิ่ม ง่ายต่อการทำเป็นอิมัลชัน
- คุณสมบัติของการหล่อแม่พิมพ์ต่ำ จึงไม่เหมาะที่จะหล่อขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์
- ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น และไม่มีรส
- เมื่อแห้งจะมีความโปร่งใสมากขึ้น
- มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น

พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride : PVC)

พอลิไวนิลคลอไรด์ เป็นพอลิเมอร์ที่สำคัญที่สุดในกลุ่มไวนิลด้วยกัน มักเรียกกันทั่วไปว่า พีวีซี เนื้อพีวีซีมักมีลักษณะขุ่นทึบแต่ก็สามารถผลิตออกมา

ให้มีสีใสได้ทุกสีเป็นฉนวนไฟฟ้าอย่างดี ตัวมันเองเป็นสารที่ทำให้ไฟดับจึงไม่ติดไฟ มีลักษณะทั้งที่เป็นของแข็งคงรูปและอ่อนนุ่มเหนียว เรซินมีทั้งที่

เป็นเม็ดแข็ง หรืออ่อนนุ่ม และเป็นผงจึงสามารถนำไปใช้งานได้อย่างกว้างขวาง

สมบัติทั่วไป

- มีความแข็งแรงดี ทนทานต่อสภาวะอากาศและสิ่งแวดล้อมปกติ
- ต้านทานต่อสารเคมีและน้ำ
- เป็นฉนวนไฟฟ้าที่ดี
- สามารถผสมสีและแต่งสีได้อย่างไม่จำกัด
- สามารถเติมสารเติมแต่งต่างๆ เพื่อปรุงแต่งสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แข็งและคงตัว จนถึงอ่อนนิ่ม และยืดหยุ่นมาก
- มีสมบัติอื่นๆ กว้างขวางและสามารถสลายตัวเอง

โพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low density polyethylene : LDPE)

เป็นโพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (.910 - .925 g/cm³) ใช้ผลิตเป็นเครื่องบรรจุหีบห่อ เช่น ถุงเย็น ซองใส่อาหาร ทางด้านการเกษตรใช้ทำเป็น

โรงอบพลังแสงอาทิตย์ โรงเพาะชำ เมทฟิล์มกันวัชพืช ท่อน้ำหยด ฟิล์มปูกันซึม เช่น บ่อน้ำ พื้นถนน ทางด้านงานฉีดจะทำเป็นพวกของเล่น ของใช้ในบ้านและทำเป็นฉนวนหุ้มสายไฟและสายเคเบิลนอกจากนี้ยังใช้ทำวัสดุเคลือบผิวและใช้กับงานขึ้นรูปโดยการเป่าทำพวกขวดพลาสติกชนิด

บีบได้ ทางด้านความใส LDPF จะสู้ PP ไม่ได้ โดยเฉพาะวงการการ์เมนท์ LDPE ยังไม่สามารถเข้าไปแทนที่ PP ได้ แต่บางชิ้นงานต้องการ

ความเหนียวและความคงทน มักจะใช้ LDPE แทน PP เพราะ PP กรอบแตกง่ายเมื่อใช้ไปนาน ๆ ทางด้านการเกษตรก็พบปัญหาการกรอบแตก

ของฟิล์ม PVC เมื่อโดนแสงแดดจึงหันมาใช้ LDPE แทน

คุณสมบัติ

- จุดหลอมเหลว T_m ประมาณ 115°C
- มีความเหนียวดี
- เชื่อยต่อปฏิกิริยาเคมี
- ละลายได้ในตัวทำละลายชนิดที่อุณหภูมิ 100°C
- ทนกรด ต่าง ได้ดี
- ผิวหน้าไม่แข็ง โพลีเอทิลีนที่มีค่าความหนาแน่นสูง (High density polyethylene : HDPE)

เป็นโพลีเอทิลีนที่มีค่าความหนาแน่นสูง ซึ่งค่าความหนาแน่นของวัสดุนั้นต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.950 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และมีอัตราการ

ไหลเมื่อหลอมเหลว (Melt Flow Rate) ของเนื้อวัสดุขณะหลอมเหลว หน่วยเป็นกรัมต่อ10 นาที

คุณสมบัติ

- จุดหลอมเหลว T_m ประมาณ 130°C
 - มีความทนต่อแรงดึงสูงกว่า LDPE
 - เชื่อยต่อปฏิกิริยาเคมี
 - ละลายได้ในตัวทำละลายหลายชนิดที่อุณหภูมิ 100°C แต่จะละลายเล็กน้อย
- ที่อุณหภูมิต่ำ

- อุณหภูมิที่ใช้งานได้เป็นระยะนาน ๆ : Max 100°C
- ทนกรด ต่าง ได้ดี

ไนลอน (Nylon)

ไนลอนเป็นพอลิเมอร์ที่มีมานาน คนไทยมักรู้จักไนลอนในรูปของเสื้อผ้า และเชือกไนลอน ผลิตภัณฑ์ไนลอนที่นิยมใช้แพร่หลายมีหลายชนิด เช่น ไนลอน 4 ไนลอน 6,6 ไนลอน 6,10 ไนลอน 10 และไนลอน 11

สมบัติทั่วไป

- มีสีขาวขุ่น โปร่งแสง
- สามารถผสมกับสีได้ดี
- หล่อลื่นในตัวเอง
- ทนทานต่อการกัดกร่อนของสารเคมีสารประกอบไฮโดรคาร์บอนและน้ำมัน
- ไม่ทนทานต่อกรดแก่
- ดูดความชื้น ทำให้เกิดการหดและยืดตัว
- เป็นฉนวนไฟฟ้า

2.3.3 ไฟเบอร์กลาส

"ไฟเบอร์กลาส" ในภาษาของวัสดุเสริมแรงที่รู้จักทั่วไป ในการทำหลังคาถระบะ หรือขึ้นส่วนที่ต้องการความแข็งแรงนั้น ผลิตจากการนำขึ้นส่วนต้นแบบมาขัดผิวด้านนอกด้วย ซี่ผึ้งถอดแบบวางผ้าใยแก้วบนขึ้นส่วนต้นแบบ ทาด้วยเรซินที่ผสมตัวทำให้แข็งให้มีความหนา ตามต้องการ เมื่อเรซินแข็งตัวแล้วดึงขึ้นส่วนไฟเบอร์กลาสออกจากขึ้นส่วนต้นแบบ นำมาขัด แต่งผิวด้านนอกให้เรียบร้อย การสร้างขึ้นส่วนไฟเบอร์กลาสจากวิธีนี้จะขาดรายละเอียดและ ความสวยงาม แตกต่างจากวิธีที่ใช้แม่พิมพ์ ซึ่งเหมาะสำหรับขึ้นส่วนจำนวนมาก แต่มีขั้นตอน ยุ่งยากกว่าวิธีแรก โดยเราต้องสร้างแม่พิมพ์ขึ้นมาจากขึ้นส่วนต้นแบบเสียก่อน เมื่อได้แม่พิมพ์ แล้วจึงนำมาสร้างขึ้นส่วนไฟเบอร์กลาสที่ต้องการ ขึ้นส่วนที่สร้างขึ้นมามีความสวยงามเหมือนกับ ต้นแบบทุกประการ และสามารถเสริมความแข็งแรงในบริเวณที่ต้องการโดยเพิ่มความหนา ของใยแก้วหลายๆ ชั้น

ไฟเบอร์กลาสผลิตขึ้นจากสารเคมีและวัสดุหลายชนิด ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น ดวงตา ผิวหนัง ระบบทางเดินหายใจ ดังนั้น จึงควรระมัดระวังและใส่อุปกรณ์ป้องกัน ในขณะที่ทำ ขึ้นส่วนจากไฟเบอร์กลาส

วัตถุดิบที่ใช้ร่วมกับเรซิน

โคบอลต์ (Cobalt)

โคบอลต์ (Cobalt) คือ ตัวช่วยเร่งปฏิกิริยา (Accelerator หรือ Promotor) ในเรซิน มีลักษณะเป็นของเหลวข้นสีม่วง (บางคนอาจเรียกว่า "ตัวม่วง") ความเข้มข้นที่ขายทั่วไปในท้องตลาดคือ 10% ปริมาณการใช้กับเรซินจะใช้ได้ตั้งแต่ 0.1 – 1% ต่อน้ำหนักเรซิน

ตัวเร่งแข็งเรซิน (Hardener หรือ Catalyst)

เป็นสารเคมีที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาโพลิเมอร์ไรเซชัน แล้วทำให้เรซินแข็งตัว ตัวเร่งแข็งเรซินนี้สามารถใช้สารเคมีได้หลายชนิด แต่ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ MEKPO (Methyl Ethyl Ketone Peroxide) ซึ่งเป็นของเหลวใสกลิ่นฉุนคล้ายกรด และกัดมือเล็กน้อย ส่วนชื่อทางการค้าของตัวเร่งแข็งเรซินที่เป็นที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Butanox M-60 การใช้กับเรซินจะใช้ได้ตั้งแต่ 0.5 – 2% ต่อน้ำหนักเรซิน

สไตรีนโมโนเมอร์ (Styrene Monomer)

สไตรีนโมโนเมอร์ (Styrene Monomer) เรียกย่อๆ ว่า SM เป็นของเหลวใสไม่มีสี กลิ่นฉุนคล้ายเรซิน ใช้สำหรับผสมให้เรซินเหลวเพื่อสะดวกในการทำงาน อัตราส่วนการผสมจะอยู่ที่ 10-20% ของน้ำหนักเรซิน ถ้าผสม SM มากเกินไปจะมีผลทำให้ชิ้นงานกรอบเปราะบางไม่แข็งแรง

อะซิโตน (Acetone)

เป็นของเหลวใส ไม่มีสี กลิ่นฉุน ระเหยง่ายและไวไฟ ใช้สำหรับล้างเรซิน , ทำความสะอาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เปื้อนเรซิน

ผงทัลคัม (Talcum)

เป็นผงแป้งมีสีขาว ใช้ผสมเรซินเพื่อเพิ่มเนื้อเพิ่มน้ำหนักหรือเพิ่มความหนาให้ชิ้นงาน ทำให้ทึบแสง เพิ่มแรงยึดเกาะ และสามารถทำเป็นสีโป๊วได้ (เรซินโป๊ว) นิยมใช้ในงานไฟเบอร์กลาส

ผงแคลเซียม (Calcium)

เป็นผงหินละเอียดมีสีขาว ใช้ผสมเรซินเพื่อเพิ่มเนื้อและเพิ่มน้ำหนัก ทำให้ทึบแสงนิยมใช้ในงานหล่อ

ผงหินอ่อน

ใช้ผสมเพื่อเพิ่มเนื้อ ทำหินอ่อนเทียม หรือชิ้นงานเลียนแบบหินทราย (หล่อแล้วกัดเรซินออกด้วยน้ำยากัดเรซิน) นิยมใช้ในงานหล่อประเภทประติมากรรม

