



# อภิธาน์นทาการ

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
สำนักหอสมุด



สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
วันลงทะเบียน... 23 ต.ย. 2554...  
เลขทะเบียน... 1552426X...  
เลขเรียกหนังสือ... ป... HD...

๕๑.๒  
ม 872๗  
2554.

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาออกแบบสื่อวัฒนธรรม  
มีนาคม 2554  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

CORPORATE IDENTITY DESIGN. FACULTY OF ART AND DESIGN  
NARESUAN UNIVERSITY



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirement for the Art and Design Degree  
Innovative Media Design  
March 2011  
Copyright 2011 by Naresuan University

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบได้พิจารณาการศึกษา  
ค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัย  
นเรศวร” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตร  
สาขาวิชาออกแบบสื่อวัฒนธรรม ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

มีนาคม 2554

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะการออกแบบ

หัวข้อภาคนิพนธ์	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร	
ผู้วิจัย	นายแมนฤทธิ์ เต็งยะ	
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์	
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (การออกแบบสื่อนวัตกรรม) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554

### บทคัดย่อ

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบโดยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของตัวองค์กร ที่เป็นที่น่าจดจำ มีความเป็นตัวตน แสดงถึงวิสัยทัศน์ของตัวองค์กรเองให้มากที่สุด โดยผ่านการออกแบบที่มีแนวคิด สอดคล้องและรองรับ ตัวองค์กรเองนำความสำคัญในพื้นที่นี้มาใช้ในการออกแบบ

การดำเนินงานมีการศึกษาข้อมูลทางเอกสารจากแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำเสนอและรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสรุปผลที่ชัดเจนและวิเคราะห์ผลที่ได้ว่าเป็นไปตามจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ผลการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ผลออกมาโดยที่ตัวตราสัญลักษณ์ จะเป็นลักษณะของไก่เหลืองหางขาว ยืนอยู่บนโล่ มีตัวอักษร ด้านใน adnu 2011 เป็นตัวย่อชื่อคณะ และปีที่ก่อตั้ง ด้านล่างเป็นชื่อคณะและชื่อมหาลัย โดยไก่เหลืองหางขาว เป็นสัตว์นำโชค เป็นตัวแทนทางด้านศิลปะวิทยา เพราะนับว่าเป็นไก่ที่มีองค์ประกอบศิลปะสวยงามมากที่สุดในบรรดาทุกสายพันธุ์ และ มีความสำคัญเกี่ยวกับตัว จังหวัด มหาชัย เป็นตัวแทนทางด้านความรู้ ความเก่งกาจสามารถ แสดงถึงความเป็นตัวตนขององค์กร อย่างเต็มที่ สีที่ใช้เป็นสี เหลืองทอง และ น้ำตาล โดยสีเหลืองมาจากไก่เหลืองหางขาว แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของคณะ สีน้ำตาลแสดงถึงความแข็งแรง ประสพการณ์ และ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาการออกแบบไทย อีกทั้งยังมีในส่วนของ หัวจดหมาย ไปสเตอร์ นิตยสาร แผ่นพับ ของส่งเสริมการขาย ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกัน ดูทันสมัยแสดงถึงความเป็นศิลปะและการออกแบบ ตามวิสัยทัศน์ของคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ในหัวข้อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากท่านอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สูดสังข์ อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ รวมถึงคณาจารย์ในสาขาศิลปะและการออกแบบที่ไม่ได้เอ่ยนาม ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ชี้แนะ และนิเทศภาคศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการทำผลงานวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

แมนฤทธิ เต็งยะ



## สารบัญ

บทที่		หน้า
	บทคัดย่อ.....	๗
	กิตติกรรมประกาศ.....	๘
	สารบัญภาพ.....	๙
<b>1</b>	<b>บทนำ.....</b>	<b>1</b>
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	2
	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
	1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
	1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
	1.5 คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
	1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
<b>2</b>	<b>เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
	2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	6
	2.2 ความหมายของการออกแบบ.....	11
	2.3 ส่วนประกอบของงานออกแบบ.....	12
	2.4 การจัดองค์ประกอบในงานออกแบบ.....	13
	2.5 การออกแบบตราสัญลักษณ์.....	14
	2.6 สื่อสิ่งพิมพ์.....	17
	2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
<b>3</b>	<b>วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>28</b>
	3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
	3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
	3.4 วิธีการพัฒนาสื่อ.....	31
	3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	31
	3.6 วิธีการนำเสนอ.....	32

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	33
4.1 แนวความคิดในการออกแบบ.....	33
4.2 ขั้นตอนแบบร่าง.....	42
4.3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์.....	43
4.4 ผลงานที่สร้างสรรค์.....	50
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
5.1 สรุปผลการออกแบบ.....	54
5.2 ปัญหาในการออกแบบ.....	54
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	55
บรรณานุกรม.....	56
ภาคผนวก.....	58
ประวัติผู้วิจัย.....	69