ผงเบา (Fume Silica)

เป็นผงสีขาวใส มีน้ำหนักเบามาก นิยมใช้ผสมกับเรซินเพื่อทำเป็นเจลได้ท หรือผสมเรซินเพื่อเพิ่ม Thixotropic ผงเบาเมื่อผสมในเรซินแล้วจะทำให้ได้ชิ้นงานที่โปร่งแสงขุ่นๆ ผงเบาในท้องตลาดที่ใช้กันได้แก่ Wacker, Capusil, Airosil, Reorosil จะใช้ในงานไฟเบอร์เป็นส่วนมาก ส่วนงานหล่อก็มีใช้ร่วมด้วยเล็กน้อย

สีสำหรับผสมเรซิน

มีลักษณะเป็นของเหลวข้นคล้ายจาระบี มี 2 กลุ่ม คือ สีใสและสีทึบ สีของเรซินสามารถใช้ได้หลายชนิด แต่ถ้าจะให้ดีที่สุดควรใช้สีเฉพาะสำหรับเรซินเอง (Base สีควรเป็นประเภท Polyester)

วัสดุเคลือบสีให้ชิ้นงาน

ใช้เคลือบผิวชิ้นงานเพื่อป้องกันรอยขีดข่วนและทำให้ชิ้นงานมีผิวเป็นมันวาว วัสดุเคลือบสีมีหลายชนิด เช่น แล็กเกอร์ใส , สเปรย์แล็กเกอร์ หรือ โพลียูรีเทนชนิดเคลือบผิว

ใยแก้ว

เป็นวัสดุเสริมความแข็งแรงในเนื้อเรซินเพื่อทำผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์กลาส โดยทั่วไปจะแบ่งประเภทของใยแก้วออกเป็นชนิดต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ชนิด A-Glass (Alkali) ใช้สำหรับงานที่ต้องการทนสารเคมีที่เป็น ด่าง
- ชนิด C-Glass (Chemical) ใช้สำหรับงานที่ต้องการทนสารเคมีที่เป็น กรด และสารกัดกร่อน
- ชนิด E-Glass (Electrical) ใช้สำหรับงานที่ต้องการรับแรง และเป็นฉนวนป้องกันกระแสไฟฟ้าได้ดี
- ชนิด S-Glass (High Strength) ใช้สำหรับงานที่ต้องการรับแรงสูงกว่าชนิด E

ลักษณะของใยแก้วมีหลายรูปแบบดังต่อไปนี้

ใยแก้วฝืน (Chopped Strand Mat)

เป็นใยแก้วตัดสั้นยาว 1- 2 นิ้ว โปรยลงเป็นฝืนแบบกระจายไม่จำกัดทิศทาง แล้วอัดเป็นฝืนยาวเหมือนเสื้อด้วยกาวซึ่งมี 2 ชนิด คือ แบบ Emulsion และแบบ Powder ใช้สำหรับงานไฟเบอร์กลาสทั่วๆไป สามารถรับแรงได้ทุกทิศทาง ขนาดที่นิยมใช้ได้แก่ N ๐.300, N ๐.450, N ๐.600

(เบอร์ 300 หมายถึง น้ำหนักใยแก้ว 300 กรัม/ตร.ม เบอร์ 450 หรือเบอร์ 600 ก็มีความหมายในลักษณะ เดียวกัน)

ใยแก้วตาสาน (Woven Roving)

เป็นใยแก้วเส้นยาวนำมาทอเป็นผืนรูปตาสาน (90 องศา) ใช้สำหรับงานไฟเบอร์กลาสที่ต้องการเสริมกำลังรับแรงให้สูงขึ้น ขนาดที่นิยมได้แก่ No.400, No.600 และ No.800 กรัม/ ตร.ม

ใยแก้วทอผ้า (Glass Fabrics, Glass Cloth)

เป็นใยแก้วเส้นเหมือนด้าย นำมาทอเป็นผืนเหมือนผ้า ใช้สำหรับงานไฟเบอร์กลาสที่ต้องการทำชิ้นงานน้ำหนักเบาและได้ชิ้นงานที่บางเบา แต่รับแรงกระแทกสูงๆ เช่น กระดานโต้คลื่น เครื่องบินวิทยุบังคับ ขนาดที่นิยมใช้ได้แก่ N o. 100, N o. 160, N o. 200 กรัม/ ตร.ม

ใยสานแบบเย็บติด (Stitch Mat)

เป็นใยแก้วแบบผืนเย็บด้วยเส้นใยโพลีเอสเตอร์ตลอดทั้งผืน เวลानำไปใช้งานแล้วเส้นใยแก้วจะไม่เคลื่อนตัว ใช้สำหรับงานที่มีการรับแรงสูงแทนที่ใยแก้วตาสานหรือใยแก้วผืนธรรมดาได้ แต่ในเมืองไทยไม่ค่อยเป็นที่นิยมใช้กัน

ใยแก้วผิว (Surfacing Mat, Tissue Mat)

เป็นใยแก้วผืนบางเหมือนกระดาษทิชชู ใช้สำหรับวางทับหลังเจลโค้ทเป็นชั้นแรก แล้วค่อยตามด้วยใยแก้วแบบอื่นๆ หรือสามารถทำผิวชิ้นงานเป็นชั้นแรกโดยไม่ต้องใช้เจลโค้ท หรืออาจวางทับไว้ชั้นหลังสุด เพื่อลดรอยเส้นใยแก้วทำให้ดูเรียบขึ้น ขนาดที่นิยมใช้ได้แก่ 20, 30, 50 กรัม/ ตร.ม

เทปไฟเบอร์ (Glass Tape)

เป็นเส้นใยแก้วนำมาทอเป็นผืน มีหน้ากว้าง 2, 3, 4 นิ้ว คล้ายเทปกาว ใช้สำหรับเชื่อมรอยต่อระหว่างแผ่นใยแก้ว และเสริมกำลังบริเวณขอบชิ้นงาน

ใยแก้วเส้นด้าย (Roving)

เป็นใยแก้วเส้นยาวตลอดทั้งม้วน เรียกตามน้ำหนัก/ความยาว 1 กิโลเมตร เช่น TEX 1200 = ความยาว 1 กิโลเมตร น้ำหนัก 1,200 กรัม ที่นิยมใช้ทั่วไปได้แก่ TEX 1200, 2400, 4800 การนำไปใช้งานสามารถนำไปใช้ในงานดังต่อไปนี้

- ใช้แบบพ่น (Spray Up Roving) กับเครื่องพ่นใยแก้ว
- ใช้แบบพัน (Filament Roving) กับเครื่องพัน
- ใช้แบบดึง (Pultrusion Roving) ในกระบวนการผลิตแบบดึงแนวยาว
- ใช้แบบ SMC (Sheetmolding compound) ในการทำแผ่น SMC

- ใช้แบบ PANEL (Corrugated Sheet) ในการทำแผ่นหลังคาโปร่งแสง

ใยแก้วแบบทิศทางเดียว (Unidirection Mat)

เป็นใยแก้วเส้นยาวเรียงเป็นแถวในแนวเดียวกันตลอดทั้งผืน เย็บติดกันด้วยเส้นด้าย Polyester เรียงตัวแบบแนวยาวหรือแนวตรง ใช้สำหรับงานที่ต้องการรับแรงดึงสูงๆ ในแนวยาว

ใยแก้วเส้นสั้น (Chopped Strand)

เป็นใยแก้วเส้นสั้น ขนาดเส้นยาว 3,6,9,12 มิลลิเมตร ใช้สำหรับเพิ่มความแข็งแรงของชิ้นงาน ตามขอบและตามซอกมุมต่างๆของชิ้นงาน

ใยแก้วผง (Glass Powder)

เป็นผงใยแก้วสีขาว ให้ผสมกับเจลโค้ทหรือเรซิน เพื่อทำผิวของชิ้นงานเพิ่มความแข็งแรง ป้องกัน การขีดข่วนและแรงกระแทกที่ผิวของชิ้นงาน

เส้นใยพิเศษ

เส้นใยพิเศษจะมี 3 ชนิด ได้แก่

เส้นใยคาร์บอน (Carbon Fabric)

เป็นเส้นใยสีดำนำมาทอเป็นผืนนิยมใช้ทั่วไปมีอยู่ 2 แบบ คือ

- แบบลายตรง (Plain Weave) หรือ เรียกเป็นใยคาร์บอนลาย # 1

- แบบลายเฉียง (Twill Weave) หรือ เรียกเป็นใยคาร์บอนลาย # 2

ใช้สำหรับงานที่รับแรงกำลังสูงมากๆ เช่น งานทางด้านอากาศยาน (ชิ้นส่วนของเครื่องบิน), งานทางด้าน ยานยนต์ (ชุดลู่อลมในรถแข่ง), งานตกแต่งรถยนต์, งานด้านกีฬา(เชิรฟ์บอร์ด, วินด์เชิรฟ์)

เส้นใยเคฟลาร์ (Kevlar Favric/ Aramid Fiber)

เป็นเส้นใยสีเหลืองนำมาทอเป็นผืนแบบผ้าตาสาน ใช้สำหรับงานที่รับแรงและกำลังสูงมากๆ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใยเคฟลาร์ ได้แก่ เสื้อกันกระสุน, หมวกทหาร เป็นต้น

เส้นใยบาสัลท์ (Basalt Fabric)

เป็นเส้นใยสีเหลืองทอง นำมาทอเป็นผืน สามารถรับแรง และกำลังได้ดีแต่น้อยกว่าเส้นใยคาร์บอน ใช้แทนที่เส้นใยคาร์บอนในส่วนของชิ้นงานที่ไม่ต้องรับแรงสูงเท่าเส้นใยคาร์บอนแต่สามารถรับแรงได้สูงกว่าใยแก้ว

ตัวถอดแบบ (Mold Release)

ที่นิยมใช้ในเรซินจะมีอยู่ 4 ประเภท

- แบบแผ่นฟิล์ม มีด้วยกัน 2 แบบ คือ

+ PVA เป็นน้ำยาถอดแบบมีลักษณะเป็นน้ำใช้ทาลงแม่แบบบางๆ ปล่อยให้แห้งจะกลายเป็นแผ่นฟิล์ม

+ Mylar Film เป็นแผ่นฟิล์ม ใช้สำหรับทำชิ้นงานที่มีลักษณะเป็นแผ่นเรียบ, ทำแผ่นหลังคาโปร่งแสง

- แบบขี้ผึ้ง (Wax) ใช้ทาบางๆที่แม่แบบแล้วขัดเงาด้วยผ้าที่สะอาด แม่แบบจะขึ้นเงาและลื่นเร็วขึ้นจะไม่ติด