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ.....	17
2.2 หนังสือ.....	18
2.3 หนังสือพิมพ์.....	19
2.4 นิตยสาร.....	19
2.5 จุลสาร.....	20
2.6 โบรชัวร์.....	20
2.7 ใบปลิว.....	21
2.8 แผ่นพับ.....	21
2.9 ใบปิด.....	22
2.10 สิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์.....	22
2.11 สิ่งพิมพ์มีค่า.....	23
2.12 สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ.....	23
2.13 สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์.....	24
4.1 mood&tone (Décor).....	37
4.2 mood&tone (Earthtone).....	38
4.3 mood&tone (Graytone).....	39
4.4 mood&tone (Progressive).....	40
4.5 ไก่ชนเหลืองหางขาว.....	41
4.6 โลโบราณ.....	41
4.7 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch) ตราสัญลักษณ์.....	42
4.8 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (1).....	43

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.9 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (2).....	44
4.10 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (3).....	45
4.11 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (4).....	46
4.12 สีที่ใช้ในตราสัญลักษณ์.....	47
4.13 ตราสัญลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร.....	48
4.14 อธิบายความหมายของ ไก่เหลืองหางขาว.....	48
4.15 อธิบายความหมายของ โลโบราณ.....	49
4.16 อธิบายความหมายของ ตัวอักษรย่อในตราสัญลักษณ์.....	49
4.17 ภาพการจัดแสดงผลงาน (1).....	50
4.18 ภาพการจัดแสดงผลงาน (2).....	51
4.19 ภาพการจัดแสดงผลงาน (3).....	51
4.20 ภาพการจัดแสดงผลงาน (4).....	52
4.21 ภาพการจัดแสดงผลงาน (5).....	52
4.22 ภาพการจัดแสดงผลงาน (6).....	53
4.23 ภาพการจัดแสดงผลงาน (7).....	53

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ความเป็นตัวตน หรืออะไรที่แสดงถึงตัวตนได้เด่นชัด ก็จะทำให้โดดเด่น สามารถเป็นที่จดจำได้ง่าย ในโลกที่มีความหลากหลาย การที่จะทำให้ตัวตนของเราโดดเด่น เป็นที่จดจำได้นั้นก็คือการพัฒนา อัตลักษณ์ คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัด กับ คำว่า ลักษณะ อัด มาจากคำว่า อุตต แปลว่า ตน ตัวเอง อัตลักษณ์ จึงแปลว่า ลักษณะของตนเอง ลักษณะของตัวเอง เป็นศัพท์ที่คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติให้ตรงกับ คำภาษาอังกฤษว่า character เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งรวมสติปัญญาคุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่แสดงออกเป็นลักษณะนิสัยของบุคคล แต่ในปัจจุบัน มีการนำคำว่าอัตลักษณ์ไปใช้แทนคำว่า ตน ตัว หรือใช้ อัตลักษณ์เพื่อแทนคำว่า เอกลักษณ์ คำทั้งสองคำนี้อาจจะดูมีความหมายใกล้เคียงกันมาก แต่มีลักษณะเน้นต่างกัน โดยที่อัตลักษณ์นั้น เน้นลักษณะทั้งหมดของบุคคลโดยไม่ได้เปรียบเทียบกับใครส่วนเอกลักษณ์เน้นลักษณะที่เป็นหนึ่งลักษณะที่โดดเด่นซึ่งเป็นส่วนที่แยก บุคคลนั้น ออกจากบุคคลอื่นอันมีแนวโน้มในเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างกับประเด็นบางประการ ทางสังคมอยู่มาก เอกลักษณ์ (อ่านว่าเอก-กะ-ลัก) หมายถึงลักษณะเฉพาะตัว ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกันหรือลักษณะที่แสดงความเป็นอย่างเดียวกันของคนในสังคมหนึ่งๆซึ่งแตกต่าง จากลักษณะร่วมของคนในสังคมอื่น ซึ่งแต่ละคนก็มีเอกลักษณ์ของตนเองที่อาจจะไม่เหมือนคนอื่น ด้วยการใช้คำว่า เอกลักษณ์ จึงต้องเข้าใจว่าจะใช้ในระดับใดเอกลักษณ์ของใคร คำว่าเอกลักษณ์ บัญญัติให้ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า identity เช่น คณะอนุกรรมการเสริมสร้าง เอกลักษณ์ของชาติ สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี คณะกรรมการชุดนี้ มองหา ลักษณะเฉพาะ ของชาติไทยในด้านความเป็นชาติ ประชากร อธิปไตยของชาติ การปกครอง ศาสนา พระมหากษัตริย์ วัฒนธรรม และเกียรติภูมิของชาติ แล้วนำมาเผยแพร่เพื่อส่งเสริมให้เห็นคุณค่าและร่วมมือกันอนุรักษ์ไว้ อัตลักษณ์องค์กร ภาษาอังกฤษใช้คำว่า corporate identity หมายถึง การที่จะสร้างเอกลักษณ์ สร้างความเป็นตัวตน ให้เป็นที่จดจำของตัวองค์กร โดยผ่านกระบวนการเชื่อมโยงกับงานออกแบบ graphic การออกแบบอัตลักษณ์ไม่เพียงแค่ว่า เพียง logo แต่ตัวเดียวแล้วเสร็จ มันยังเกี่ยวข้องกับ สี กับ ความหมาย ที่จะเชื่อมโยงกับ องค์กร นั้นๆ เพื่อสร้างความแข็งแรง น่าเชื่อถือ องค์กรที่มี อัตลักษณ์ ที่ดี ย่อมส่งผลดีให้กับองค์กร นั้นๆ ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เสริมสร้างความเป็นองค์กร นั้นๆ ให้แน่นเข้าไปอีก ยิ่งในโลกสมัยนี้ที่มีการแข่งขันมากมายขนาดนี้แล้ว นับว่ามีความจำเป็น และควรที่จะพัฒนาองค์กรของตนเองเป็นอย่างยิ่ง