- แบบสารเคมี (Solvent) เป็นน้ำยาถอดแบบที่มีสารเคมีผสมอยู่ด้วยสามารถถอดชิ้นงานได้หลายครั้ง ต่อการลงน้ำยา 1 รอบ

- แบบน้ำ (Water Base) เป็นตัวถอดแบบชนิดน้ำ ข้อดีคือไม่มีอันตรายต่อสุขภาพผู้ปฏิบัติงาน

โพลียูรีเทนโฟม (PU Foam / Polyurethane Foam)

โดยทั่วไปจะเรียกกันว่า พียูโฟม หรือโฟมขาว (Polyol) - โฟมดำ (Isocyanate) มีลักษณะเป็นน้ำยาเหลวสีคล้ายน้ำผึ้ง (โฟมขาว) และสีน้ำตาลไหม้ (โฟมดำ) ใช้ร่วมกันในอัตราส่วน 1 : 1 โดยประมาณ จะเกิดปฏิกิริยาและมีการขยายตัวได้ดีถึง 20-25 เท่าของปริมาตร (ปล่อยให้ขยายโดยไม่มีแม่แบบบังคับ) การนำไปใช้งานจะใช้โฟมชนิดนี้ทำต้นแบบไฟเบอร์กลาส, เป็นตัวอัดช่องว่างระหว่างชิ้นงานไม่ให้เกิดโพรงอากาศ, เป็นตัวฉนวนกันความเย็นในชิ้นงานประเภทถังทำความเย็น

*** โฟมขาว (Polyol) , โฟมดำ (Isocyanate) อัตราส่วนที่เหมาะสมคือ 1 : 1 ถ้าใส่โฟมดำมากกว่าเนื้อจะแน่นแข็ง และถ้าใส่โฟมขาวมากกว่าเนื้อจะนิ่ม***

แม่แบบของ PU นิยมใช้ไฟเบอร์กลาสหรือยางซิลิโคน โดยถ้าชิ้นงานใหญ่จะใช้เป็นไฟเบอร์กลาส และถ้าชิ้นงานเป็นลวดลายนูนและลึกจะใช้ยางซิลิโคน

น้ำยาถอดแบบของ PU จะใช้แว็คน้ำ หรือ ซิลิโคนน้ำ (Silicone oil), หรือ ขี้ผึ้งได้

น้ำยาล้างทำความสะอาด ใช้ Methylene Chloride

3. เอกสารอื่น ๆ

3.1 ความหมายขององค์กร

องค์การ (Organization) บุคคลกลุ่มหนึ่งที่มารวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน และดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกันอย่างมีขั้นตอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยมีทั้งองค์การที่แสวงหาผลกำไร คือองค์การที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ และ องค์การที่ไม่แสวงหาผลกำไร คือองค์การที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์เป็นหลัก เช่น สมาคม สถาบัน มูลนิธิ เป็นต้น

โดยเริ่มแรกนั้น คำว่า "องค์กร" เดิมเป็นศัพท์บัญญัติมาจากคำภาษาอังกฤษว่า Organization หมายถึง ศูนย์กลางของกิจการที่รวมประกอบกันขึ้นเป็นหน่วย

ในขณะที่ คำว่า "องค์กร" เป็นศัพท์บัญญัติมาจากคำภาษาอังกฤษว่า Organ โดยที่องค์กร หมายถึง ส่วนประกอบย่อยของหน่วยใหญ่ ทำหน้าที่สัมพันธ์กันหรือขึ้นต่อกันและกัน เกิดจากการที่มนุษย์รวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการแบบใดแบบหนึ่ง โดยการนำเอาการรวมกลุ่มเป็นเครื่องมือในการกำหนดความสัมพันธ์จนกลายมาเป็นรูปแบบขององค์กรในปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันใช้ในความหมายเดียวกัน พูดังๆ ก็คือ หลายๆ องค์กร รวมกันเข้ากลายเป็นองค์กร

องค์กร คือ การจัดรวบรวมบุคคลากรอย่างมีระเบียบด้วยความตั้งใจที่จะทำให้บรรลุถึงความสำเร็จของวัตถุประสงค์บางอย่างที่มีความจำเพาะเจาะจง (Organization is a deliberate arrangement of people to accomplish some specific purpose.)

องค์กร คือที่ที่คนทำงานด้วยกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน (Common purpose) เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สามารถทำให้สมาชิกแต่ละคนทำงานมากกว่าการไปให้ถึงความสำเร็จของแต่ละคน องค์กรทุกขนาดและทุกรูปแบบ และไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไรหรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรอย่างหน่วยงานของรัฐ ก็มีลักษณะเช่นเดียวกันนี้ และจากมุมมองของสังคม องค์กรจะมีวัตถุประสงค์อย่างกว้างร่วมกัน เป็นต้นว่า ผลผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นประโยชน์ และระหว่างการประชุมประกอบกิจการทุกขั้นตอนนั้นองค์กรจะต้องมอบคุณค่าให้กับสังคมพร้อมๆ กับตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปด้วย เพื่อเป็นหลักประกันว่าองค์กรจะคงอยู่ต่อไปได้

ไชยา ยัมวิไล. (2528, หน้า 1) กล่าวถึงองค์กรไว้ว่า หากว่าเราจะได้พิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวของเราอยู่ก็จะพบว่า สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นองค์กรทั้งสิ้น เราสามารถจำแนกองค์กรที่อยู่รอบๆ ตัวเราออกได้เป็น 3 ลักษณะใหญ่ คือ

1. องค์การทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน มหาวิทยาลัย ศาสนา วัด สมาคม สโมสร ชมรม และกลุ่มกิจกรรมต่างๆ

2. องค์การทางราชการ ได้แก่ หน่วยงานราชการต่างๆ ซึ่งครอบคลุมถึง กระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ที่เรียกกันว่า ระบบราชการ (Bureaucracy) ซึ่งเป็นองค์การที่มีขนาดใหญ่โตมีโครงสร้างที่ สลับซับซ้อนมาก

3. องค์การเอกชน ได้แก่ บริษัท ร้านค้าต่างๆ ที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อประโยชน์ทางการค้า จากลักษณะขององค์การที่ได้กล่าวมานี้ คงพอจะมองออกได้ว่าตัวเรานี้อยู่ท่ามกลางองค์การทั้งสิ้น และ บางองค์การยังมีความสัมพันธ์กับองค์การอื่นๆ อีกด้วย

3.1.1 ความหมายขององค์การ

คำว่า องค์การ (Organization) มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้ ธงชัย สันติวงษ์, และชัยยศ สันติวงษ์. (2537, หน้า 5) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง รูปแบบของการทำงาน ของมนุษย์ที่มีลักษณะการทำงานเป็นกลุ่ม ที่มีการประสานงานกันตลอดเวลา ตลอดจนถึงมีการ กำหนดทิศทาง มีการจัดระเบียบวิธีทำงานและติดตามวัดผลสำเร็จของงานที่ทำอยู่เสมอด้วย สมยศ นาวิการ (2543, หน้า 30) กล่าวว่า องค์การเป็นกลุ่มบุคคลที่ทำงานร่วมกันภายใต้ โครงสร้างที่กำหนด เพื่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

เสนาะ ดิเยาว์ (2544, หน้า 18, 30) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง องค์การที่บุคคลผู้นั้นทำงานอยู่ ด้วย นโยบาย และข้อบังคับที่องค์การเขียนไว้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดบรรยากาศด้านจรรยาบรรณ ของคนในองค์การ เพราะนโยบายและข้อบังคับในการทำงานจะก่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงาน คำบรรยายรวมทั้งหลักจรรยาบรรณขององค์การจะใช้เป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมของคน, องค์การ ได้แก่ การที่คนรวมตัวกันทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน มีลักษณะสำคัญคือมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการแบ่งงานกันทำมีสาย การบังคับบัญชาลดหลั่นกันลงไป ทำเป็นชั้นๆ ตั้งแต่ระดับสูงสุดจนถึง ระดับล่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548, หน้า 6)กล่าวว่า องค์การหมายถึง กลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการทำกิจกรรม โดยมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบไปมาระหว่างกันทั้งภายในและภายนอก องค์การ"

พยอม วงศ์สารศรี. (2552, หน้า 4) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกัน มีจุดมุ่งหมาย ร่วมกันในการทำกิจกรรมหรืองานอย่างใดอย่างหนึ่งโดยอาศัยกระบวนการจัดโครงสร้างของกิจกรรมหรือ งานนั้นออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อแบ่งงานให้แก่สมาชิกในองค์การดำเนินการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย จำนวนค์ ทองประเสริฐ, และวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2553, เมษายน 14) กล่าวว่า องค์การ (Organization) หมายถึง บุคคลกลุ่มหนึ่งที่มาวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างหนึ่งหรือ หลายอย่างรวมกัน และดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกันอย่างมีขั้นตอนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น

นิตยา เพ็ญศิริรักษา, และสุรชาติ ณ หนองคาย. (2553, เมษายน 11, หน้า 6) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกันทำงานภายใต้โครงสร้างและการประสานงานที่ กำหนด เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

รอบบินส์และคูลเตอร์ (Robbins & Coulter เขียน วิรัช สงวนวงศ์วาน แปล. 2546, หน้า 6) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง การรวมกลุ่มกันของคนเพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

กิบสัน และคนอื่นๆ. (Gibson et al. 1994, p. 5) กล่าวว่า องค์การ เป็นหน่วยที่มี การ ประสานงานกัน โดยประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ร่วมกัน

แม็กซ์ เวเบอร์ (Max Weber. อ้างถึงในสมคิด บางโม. 2538, หน้า 14)) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง หน่วยสังคมหรือหน่วยงานซึ่งมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย อย่างใดอย่างหนึ่ง

บาร์นาร์ด (Barnard.1970. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2553, เมษายน 12, หน้า 1) กล่าวว่า องค์การคือระบบที่บุคคลสองคนหรือมากกว่านั้นร่วมแรงร่วมใจกันทำงานอย่างมีจิตสำนึก แมสซี (Massie. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548, หน้า 2) กล่าวว่า องค์การคือ โครงสร้างหรือกระบวนการที่กลุ่มจัดตั้งขึ้น มีการทำกิจกรรมหรืองานออกเป็นประเภทต่างๆ และ มอบหมายความรับผิดชอบในกิจกรรมนั้นๆ ให้แก่สมาชิกได้ดำเนินการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ กำหนดไว้

เออร์วิคค์ (Urwick. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548, หน้า 2) กล่าวว่า องค์การ คือ การ กำหนดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย แล้วจำแนกแบ่งกิจกรรมหรืองานนั้นๆ ให้บุคคลในกลุ่ม ดำเนินการ

แคทซ์และคาน (Katz & Kahn. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548, หน้า 1) กล่าวว่า องค์การ คือ ระบบเปิดที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ประกอบด้วยสิ่งนำเข้า (input) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (transformation) และผลผลิต (output)