ในปี พ.ศ.2542 สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (เดิม) ได้เปิดทำการ เรียนการสอนในหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ขึ้น และได้ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงมาจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มรับนิสิตใหม่ในช่วงปีแรก จำนวน 20 คน ปีการศึกษา 2544 ได้เพิ่มเป็น 40 คน และปัจจุบัน รับนิสิตประมาณ 50 คน ต่อมาในปี 2545 สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้เปลี่ยนชื่อในสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ ภาควิชามนุษยศาสตร์ บัณฑิตรุ่นแรกของสาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำเร็จการศึกษาปี 2546 ทั้งสิ้น 13 คน, บัณฑิตรุ่นที่ 2 (2547) จำนวน 18 คน บัณฑิตรุ่นที่ 3 (2548) จำนวน 27 คน บัณฑิตรุ่นที่ 4 (2549) จำนวน 27 คน และคาดว่าบัณฑิต รุ่นที่ 5 (2550) จะสำเร็จการศึกษา ประมาณ 32 คน และเนื่องจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้มีอนุมัติให้โอนย้าย สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มาสังกัดอยู่กับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ทางคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จึงได้ปรับเปลี่ยนหน่วยงานภายในคณะฯ โดยเพิ่มหน่วยงานขึ้นอีก 1 หน่วยงาน คือ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ โดยปัจจุบันดำเนินการเรียนการสอนในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม และคาดว่าในปี 2551 จะเปิดหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร บัณฑิต สาขาวิชาประยุกต์ศิลป์