จากที่นักการศึกษากล่าวมาสรุปได้ว่า องค์การ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันทำกิจกรรมตามแนวทางหรือวิธีการที่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาศัยกระบวนการแบ่งงานให้สมาชิกในองค์การปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยองค์การมีลักษณะเป็นระบบเปิด ที่ประกอบด้วยปัจจัยนำเข้าไปสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่สิ่งที่พึงประสงค์ และครบองค์ประกอบดังนี้ 1) มีกลุ่มคน/บุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป 2) มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ 3) มีการผสมผสานทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายในองค์การ และ 4) มีลักษณะเป็นกระบวนการ องค์ประกอบขององค์การ

3.1.2 องค์การประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ

. จุดมุ่งหมายของโครงการ หรือวัตถุประสงค์ที่มีการจัดตั้งองค์การที่ชัดเจน (Distinct purpose) เป็นทิศทางในการทำงาน ตลอดจนเป็นทิศทิศทางของการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในองค์การ องค์การหนึ่ง องค์การอาจจะมียุทธศาสตร์ได้มากกว่า 1 ข้อ หลักๆ มี 3 ข้อ คือ

- เพื่อแสวงหากำไร
- เพื่อบริการลูกค้า
- เพื่อช่วยเหลือสังคม

มีการจัดโครงสร้างขององค์การที่ชัดเจน (Deliberate structure) คือ ระบบให้ความสำคัญของคนๆหนึ่งที่เข้ามาทำงานร่วมกันในองค์การว่าใครมีความสำคัญใครเป็นหัวหน้า ใคร เป็นลูกน้อง ใครเป็นผู้ออกคำสั่ง ใครเป็นผู้รับคำสั่ง โครงสร้างขององค์การจะเป็นตัวที่ทำให้เห็นระบบงานทั้งหมดขององค์การ ว่าเริ่มต้นตรงไหน ส่งต่อไปที่ใคร และสิ้นสุดที่ไหน โครงสร้างขององค์การอาจจะถูกจัดลำดับโดยใช้ความสำคัญของคนหรือความสำคัญของงานก็ได้

บุคลากร (People) ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มารวมตัวตัว บุคคลกับองค์การต้องไปด้วยกัน ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน

สภาพแวดล้อม (Environment) ได้แก่ สิ่งที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตทำให้ สิ่งมีชีวิตเจริญเติบโตหรือ ดำรงชีวิตได้ดีหรือไม่ หรือสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต

- สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมทั่วไป คือแรงผลักดันที่อยู่ภายนอกองค์การ แต่ส่งผลกระทบต่อ การบริหารงานขององค์การหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เช่น อิทธิพลทางการเมือง กฎหมายและการ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม

- สภาพแวดล้อมที่มีโดยตรงต่อการดำเนินการขององค์การ เช่น ลูกค้าหรือ ผู้รับบริการ วัตถุดิบ ตลาดแรงงาน

สภาพแวดล้อมภายใน

- สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ทรัพยากร เช่น คน เงิน วัสดุ เทคนิค การ จัดการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น

จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบขององค์การ ได้แก่ มีจุดมุ่งหมายของโครงการ/วัตถุประสงค์ ในการ จัดตั้งองค์การที่ชัดเจน มีการจัดโครงสร้างขององค์การที่ชัดเจน มีบุคลากร และสภาพแวดล้อม ทั้ง ภายนอกและภายใน

3.2 ความหมายของอัตลักษณ์

คำว่า “อัตลักษณ์” มีความแตกต่างจากคำว่า “บุคลิกภาพ” เนื่องจาก บุคคลอาจมีความเหมือนกันได้ในแง่ของบุคลิกภาพ เช่นการมีนิสัยหรือลักษณะบางอย่างที่อาจจะ เหมือนกันได้ แต่การเหมือนกันในด้านอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความ รู้สึกร่วมกัน ในด้านการตระหนักรู้ (awareness) บางอย่างเกี่ยวกับตัวตนของเรา หมายถึงการยอมรับในความเป็น ตัวตน ประกอบเข้ากับการแสดงตัวตน (making oneself) ให้เห็นว่ามีเหมือนหรือแตกต่างอย่างไร กับกลุ่มอื่นหรือบุคคลอื่น

การ ที่เราเลือกนิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็น ใครนั้น เป็น กระบวนการของการเลือกใช้และแสดงออกซึ่งจะทำให้รู้ว่าเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มอื่น อย่างไม่รู้โดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งเป็นสิ่งที่ประกอบกันทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึก ภายในตัวเราและกระบวนการ ของโลกภายนอกที่เราเกี่ยวข้อง เพราะมนุษย์เลือกใช้ความหมายหรือ เปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเองทั้ง ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและในส่วนของตัวตนที่ มั่นช้อยันทับกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และระดับอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) เช่น การที่สังคมกำหนด

บทบาทหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมให้กับเรา บทบาทความเป็นลูก ความเป็นเพื่อน หรือตำแหน่งในที่ทำงาน ระบบคุณค่าที่ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิด ทำให้เราเรียนรู้และเลือกที่จะนิยามตนเองให้เหมาะสมในสังคม และมีการเลื่อนไหลปรับเปลี่ยนไปตามบริบท เช่นเมื่ออยู่ในครอบครัวก็จะมีบทบาทเป็นลูก เป็นพี่น้อง บางครั้งบทบาทและตำแหน่งอาจซ้อนทับกัน เช่นเราเป็นนักศึกษาในขณะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนในชั้นเรียน เป็นต้น สัญลักษณ์ที่เราเลือกหยิบมาใช้ในการนิยามตนเองทั้งต่อสังคมและต่อตัวเองนั้น เกิดขึ้นได้โดยผ่านระบบการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น บุคคลเลือกแต่งกายเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกของสถาบัน หรือแต่ละสถานศึกษามีการเลือกใช้สี สัญลักษณ์หรือเครื่องแบบที่แตกต่างกันออกไป ก็เพื่อแสดงความเป็นตัวตนให้กับบุคคลรับรู้ แต่อย่างไรก็ตาม การที่เรามองตัวเราและพยายามเลือกนิยามความหมายเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของ แต่ละบุคคล กับสิ่งที่คนอื่นมองเห็นในตัวเราว่าอย่างไรนั้นมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์เกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ทั้งระหว่างบุคคลในสังคมและภายในตัวบุคคล เอง ในแต่ละบุคคลอาจมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย แต่จะมีการเลือกเอาเพียงอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งที่ตนยอมรับเพื่อนำมาใช้ ภายใต้เงื่อนไขของบริบทในช่วงเวลาและพื้นที่ และอัตลักษณ์นี้อาจถูกกำหนดได้ทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดตนเองหรือถูกกำหนด ตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลโดยสังคมก็ได้ การกำหนดอัตลักษณ์นี้เกิดขึ้นบนกระบวนการคิดเกี่ยวกับระบบของความแตกต่าง ระบบของความหลากหลาย และการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ที่จะสร้างขึ้นนั้นมีความเชื่อมโยงกับ สังคมอย่างไร

ดังนั้นอัตลักษณ์กับสังคมจึงเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออก เนื่องจากการนิยามความเป็นตัวตนของอัตลักษณ์นั้นต้องมีการอ้างอิงกับสังคม แม้จะเป็นในระดับตัวบุคคลก็ยังคงมีการนิยามตนเองว่ามีตำแหน่งแห่งที่หรือมีบทบาทอย่างไรในสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) กล่าวว่าอัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า "วงจรแห่งวัฒนธรรม" (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

3.3 ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร

คำว่า "อัตลักษณ์" หรือ Corporate identity (CI) หมายถึงการ แสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นพร้อม ๆ กับแสดงถึงความเป็น เอกลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก (De Neve, 1992, หน้า 3) หรือ อาจกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คือ หมายถึงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรมิได้ใช้เฉพาะองค์กรหรือบริษัทห้าง ร้านอีกต่อไป แต่มีการใช้ต่อเนื่องไปถึงตราสินค้า (Brand) ด้วย เนื่องจากองค์กรบางแห่งอาจให้ ความสำคัญกับตราสินค้ามากกว่าชื่อขององค์กร จึงเป็นที่มาของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับสินค้า (Brand Identity) ดังนั้นจึงพบว่ามีบางคนใช้คำว่า "Brand Identity" เช่นเดิมไปก่อน เนื่องจากเป็นคำที่ คนไทยมีความคุ้นเคยมากกว่า (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2546, หน้า 14)

3.4 เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวคือ ?

คำว่า "การท่องเที่ยว" เป็นคำที่เราคุ้นเคยกันมานานแล้ว แต่ ความหมายที่แท้จริงนั้นหมายถึงอะไร มีวัตถุประสงค์อะไร และมีที่ประเภที่นั้นเรานั้นยังไม่ทราบแน่ชัด ซึ่ง บทความนี้จะนำเสนอข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้ทราบว่า การท่องเที่ยวคืออะไร กันแน่

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว(Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือ เพื่อหาความรู้ (<http://th.wikipedia.org/>) ส่วนองค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ(World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจาก บ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไป เยือนสถานที่ต่างถิ่นจะทางบก ทางน้ำ ทางอากาศก็ได้ ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ และจะเดินทางไปเนกลุ่มหรือ คนเดียวก็ได้

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประการดังต่อไปนี้

1. การ ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหา ความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ

2. การ ท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจ เป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มี อยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสีย ค่าใช้จ่ายได้สูง

3. การ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัท และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัท และหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็น ต้น

4. การ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชม การแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่าง ๆ

5. การ ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special – Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถาน

ประเภทของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 5 ประเภทดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวน เกษตร วนเกษตรฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จ และเพลิดเพลิน ในแหล่ง เกษตรกรรมนั้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อม ของสถานที่แห่งนั้นเช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณี ต่างๆ ในร อบ ปี ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ทำให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ ศิลป์ มีความรู้ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความ รับผิดชอบต่อ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและสภาพ แวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่น

มีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว และเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และ แหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อน และการเรียนรู้ วิชาการรักษาสุขภาพ ภายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีย์ภาพมีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่นการเดินทางไปเยี่ยมเยียนลูกค้า หรือ ดูผลงาน และได้ไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆประมาณ 1-2วัน

5. การ เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริม พัฒนา อัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกของบริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ให้มีความทันสมัย เป็นที่ติดตามของผู้บริโภค เสริมสร้างความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร ที่ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด จากเจ้าตลาดรายอื่น ๆ มุ่งเน้นการเอาใจใส่ในการดูแลผู้บริโภค เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก ซึ่งนักวิจัยในที่นี่หมายถึงนิสิตภาควิชาศิลปะและการออกแบบ จากมหาวิทยาลัยนเรศวรโดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสารทั่วไปของการตลาดการท่องเที่ยว และสภาพทั่วไปของบริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มองค์กรการท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าตลาดเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และออกแบบโดยรวม

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวความคิดการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกของบริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด

ขั้นตอนที่ 4 สรุปประเมินผล อภิปราย นำเสนอผลงานโดยอ้างอิงข้อมูลจากข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้สืบค้นจากสื่ออื่น ๆ และวิเคราะห์แนวทางและการพัฒนาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึก บริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่บริการข้อมูลต่างๆ แล้วนำมาร่างเป็นกรอบแนวความคิดของการวิจัยในขั้นประเด็นที่นำมาร่าง ประกอบไปด้วย

1. สภาพทั่วไปของบริษัทเข้มทิศทราเวล จำกัด
2. ศึกษาขั้นตอนกระบวนการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวของบริษัทเข้มทิศทราเวล
3. ศึกษาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ที่มีอยู่เดิมและผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์สำหรับ

บริษัทท่องเที่ยว

1.2 ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดของการวิจัยในขั้นต้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องสำคัญดังกล่าว ไปสัมภาษณ์เจ้าของบริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด โดยกำหนดขอบเขตการศึกษา

ส่วนที่ 1 ขอบเขตด้านการศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด

ประวัติความเป็นมา

การตลาด รายได้กลุ่มเป้าหมาย

สินค้าโปรโมชันที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ขอบเขตด้านการออกแบบ

บริษัท เข้มทิศ ทราเวล ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จะได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 15 ชิ้น

ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดที่เกิดจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการศึกษาทางสื่ออื่น ๆ และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริโภค โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ ถึงความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

ตารางที่ 1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการและผู้บริโภค

วัตถุประสงค์	แนวคำถาม
1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ประวัติความเป็นมา การจัดทำหมาย แผนการตลาดของบริษัท เข้มทิศทราเวล จำกัด	แนวคำถามสำหรับเจ้าของกิจการ -ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของบริษัท -แผนการตลาดของบริษัท
2. เพื่อให้ได้แนวทางในการแบ่งชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของใช้ใน	แนวคำถามสำหรับเจ้าของกิจการผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค

<p>สำนักงานของบริษัทที่เป็นองค์กรธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การแบ่งประเภทของใช้ในสำนักงาน - ของที่ระลึกที่แจกในธุรกิจการท่องเที่ยว - ความต้องการของเจ้าของกิจการ และผู้บริโภค - ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กับการตลาด
---	--

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารเว็บไซต์ สัมภาษณ์แบบเปิดเผยตัว (Overcome) กับผู้ประกอบการ และลงพื้นที่เพื่อกำหนดแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และของใช้ในสำนักงาน กราฟิก ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์วิเคราะห์ เพื่อสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของใช้ในสำนักงานโดยมีเครื่องมือในการศึกษา และ แนวทางการใช้เกณฑ์วิเคราะห์ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observant) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observat) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลช่วงแรกเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านสภาพทั่วไปของ บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indept Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพื่อใช้ในงานวิจัย จากเอกสาร งานวิจัยและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแล้ว สร้างแนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านสภาพทั่วไปของผู้ผลิต กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย โดยสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และ ของใช้สำนักงานที่จำเป็นในบริษัทท่องเที่ยวกับเจ้าของบริษัท โดยเจ้าของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล

ตารางที่ 2 แนวทางการใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	แนวทางการใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์
กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะสินค้า บุคลิกของสินค้า โดยใช้ลักษณะและความหมายจากองค์ประกอบศิลป์ และฟังก์ชันการใช้งานโดยรวม
ผลิตภัณฑ์	หน้าที่ของผลิตภัณฑ์ และความต้องการในการใช้งานของการท่องเที่ยวเดินทาง และความจำเป็น โดยอ้างอิงจากหลักการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
กราฟิก	องค์ประกอบศิลป์ เส้น สี ที่เหมาะกับองค์กรการท่องเที่ยวที่

แสดงสื่อได้ชัดเจนถึงภาพลักษณ์และชื่อบริษัท เข็มทิศ ทราเวล

การออกแบบ

กระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์และของที่ระลึก บริษัท เข็มทิศทราเวลจำกัด จากการกำหนดในเบื้องต้น มาออกแบบกราฟฟิก และโครงสร้าง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและแนวทางการออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผนงาน เพื่อเป็นขั้นตอนเพื่อศึกษาและรวบรวมผลการวิเคราะห์ต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้จาก การวางแผนเป้าหมายการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค

2.

โดยมีเครื่องมือและวิธีในการศึกษาดังนี้

1. อุปกรณ์วาดเขียน โดยการสเก็ตแบบของกราฟฟิกและผลิตภัณฑ์เบื้องต้น

2. คอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการสร้างผลงานเพื่อให้เห็นภาพของกราฟฟิก สี สัน ให้สมจริงยิ่งขึ้น เพื่อประเมินภาพรวมของกราฟฟิกและผลิตภัณฑ์

สรุป ประเมินผล และอภิปรายผลแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึก บริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัดด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ตามประเด็นที่ศึกษา และนำเสนอผลงานวิจัยออกมาเป็นข้อสรุป

2. ประวัติบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด

บริษัท เข็มทิศ ทราเวล เป็นองค์กรเอกชนด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2550 โดย คุณ นงนุช จัวยดนตรี และ คุณ Edwin van de Warf ตั้งอยู่ที่ 115/1129 หมู่ 8 ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี "สำหรับท่านที่มีความประสงค์เดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและแสวงหาความสุขในรูปแบบของการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อประสบการณ์ใหม่ ความสนุกสนานความประทับใจในสถานที่ที่ท่านเลือกที่จะให้รางวัลกับตัวท่าน และครอบครัว คนที่รัก คนรู้ใจพร้อมให้บริการและให้การดูแลอย่างดีที่สุดด้วยความเอาใจใส่ดูแลคนในครอบครัวเดียวกัน" " Take you good care as our family"

3. สภาพโดยทั่วไป

3.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไป 115/1129 หมู่ 8 ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 ย่านชุมชน กลางเมืองนนทบุรี โดยเป็น บริษัท ขนาดเล็ก (Home Office)

3.2 การคมนาคม

เส้นทางคมนาคมสะดวก มีขนส่งสาธารณะ อยู่ติดถนนติวานนท์ และ ถนนรัตนาธิเบศร์

3.4 สถานที่สำคัญ

โรงพยาบาลทรวงอก กรมชลประทาน เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี

3.5 ข้อมูลบริษัทโดยทั่วไป

เป็นบริษัทขนาดเล็ก แต่กำลังจะขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ และต้องการหากลุ่มลูกค้าเพิ่มเติม โดยมีเจ้าของบริษัท เป็นหุ้นส่วนกัน 2 คน บริษัทเป็น Home Office แยกสัดส่วน ชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย ชั้นล่างเป็นออฟฟิศ สำหรับทำงาน

4. ความรู้สึกและทัศนคติในการทำงาน

"สำหรับท่านที่มีความประสงค์เดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนและแสวงหาความสุขในรูปแบบของการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อประสบการณ์ใหม่ ความสนุกสนานความประทับใจในสถานที่ที่ท่านเลือกที่จะให้รางวัลกับตัวท่านและครอบครัว คนที่รัก คนรู้ใจพร้อมให้บริการและให้การดูแลอย่างดีที่สุดด้วยความเอาใจใส่ดูแลคนในครอบครัวเดียวกัน" เมื่อผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ช่วยให้ผู้บริโภคต้องการซื้อ ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และหากภาพลักษณ์ของตัวองค์กรดีด้วยอีกส่วนหนึ่งย่อมก่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ ทำให้อยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืนและส่วนครองตลาด (Market Share) เติบโตรวดเร็ว

5. การจัดการด้านการตลาด

3.1 ข้อมูลบริษัทคู่แข่ง บริษัทคู่แข่งคือบริษัทที่เป็นองค์กรการท่องเที่ยว ทั่ว ๆ ไปแต่ส่วนใหญ่ก็นั้นก็เป็นรูปแบบเดียวกัน โดยมีกิจกรรมทางการตลาดที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน

3.2 การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design Brief)

จุดแข็งของบริษัท Strength(Product SWOT strength, weakness, opportunity, threat) บริษัทเข็มทิศทราเวล จำกัด มีเจ้าของกิจการคือคุณ นงนุช จุ้ยดนตรี ซึ่งมีประวัติในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวมายาวนานกว่ายี่สิบปี ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่รู้จักและได้รับความไว้วางใจจากองค์กรบริษัทอื่น และรู้จักเส้นทางและข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

จุดอ่อน Weakness เนื่องจากบริษัทเพิ่งเปิดธุรกิจได้ไม่นาน และยังไม่มีความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ชัดเจนในเรื่องกราฟฟิก โลโก้ ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคบางรายอาจจะยังไม่มีความเชื่อถือต่อองค์กรมากนัก และไม่เป็นที่น่าจดจำสำหรับกลุ่มผู้บริโภค

โอกาส Opportunity ถึงการท่องเที่ยวจะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการดำรงชีวิต แต่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ผู้คนสนใจ และ ต้องการ

อุปสรรค Threat บริษัทเป็น home office ที่ยังไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือและยังไม่มีสินค้าของที่ระลึกในการเดินทางที่เป็นของบริษัท

ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการพัฒนา ออกแบบ (Background & Objective)

เพื่อออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกบริษัทเข็มทิทราเวล จำกัด เพื่อส่งเสริมการขายตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยว เพิ่มความน่าสนใจ และน่าจดจำ

กลุ่มเป้าหมาย (Target group)

ลักษณะทางกายภาพที่สามารถวัดได้ (Demographic)

- กลุ่มผู้ที่ต้องเดินทางไปสัมมนา และกลุ่มครอบครัว
- รายได้ 30,000 บาท/เดือนขึ้นไปหรือรายได้ต่อครอบครัว 60,000 บาท/เดือน
- ผู้ที่ชอบการท่องเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกสบาย

สโลแกน (Slogan)

"Take You Good Care As Our Family" ดูแลคุณประดุจคนในครอบครัว

แนวคิดในการออกแบบ (Concept)

Comfort trip and shine การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่แสดงให้เห็นความโดดเด่นสดใส สบายตา และความสะดวกสบาย การใส่ใจในการเดินทางดูคนในครอบครัว

ตารางที่ 3 ตารางแสดงอารมณ์ความรู้สึก และบุคลิกของงาน (Mood & Tone / Personality)

Concept	Comfort & shine
Design Element	Comfort / Shine
Mood & Tone	Detail / Material Graphic