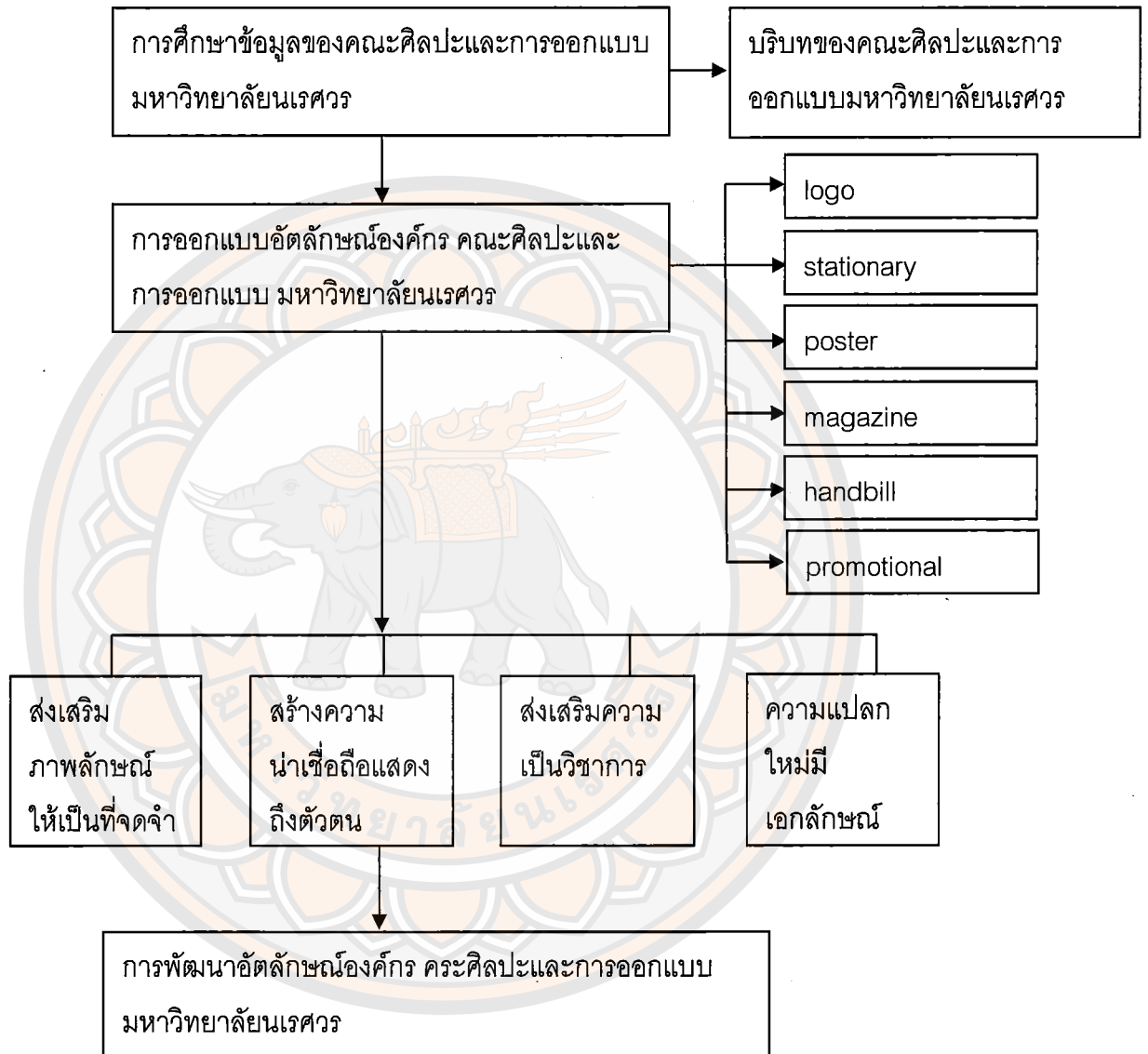
ภาควิชาศิลปะและการออกแบบจักเป็นผู้นำทางวิชาการด้านศิลปกรรม เป็นแหล่งการค้นคว้า การวิจัย สร้างสรรค์ สะสมและเผยแพร่ข้อมูลทางศิลปะและการออกแบบของภาคเหนือตอนล่าง ระดับชาติ และนานาชาติ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบมุ่งเน้นการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมแถบภาคเหนือตอนล่าง ทั้งในเชิงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน สร้างสรรค์และพัฒนา ร่วมกับชุมชนท้องถิ่นและระดับชาติ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบจะดำเนินพันธกิจตามแนวพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวรในแผนการศึกษา ระยะที่ 9 โดยมุ่งเน้น พันธกิจ 4 ประการ ได้แก่ การจัดการเรียนการสอน การวิจัยการบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และเพื่อให้เกิดการพัฒนา ของภาควิชาบรรลุจุดหมายที่กำหนดไว้ และสามารถพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน จึงได้เพิ่มพันธกิจขึ้นอีก 4 ประการ คือ 1. การพัฒนาด้านบุคลากร 2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการศึกษาและการวิจัย 3. การพัฒนาโครงสร้าง และวัฒนธรรมองค์กร 4. การพัฒนามาตรฐานทางการศึกษา

ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ได้จัดทำในงานวิจัย เนื่องจากอัตลักษณ์องค์กร จะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงความชัดเจน รูปแบบต่างๆ ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ซึ่งนับว่าถ้าองค์กรไหนมีอัตลักษณ์ที่ดี และชัดเจน ก็จะเป็นที่ง่ายแก่การจดจำ และยังแสดงถึงวิสัยทัศน์ขององค์กรนั้นๆออกมา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ย่อมก่อให้เกิดแง่ความคิดดีๆ ต่อองค์กรหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กรได้อย่างไม่ยากเย็น ซึ่งทั้งนี้จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้ ที่ต้องการที่จะสร้างอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวองค์กร เพื่อสอดคล้องกับพันธกิจของคณะ ในด้านของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร นั้นแล้วต้องการที่จะให้เข้าถึงคนกลุ่มวัยรุ่น หรือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น เพราะส่วนหนึ่งเป็นคณะของการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ เป็นองค์กรที่สร้างสิ่งใหม่อยู่เสมอ แต่ทั้งนี้ก็ไม่ใช่ว่าจะต้องเป็นวัยรุ่นอย่างเดียว คนทุกกลุ่มจะสามารถเข้าใจได้ง่ายเหมือนกัน ซึ่งการออกแบบอัตลักษณ์ตรงนี้ จะช่วยประชาสัมพันธ์ตัวองค์กรได้เป็นอย่างดี เมื่อองค์กรเป็นที่ง่ายต่อการจดจำเพื่อเป็นการเผยแพร่คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้มากขึ้น โดยผ่านทาง การออกแบบตัวอัตลักษณ์ขององค์กร การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยเริ่มจากตัว ตราสัญลักษณ์เป็นอันดับแรก แล้วจึงเริ่มพัฒนาต่อยอดไปสู่งานสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ นับว่ามีการใช้กันมานานแล้ว ทุกคนมีความคุ้นชิน กับสื่อประเภทนี้ สามารถที่จะเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไปนัก เมื่ออัตลักษณ์องค์กรมีความแข็งแรงพอ ก็ย่อมง่ายต่อการที่จะเผยแพร่ หรือ การสร้างความน่าเชื่อถือ เป็นการชักชวนบุคคลภายนอกให้เข้ามาสนใจมากขึ้น ผ่านขั้นตอนของการออกแบบ เพื่อที่เป็นที่จดจำ สามารถนำไปพัฒนาต่อ ลงบนสื่อประเภทต่างๆ ได้ไม่ยาก สามารถต่อยอดการพัฒนาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรไปได้อีก การสร้างเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ ได้ด้วยการศึกษานำเรื่องราวในท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบ นอกจากจะเป็นการเชิดชูเรื่องราวในพื้นที่นั้นแล้ว ยังแสดงถึงความสำคัญซึ่งสอดคล้องกับตัวคณะศิลปะและการออกแบบได้เป็นอย่างดี คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า การที่มีอัตลักษณ์องค์กรที่ดี ไม่ใช่เพียงแต่จะสร้างความสวยงามแก่ผู้พบเห็นเพียงแค่นั้นเท่านั้น มันยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความแข็งแรง ความเป็นตัวตน อัตลักษณ์องค์กร มันคือทุกอย่าง มันคือตัวตน และจิตวิญญาณ ขององค์กรนั้นๆ เลยก็ว่าได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรัตนนคร

## 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



#### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยแบ่งแยกรายละเอียดออกมาอีก ดังนี้

- 1.1 ออกแบบ logo (ตราสัญลักษณ์)
- 1.2 ออกแบบ stationary (ของใช้ในสำนักงาน)
- 1.3 ออกแบบ poster (โปสเตอร์)
- 1.4 ออกแบบ magazine (นิตยสาร)
- 1.5 ออกแบบ folder (แผ่นพับ)
- 1.6 ออกแบบ promotional (ของส่งเสริม)

#### 1.5 คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

อัตลักษณ์องค์กร - คือ การออกแบบ สร้างสรรค์ด้วยสัญลักษณ์ นั่นคือ สัญลักษณ์ ที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญ เพราะเนื่องด้วยต้องการเป็นที่จดจำ ด้วยเวลาอันกระชับ จากข้อมูลนับร้อย สัญลักษณ์ดังกล่าวต้องแสดงพลังในการสื่อความ ในเวลาอันสั้นได้อย่างชัดเจน และโดดเด่น และที่สำคัญ Message ควรสื่อไม่เพียงแต่ชัดเจนเพียงอย่างเดียว แต่ Design identity เป็นตัวร้อย Product กับ Brand และทุกผลิตภัณฑ์ย่อย ได้

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวรได้ถูกเผยแพร่และเป็นที่ยอมรับของนักเรียนและบุคคลทั่วไป และเข้าถึงกลุ่มวัยใหม่ได้มากขึ้น

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าถึงกระบวนการพัฒนาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร แบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
- 2.2 ความหมายของการออกแบบ
- 2.3 ส่วนประกอบของงานออกแบบ
- 2.4 การจัดองค์ประกอบในงานออกแบบ
- 2.5 การออกแบบตราสัญลักษณ์
- 2.6 สื่อสิ่งพิมพ์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

งาน อัตลักษณ์ลุ่มบริษัท หรืออัตลักษณ์กลุ่มบริษัท เกี่ยวข้องกับการออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบกราฟิก การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบัน นับเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้และเป็นวัสดุอุปกรณ์ช่วยในการออกแบบเกิดมีวัสดุสำเร็จรูปและเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่น การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกมาช่วยในการทำ Word Processing การเรียงพิมพ์ การจัดวางรูปแบบของหน้ากระดาษ การสร้างภาพประกอบ การเขียนกราฟแผนภูมิแผนที่ ตลอดจนงานเขียนแบบต่างๆ และที่สำคัญคือ ช่วยในการสร้างภาพ (Visualize) เพื่อหาแนวทางการคิดสร้างสรรค์ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย ความหมายของการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร (Definition Of Graphic Design) มีผู้ให้คำนิยามของเอกลักษณ์ขององค์กร ไว้ว่า การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร - ผลงานออกแบบลักษณะต่างๆ เพื่อให้ผู้คนได้อ่าน เช่น หนังสือ นิตยสาร การโฆษณา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิทรรศการ (Berryman, 1979)