ขอบเขตของการออกแบบ (Scope)

1. ของใช้ในสำนักงาน

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| - กระดาษเขียนจดหมาย ของจดหมาย | 2 โครงสร้าง 2 กราฟิก |
| - แฟ้มเอกสาร | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - ซีดี | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - นามบัตร | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - ดินสอ | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - สมุดโน้ต | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - แพลทไคร์ฟ | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - วอลเปเปอร์หน้าจอคอมพิวเตอร์ | 1 กราฟิก |
| - ที่วางดินสอพร้อมเมมโมรี่ | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |

2. ของที่ระลึกที่แจกในการเดินทาง

- กระเป๋าเป้	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- กระเป๋าเดินทางล้อลาก	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- กระเป๋าใส่พาสปอร์ต	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- เสื้อเชิ้ต	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- กระเป๋าถือบั้ง	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
รวม	14 โครงสร้าง 15 กราฟิก

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนา (Desire Respond)

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร บริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีในทางที่ดีขึ้นด้วยงานออกแบบ
2. ได้แนวทางการออกแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับองค์กร
3. ได้อัตลักษณ์และของที่ระลึกสำหรับองค์กร บริษัท เข้มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

Diagram

Problem

เนื่องจากบริษัทยังไม่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและแสดงให้เห็นถึงความเป็นองค์กรการท่องเที่ยว และยังไม่มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับแจกในการเดินทาง

Design Concept

Comfort trip and shine การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่แสดงให้เห็นความโดดเด่น สดใส สบายตา และความสะอาดสวยงาม การใส่ใจในการเดินทางดูคนในครอบครัว

Support Concept

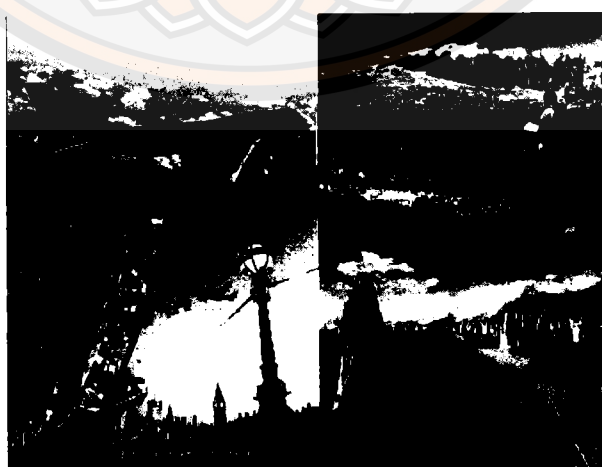
ถึงการท่องเที่ยวจะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการดำรงชีวิต แต่ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ก็มีเพิ่มขึ้น ๆ การเดินทางนั้นผู้เดินทางย่อมต้องการความปลอดภัย ความสบายใจ
 อบอุ่นจากบริการการท่องเที่ยว

Target Group



ภาพที่ 2 แสดงกลุ่มเป้าหมาย

Mood Tone



ภาพที่ 3 แสดง Mood & Tone

ผลการออกแบบ

ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

แบบโลโก้ (Logo)



Khemtit Travel Co.,Ltd

บริษัท เข้มทิส ทราเวล จำกัด

119/1125 Bangkraso Muang Nonthaburi 11000

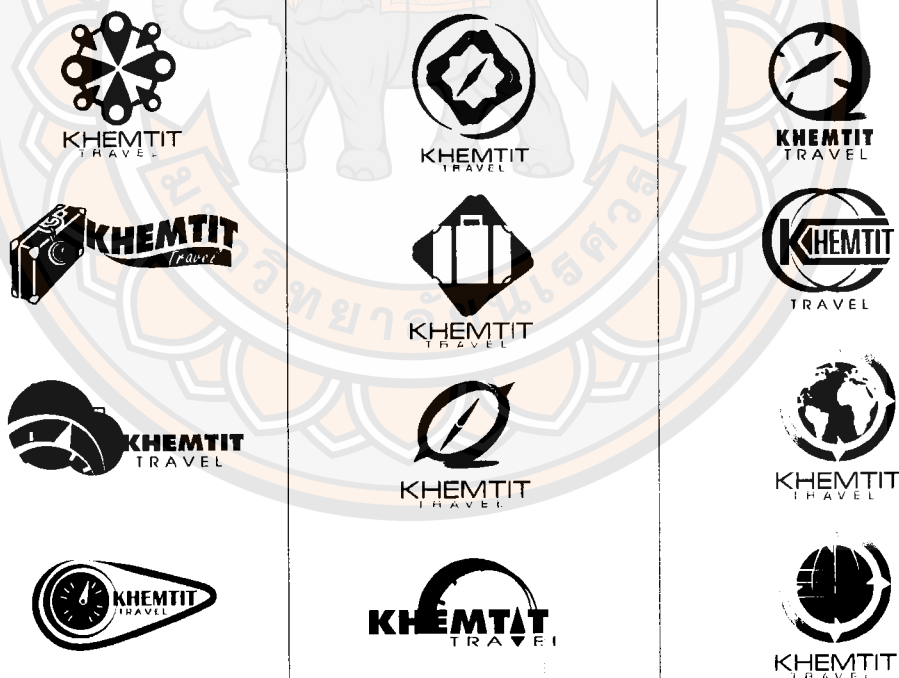
Office: + 66 (0)2 - 525 5044 Mob: + 66 (0) 81 - 6302 938

Fax: 666 (0) 2 - 525 5211

Email : nancy@khemtittravel.com /TAT License No.11/05659

ภาพที่ 4 แสดงโลโก้เดิมของบริษัท

COLOR & TYPE



ภาพที่ 5 แสดงแบบสเกตเริ่มต้นหลายแบบโดยอิงคอนเซ็ป

INSPIRATION LOGO



ภาพที่ 6 แสดงโลโก้ที่เลือกใช้พร้อมแนวคิดในการออกแบบโลโก้

TYPEFACE & LOGO



ภาพที่ 7 แสดงโลโก้เมื่อนำไปวางบนวัสดุพื้นสีต่างๆ และภาพขาวดำเพื่อใช้ในตราประทับ

COLOR & TYPE



C/61 M/53 Y/52 K/24

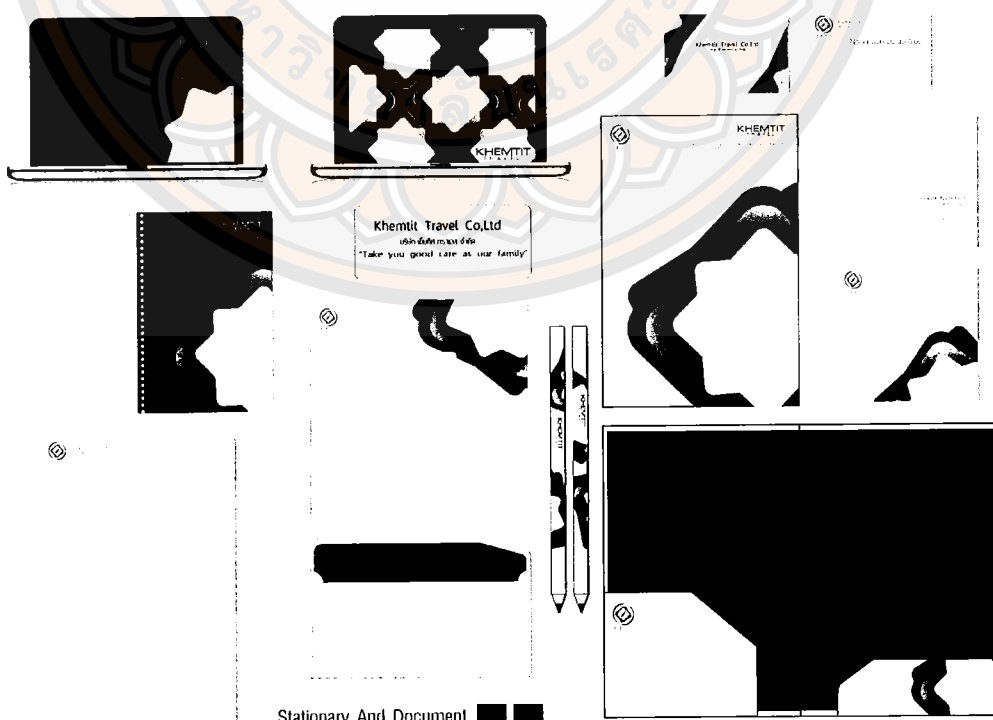
C/72 M/10 Y/7 K/0

KHEMITIT TRAVEL

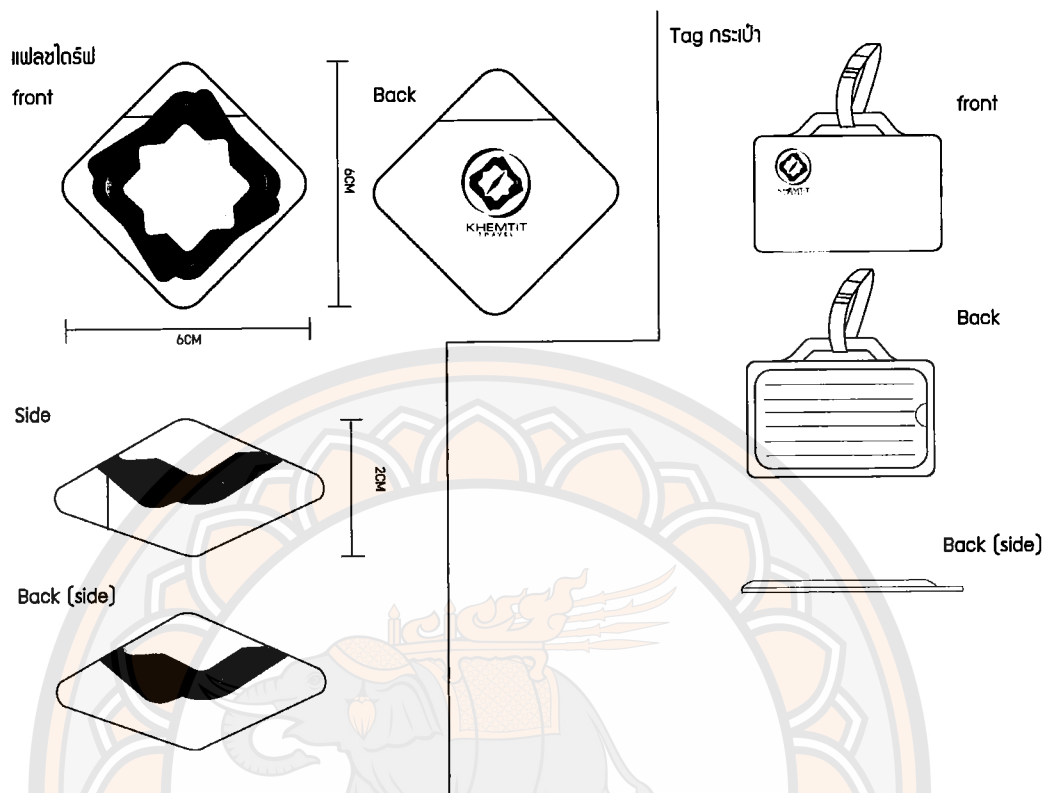
Psl Display Regular ก ข ค ง จ ฉ ช ฌ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ กร น บ ป ฟ พ ฝ ภ ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ ๑๒๓๔๕๖๗๘๙๐	Leelawadee abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRS TUVWXYZ 1234567890
---	--