การถ่ายทอดความคิดและมโนทัศน์ (Ideas And Concepts) ออกมาเป็นโครงสร้างระเบียบแบบแผนต่างๆ ทางทัศนสัญลักษณ์ (Visual Form) , (Laing, 1984) การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องหมายและการออกแบบเกี่ยวกับการพิมพ์ต่างๆ ที่ใช้ในวงการอุตสาหกรรม (อารี สุทธิพันธุ์, 2521) จัดว่าเป็นงานออกแบบเพื่อการเผยแพร่ คือ งานออกแบบที่มุ่งชักชวนเรียกร้องหรือเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานในลักษณะสิ่งพิมพ์ งานออกแบบหีบห่อ งานโฆษณา (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527) จากความหมายของการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรที่อ้างมาจะเห็นว่าเป็นการออกแบบที่มีขอบข่ายงานกว้างขวางมากและมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบนิเทศศิลป์ (Visual Communication Design) ในอันที่จะต้องเตรียมการและนำเสนอข่าวสาร (Message) ต่อผู้ดูแล-ผู้อ่านให้สามารถรับรู้ความหมายและแปลความได้ทางสายตาโดยการจัดสื่อกลางต่างๆ เช่น ตัวอักษร เครื่องหมายสัญลักษณ์ รูปภาพและอื่นๆ รวมกัน ด้วยกรรมวิธีของการขีด เขียน การพิมพ์ การบันทึกภาพ ตลอดจนเทคนิคการสร้างภาพต่างๆ ทางเครื่องมือ เครื่องจักรกลให้เกิดเป็นรูปร่างที่ประณีต เรียบร้อยสวยงามเพื่อการติดต่อสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ต้องการได้ Gregg Berryman ได้กล่าวว่า นักออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรมักจะทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ คือ

- สัญลักษณ์ (Symblos)
- เครื่องหมาย (Sign System)
- หนังสือ (Books)
- นิตยสาร (Magazines)
- หนังสือพิมพ์ (Newspapers)
- โฆษณา (Ads)
- บรรจุภัณฑ์ (Packages)
- แผ่นพับ (Brochures)
- โปสเตอร์ (Posters)
- แผนที่ (Maps)
- ป้ายโฆษณา (Billboards)
- การประชาสัมพันธ์ (Promotions)

## วัตถุประสงค์ทางอัตลักษณ์ขององค์กร (เอกลักษณ์กลุ่มบริษัท Objective)

1. วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา (Psychology Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้า และในการเอกลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันวัตถุประสงค์ทางจิตวิทยาที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจในร้านที่เข้า

2. วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม (Action Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของเอกลักษณ์ขององค์กรเช่น กระตุ้นให้เกิดการเข้าร้านตลอดจนการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดในตัวร้าน เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ (Corporate Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ของร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อร้านอาหาร เช่น ให้ผู้บริโภคเห็นว่าร้านมีความห่วงใยต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เป็นต้น ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีภาพพจน์ที่ดีต่อร้านอาหารแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็จะมีผลต่อยอดขายของร้านนั้น เป็นต้น

## จุดจับใจ (Appeal)

คือวิธีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความปรารถนาหรือมีความต้องการสามารถดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้านั้นได้ จุดจับใจเป็นแนวหลัก (Theme) ของโฆษณาซึ่งนั่นว่าจะใช้สิ่งใดจับใจผู้บริโภคเป้าหมายเราจึงต้องดูว่าผู้บริโภคต้องการ อะไร เช่น ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการความภาคภูมิใจ เป็นต้น ซึ่งเมื่อเราทราบลักษณะความต้องการของผู้บริโภคแล้วก็เป็นกร่างที่จะหาจุดจับใจ (Appeal) มาจับใจผู้บริโภค ซึ่งการหาจุดจับใจ (Appeal) สามารถทำได้หลายวิธีด้วยกันเช่น

1. ตรวจสอบ (Inspection) คือวิธีการตรวจสอบดูว่าบริษัทที่ผลิตสินค้านั้นหรือบริการนั้นมีอะไรเด่นบ้าง และตัดสินใจว่าน่าเอาจุดเด่นนี้มาใช้ในการโฆษณาสินค้า วิธีการเป็นวิธีที่ต้องอาศัยการตัดสินใจโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นบรรทัดฐาน

2. วิธีที่ใช้การวิจัยทางจิตวิทยาเข้ามาช่วย (Consulting Lists of Inspective Tendency) เป็นวิธีการค่อนข้างมีระเบียบ ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ถูกกระตุ้นด้วยแรงผลักดันทางจิตวิทยาและสรีระวิทยา สิ่งเหล่านี้ใช้ให้เป็นประโยชน์ในการโฆษณาสินค้าดังที่เราจะเห็นว่า เมื่อต้องการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร โฆษณานี้จะต้องเป็นไปในลักษณะที่เสนอความพอใจทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวกับความหิวเกิดความอยากรับประทานอาหารที่โฆษณานั้น

3. การจดบันทึกความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ (Conventional Source of Ideas) ความชอบความไม่ชอบของลูกค้า ความสามารถในการซื้อของลูกค้าตลอดจนความประทับใจของลูกค้า