ภาพที่ 8 แสดงถึงสี และ ตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ครั้งนี้

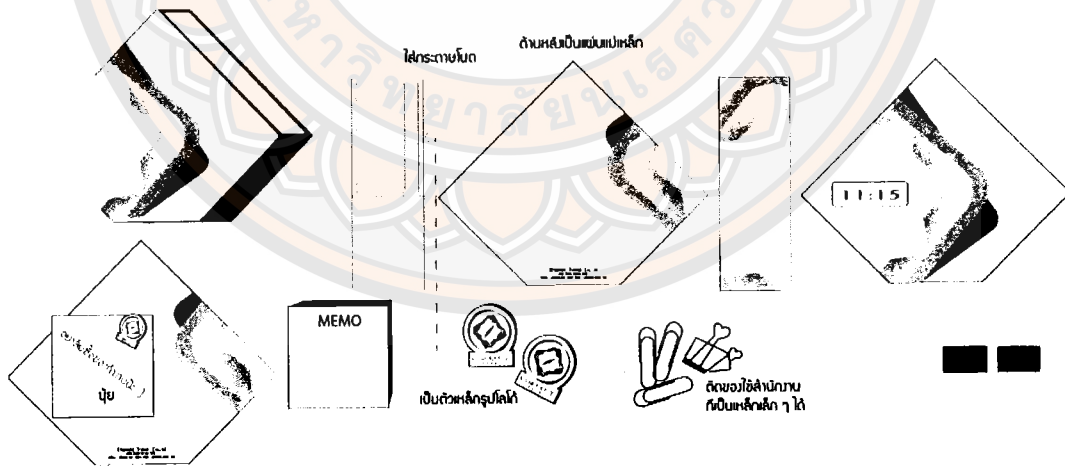
ผลิตภัณฑ์ของใช้ในสำนักงาน Stationary



ภาพที่ที่ 9 แสดงของใช้ในสำนักงานต่าง ๆ (Stationary)

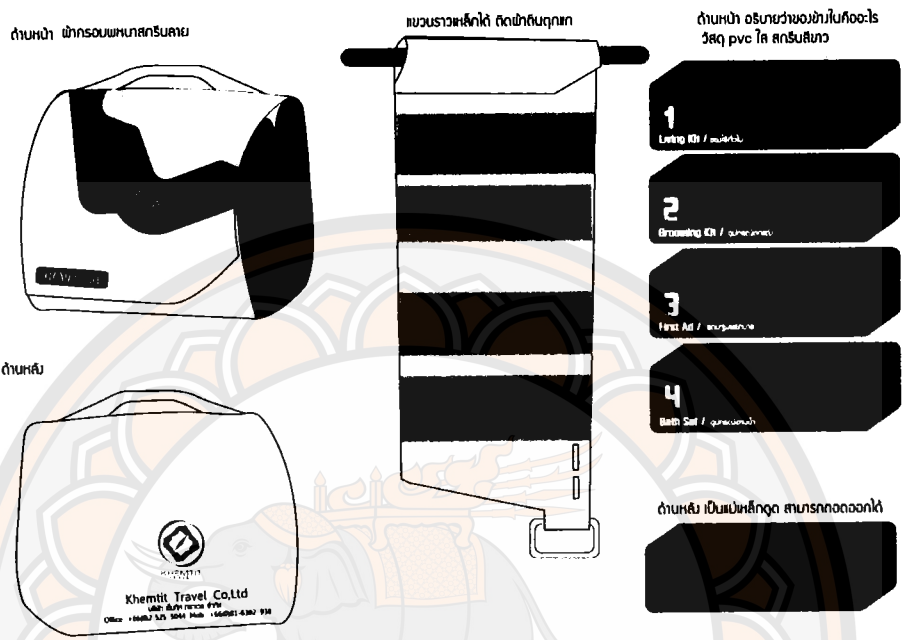


ภาพที่ 10 แสดงของใช้ในสำนักงานแฟลชไดร์ฟ กับ tag กระเป๋า



ภาพที่ 11 แสดงของใช้ในสำนักงาน ที่วางดินสอกับกระดาษเมมโมรี่

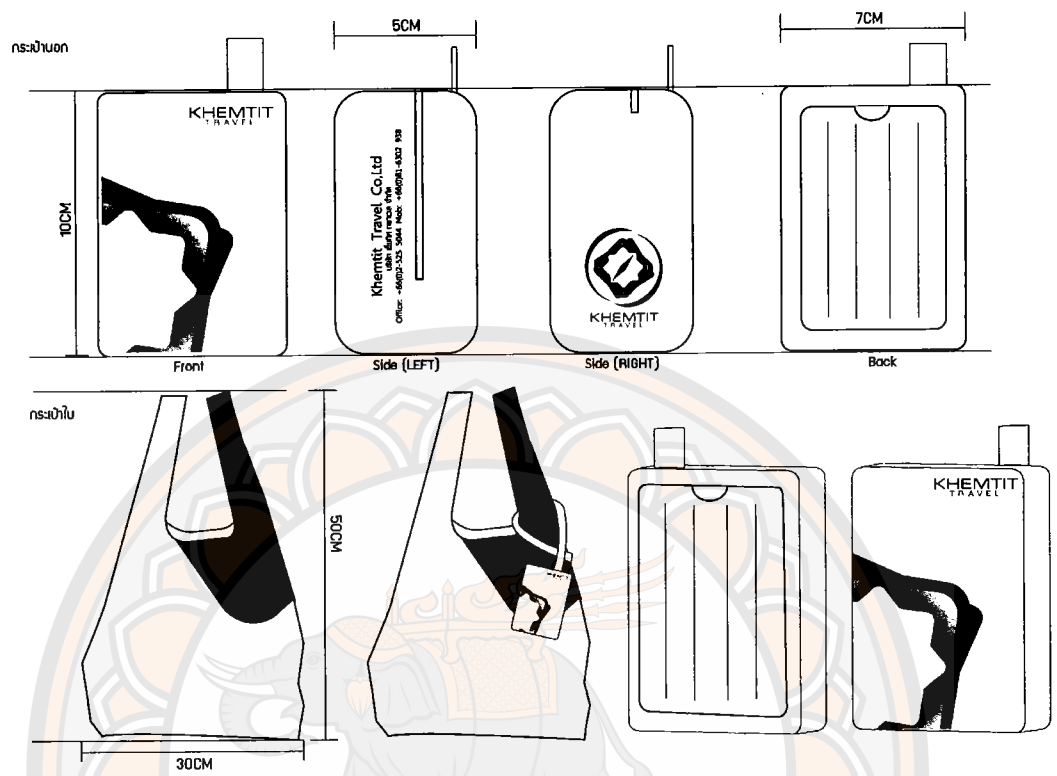
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่แจกในการเดินทาง



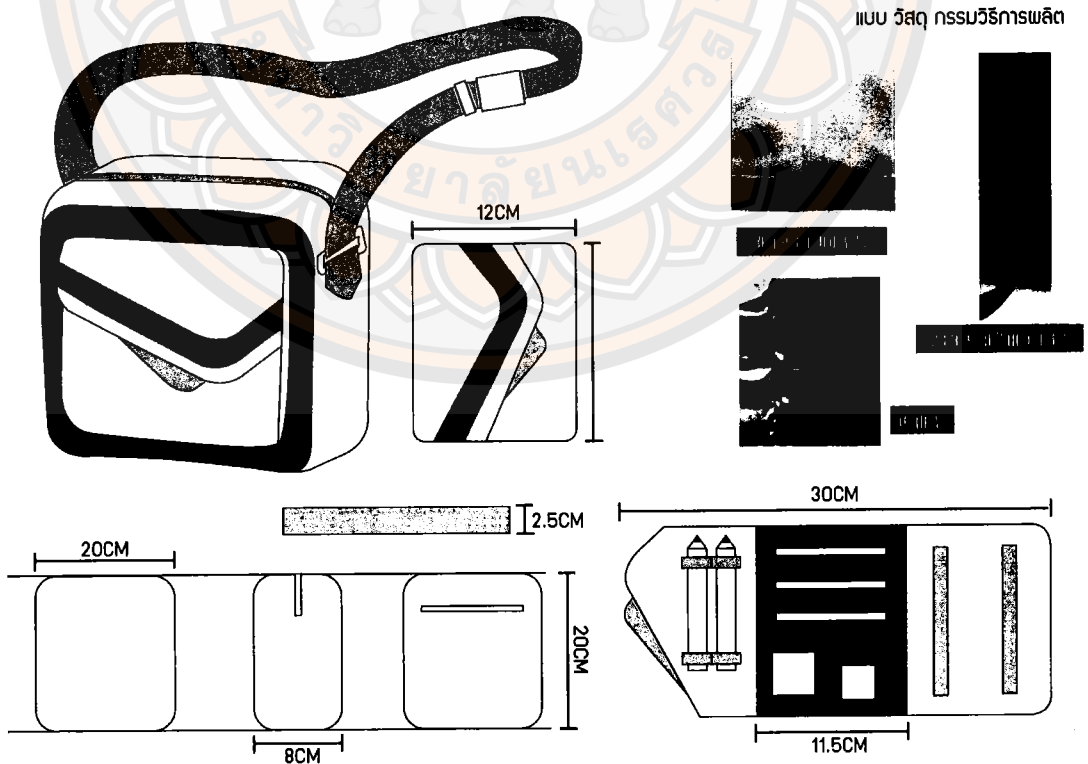
ภาพที่ 12 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Travel Kit