4. การวิจัยที่มีจุดประสงค์ที่จะได้ความคิดเห็นและข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Research) จะได้ทราบว่าควรจะเลือกใช้จุดจับใจ (Appeal) ได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ

มีข้อสังเกตว่าการเลือกใช้จุดจับใจ (Appeal) ในการโฆษณาเพื่อให้มีประสิทธิภาพนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ความเหมาะสมในหลายๆ ด้านประกอบกันนอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับสังคมในแต่ละสมัยด้วยกล่าวคือในการโฆษณาสินค้าแบบหนึ่งแล้วประสบความสำเร็จ แต่ในอีกสมัยหนึ่งการใช้จุดจับใจ (Appeal) แบบเดิมอาจล้มเหลวก็ได้

### คำขวัญ (Slogan)

เป็นข่าวสารที่ผนึกรวมความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคพัฒนาความนึกคิดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และจดจำตราหือได้ คำขวัญเป็นเครื่องมือทำให้แผนการรณรงค์โฆษณารวมกันเป็นเอกภาพ และดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องกันไป (continuity and Unity to Advertising) กล่าวคือ โฆษณาสินค้าตัวเดียวในโฆษณาชุดต่างๆ กันมีเนื้อเรื่องที่เปลี่ยนไป แต่คำขวัญยังคงเดิม นอกจากนี้คำขวัญจะทำหน้าที่ก่อให้เกิดบุคลิกภาพที่แน่นอนและจำได้ง่ายสำหรับผลิตภัณฑ์อีกด้วย คำขวัญมี 2 ประเภท คือ

1. พูดพาดพิงถึงสินค้า (Product Personality) เช่น "ที่สหธนาคารคุณสำคัญเสมอ" "ธนาคารทหารไทย รับใช้ประชาชน" เป็นต้น

2. พุดพาดพิงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Personality) เช่น “คู่เศรษฐกิจไทย คู่ใจประชา” “บริการทุกระดับประทับใจ” เป็นต้น

**ลักษณะการเขียนสำคัญ (Slogan) ดังนี้ คือ**

1. ควรรวมตราสัญลักษณ์ หรือตราบริษัทเข้าไปในผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อป้องกันความสับสนสำหรับผู้บริโภค “ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารที่คุณวางใจ”
2. ควรรวมความคิดและเรื่องราวสำคัญส่วนมากไว้เช่น คุณภาพสินค้าเพื่อจะได้เห็นความแตกต่างจากยี่ห้ออื่นได้ชัดเจน
3. ควรจะสั้นและจดจำได้ง่ายเพื่อผู้บริโภคจะสามารถจดจำได้ทุกคำและระลึกถึงความสำคัญที่เกี่ยวข้องได้
4. ควรสร้างให้เกิดความเฉพาะตัวและมีลักษณะเด่นเป็นพิเศษไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบจากผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิดภายใต้ยี่ห้อเดียวกันได้
5. มีสัมผัสและจังหวะ เพราะจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำคำขวัญได้ง่ายโดยควรใช้ภาษาธรรมดาที่ไม่ลำสมัยง่าย

**เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo)**

เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิตเช่นการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า และบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำ ความเชื่อถือ และตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์การ สถาบันที่ก่อตั้งขึ้นโดยกฎหมาย

2.ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช่ภาษาทางตัวอักษรประกอบ แต่ใช้ภาพบอกแทน หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะเช่น เครื่องหมายบอกทิศทาง ความปลอดภัย การคมนาคม

3.เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร บริษัท สถาบันต่างๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน

4.ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษา โดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น

5.เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

6.เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมีได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง 5 ประการ ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด ก็เลือกใช้ตามความเหมาะสม(ประชิด ทิถันบุตร ,2530:125-126)

## 2.2 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบหมายถึงกระบวนการที่สนองความต้องการในสิ่งใหม่ๆของมนุษย์ซึ่งส่วนใหญ่เพื่อการใช้ชีวิตให้อยู่รอดและมีความสุขสบายเพิ่มขึ้น

การออกแบบคือการวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยวัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527, หน้า19)

การออกแบบหมายถึงการรู้จักวางแผนจัดชั้นตอนและรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้นโดยสอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา (สาคร คันธโชติ, 2528, หน้า 5)

การออกแบบ หมายถึง กิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิดอันอาจจะเป็นโครงการหรือรูปแบบที่นักออกแบบกำหนดขึ้นด้วยการจัดทำทาง

ถ้อยคำ เส้น สี แสง เสียง รูปแบบและวัสดุต่างๆ โดยมีกฎเกณฑ์ทางความงาม(สิทธิศักดิ์ ธีรศรี สวัสดิ์กุล, 2529, หน้า5)