ภาพที่ 13 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต

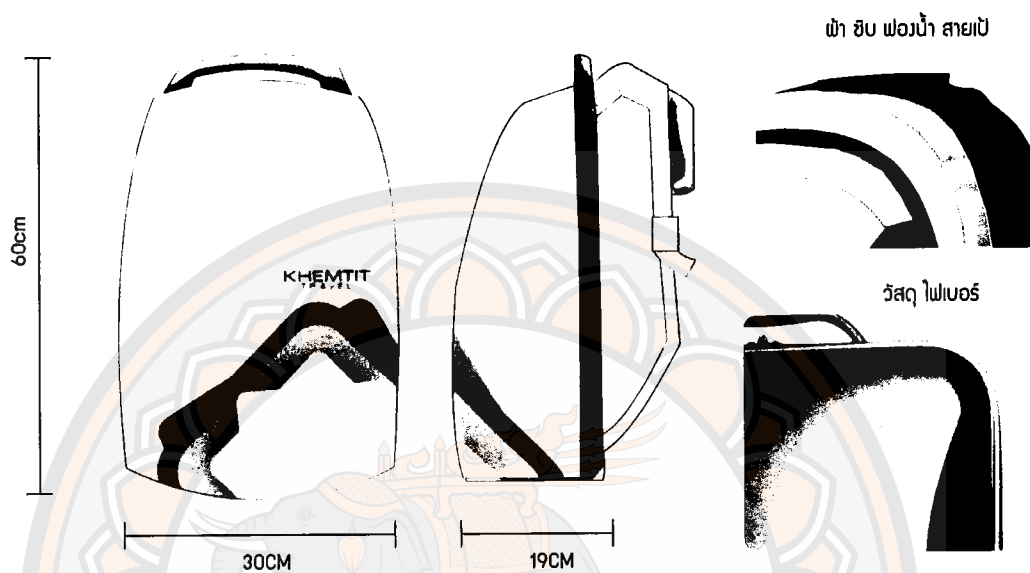


ภาพที่ 14 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าช้อปปิ้ง shopping bag

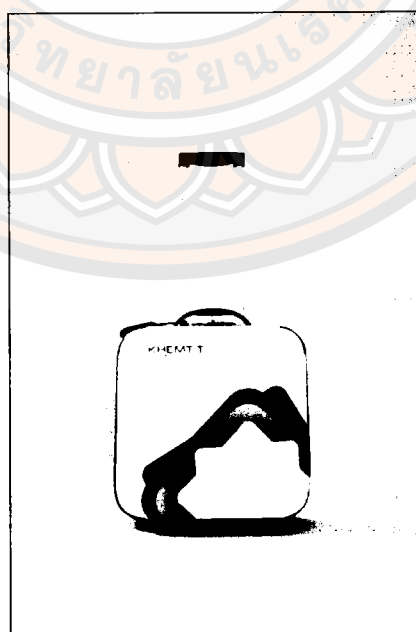


แบบ วิสตุ กทมวิธิการผลิต

ภาพที่ 15 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าใส่พาสปอร์ต



ภาพที่ 16 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าเป้สำหรับเดินทาง



ภาพที่ 17 แสดงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกระเป๋าใส่ของสำหรับเดินทาง

ผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น

ในส่วนนี้จะเป็นการนำผลงานร่างแบบมาทำในรูปของโมเดลจริง และการออกแบบบู๊ทแสดงผลงานการจัดนิทรรศการ



ภาพที่ 18 แสดงภาพรวมการออกแบบผลงานและจัดนิทรรศการแสดงผลงาน

บทที่ 5

บทย่อ สรุปอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึกบริษัท เข็มทิศ ทราเวล
สรุปผลได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ

1. การออกแบบแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนโครงสร้างและกราฟฟิก โครงสร้างนั้นควรคำนึงถึงการใช้งาน ฟังก์ชัน และส่วนกราฟฟิกควรคำนึงถึงความสวยงาม เนื่องจากเป็นของที่ระลึกที่แจก เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคนำไปใช้ได้อีก เป็นการโฆษณาอีกทางหนึ่งก็ได้ ดังนั้น การจัดกราฟฟิกบนผลิตภัณฑ์ไม่ควรยึดเยียดความเป็นองค์กรมากเกินไปด้วยโลโก้และตัวหนังสือใหญ่ ๆ ควรทำกราฟฟิกและโครงสร้าง และวัสดุ ให้พบเห็นแล้วรู้ว่า เป็นอัตลักษณ์ของบริษัทเรา

2. การออกแบบอัตลักษณ์ควรมีข้อมูลบริษัท ที่อยู่ติดต่อ และโลโก้ในทุก ๆ ผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการโฆษณาทางอ้อม และง่ายต่อการติดต่อของลูกค้า

3. วัสดุควรสอดคล้องกับฟังก์ชันการใช้งาน เช่น ใช้งานในห้องน้ำวัสดุควรกันน้ำได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบล บางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ควรนำการศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัท เข็มทิศ ทราเวล จำกัด ตำบล บางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มาใช้ประโยชน์ในเรื่องแนวทางการออกแบบให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อที่จะได้งานออกแบบที่สมบูรณ์และมีความเหมาะสมที่สุดต่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและของที่ระลึก

3.2 ควรใส่ใจในความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง และช่วยเพิ่มการจดจำ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัวสินค้า และในการเอกลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันวัตถุประสงค์ทางจิตวิทยาที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจทำให้การออกแบบนั้นๆ สามารถตอบรับปัญหาทั้งกลุ่มเป้าหมายและผู้ประกอบการและเมื่อสามารถตอบรับได้ทั้งสองฝ่ายจึงจะเรียกได้ว่าเป็นงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

3.3 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร แบบเต็มรูปแบบนั้น ไม่ใช่การออกแบบเชิงกราฟฟิก และผลิตภัณฑ์ อย่างเดียว ยังต้องส่งเสริมด้านการบริการ และการตลาด การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและเป็นการกระจายข่าวสาร และออกสู่ภายนอก เพราะธุรกิจด้านการบริการ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการบริการซึ่งจะสามารถวัดประมวผลได้หลังจากที่กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการแล้ว และรูปลักษณ์องค์กร ควร มีความชัดเจน ด้านการจัดการของผู้ประกอบการด้วย

3.4 การตัดสินใจในการออกแบบควรใช้เหตุผลและข้อมูลเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจมากกว่าความรู้สึกส่วนตัว

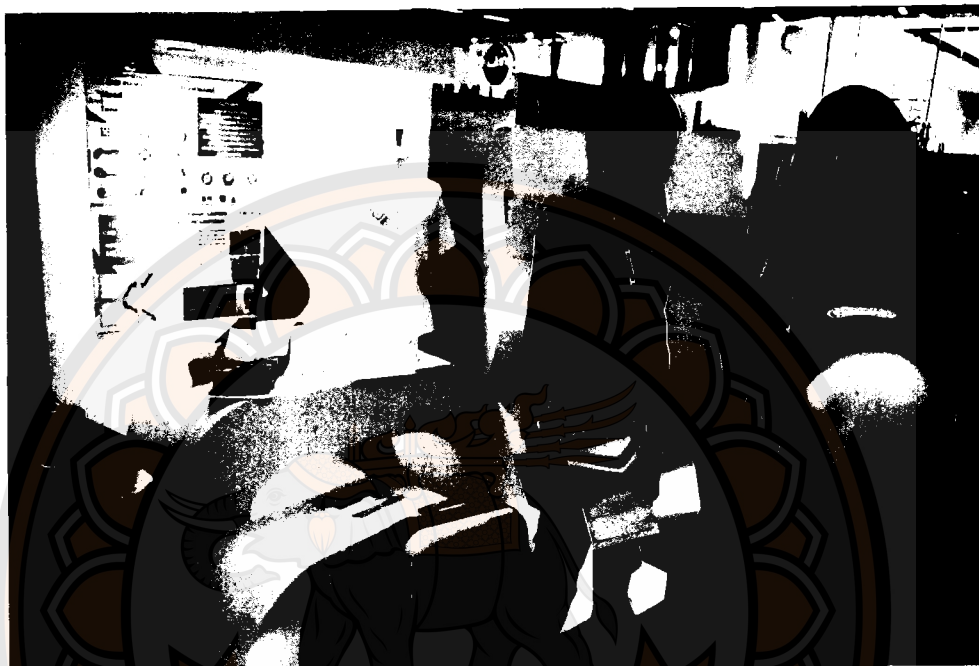
3.5 รู้จักวางแผน ให้เวลาในส่วนที่สำคัญ โดยการเรียงลำดับงาน บางครั้ง งานเกิดความผิดพลาดจากการติดต่อผู้ผลิต จึงควรให้เวลาในส่วนของการผลิตมากขึ้น

บทสรุปของการศึกษาวิจัย ถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ มิใช่เพียงวิสัยทัศน์ด้านการศึกษา ยังช่วยเปิดโลกทัศน์โดยอาศัยพื้นฐานในความเป็นจริง การศึกษาค้นคว้า อย่างลึกซึ้ง และคำชี้แนะจากผู้ที่มีประสบการณ์ตลอดทั้งอาจารย์ เพื่อนำข้อมูล มาบูรณาการวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้วิจัย

บรรณานุกรม

- มาโนช กงกะนันท์ ศิลปะการออกแบบ.พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2538 (พิมพ์ครั้งที่ 1)
- วิรุณ ตั้งเจริญ ออกแบบกราฟฟิค 2545 GRAPHIC DESIGN
- อารี สุทธิพันธ์ (2527) ผลึกความคิดศิลปะ
- พาศนา ตันทลัษณ์ (2526) หลักการออกแบบ พิทักษ์อักษร
- ชิน อยู่ดี (2510) สมัยก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทย กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร
- วุฒิ วัฒนสิน (2539) ประวัติศาสตร์ศิลปะ
- ชอุต นิมเสมอ (2531) องค์ประกอบของศิลปะ: Composition of Art
- ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง
- นิตยา เพ็ญศิริินภา, และสุรชาติ ณ หนองคาย. (2553)
- Urwick. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์(2548)
- Katz & Kahn. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548)
- (<http://www.arip.co.th/blog.php?blogger=wanda&id=70> 2007-03-30 08:21:10)
- Brands' Tip : Thai Brand Marketing..ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กันยายน (2550)
- ที่มา <http://nilawan.wordpress.com/>
- (<http://www.arip.co.th/blog.php?blogger=wanda&id=70> 2007-03-30 08:21:10)
- ([http://www.nsrุ.ac.th/e-learning/material/Lesson1_1.php](http://www.nsrु.ac.th/e-learning/material/Lesson1_1.php) : Barnard.1970. อ้างถึงใน
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (2553)
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2553)
- Urwick. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ (2548)
- Katz & Kahn. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. (2548)
- สืบค้นข้อมูลวันที่ 1 กุมภาพันธ์ (2555)

ภาคผนวก





LAST SHOOT

ART THESIS EXHIBITION

PRODUCT AND PACKAGING
INNOVATIVE MEDIA DESIGN

Department of Art and Design
Faculty of Architecture
Naresuan University

8-13
MARCH
2012
1st floor
Central Plaza
Phitsanulok

ขอเชิญร่วมนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมและการศึกษาอิสระ ของนิสิตชั้นปีที่ 4
สาขาออกแบบสื่อทัศนศิลป์ และสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
8-13 มีนาคม 2555 ชั้น 1 เซ็นทรัลพลาซ่าพิษณุโลก