การออกแบบหมายถึงการสร้างสรรคโดยมีแบบแผนตามความประสงค์ที่กำหนดไว้สรุปได้ว่า การออกแบบคือ การสร้างสรรคสิ่งใหม่ และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการใช่วัสดุและวิธีการที่เหมาะสม ตามแบบแผนและจุดมุ่งหมายที่ต้องการ (พาสนา ตันทลักษณ์, 2526, หน้า293)

### 2.3 ส่วนประกอบของงานออกแบบ

- 1.จุด  
เป็นส่วนประกอบของการออกแบบเป็นพื้นฐานมีความสำคัญต่อการออกแบบทุกชนิด
- 2.เส้น  
มีความสำคัญมากที่สุด เส้นเริ่มจากจุดๆเดียวซึ่งเกิดจากจุดหลายร้อย หลายพัน หลายหมื่น หลายล้านๆจุดที่ต่อกัน
- 3.รูปร่าง  
เกิดจากเส้นและทิศทางที่ลากมาบรรจบกัน
- 4.รูปทรง  
เป็นลักษณะที่มองดูแล้วจะแสดงออกเห็นทั้งสามด้านเป็นสามมิติ
- 5.ทิศทาง  
เป็นลักษณะที่แสดงให้รู้ว่าการออกแบบนั้นมีลักษณะเช่นใด ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบเป็นอย่างมากกว่า เส้น จุด รูปร่าง รูปทรง
- 6.สัดส่วน  
คือการได้ส่วนกันของรูปลักษณะและมีความกลมกลืนกันอย่างเหมาะสม

## 2.4 การจัดองค์ประกอบในงานออกแบบ

การจัดองค์ประกอบในทางศิลปะหรือทางการออกแบบมีแนวคิดที่ไม่แตกต่างกันเท่าใดนักสร้างสรรค์จะต้องหาแนวทางที่จะทำให้งานที่คิดประดิษฐ์ขึ้นมีความน่าสนใจ เข้าใจได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยอาศัยแนวคิดจากเทคนิคการใช้เส้น รูปร่าง มุมมอง จังหวะลีลา เทคนิคเกี่ยวกับภาพ และการนำเสนอรูปแบบ องค์ประกอบต่างๆ จะต้องเอื้อซึ่งกันและกันดังนี้(วรพงศ์ วรชาติอุดม พงศ์, 2538. หน้า 162)

1) การใช้เส้น เส้นเป็นตัวกำหนดรูปร่างและองค์ประกอบในการสร้างสรรค์งาน ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้เป็น 5 ชนิดคือ เส้นโค้ง เส้นหมุน เส้นวนไปวนมา เส้นซิกแซ็ก และเส้นตรง การเขียนเส้นด้วยวัสดุต่างๆ ที่แตกต่างกันย่อมจะทำให้ลักษณะของเส้นมีความแตกต่างกันไปและแนวการเขียนเส้นด้วยวัสดุประเภทเดียวกันของศิลปินก็สามารถแสดงลีลาของการเขียนได้หลายแบบหลายวิธีซึ่งล้วนน่าสนใจทั้งสิ้นที่นักออกแบบควรจะได้ฝึกฝนให้มีความชำนาญและสามารถเลือกใช้ได้ในทุกๆ โอกาสอย่างเหมาะสม

2) การกำหนดรูปร่าง รูปร่างเกิดจากการใช้เส้นลักษณะต่างๆ กันมาลากต่อกันเกิดเป็นรูปร่างหลักในศิลปะ หรือที่เรียกว่ารูปทรงพื้นฐานทางเรขาคณิตและรูปอิสระซึ่งมีรูปร่างไม่แน่นอน ลักษณะที่ชัดเจนของรูปร่างต่างๆ จะเน้นความรู้สึกของการมองเห็นเป็น 2 มิติ คือ แสดงให้เห็นส่วนกว้างและยาว หรือกว้างและสูง เท่านั้น ถ้าเป็นการเน้นส่วนหนาหรือส่วนลึกขึ้นมาก็ทำให้รูปร่างต่างๆ แสดงความรู้สึกเป็นสามมิติเพิ่มขึ้น

3) มุมมองทัศนียภาพ การนำเสนอรูปแบบงานสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เข้าใจ สามารถสร้างได้โดยง่าย ด้วยงานเสนอมุมมองของภาพที่จะนำเสนอ มุมมองที่แปลกตาสามารถสร้างสรรค์ขึ้นโดยง่าย อาจจะด้วยการถ่ายภาพ ด้วยเลนส์มุมกว้าง หรือเทคนิคพิเศษในห้องมืด หรือจากการใช้วิธีการเขียนภาพ และการเลือกมุมภาพในการเสนอก็ได้

4) จังหวะลีลา การกำหนดจังหวะของแต่ละส่วนหรือการจัดวางองค์ประกอบภาพ จำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักการศิลปะ การสร้างจังหวะหรือลีลาของส่วนประกอบต่างๆ ได้แก่ ข้อความ ภาพประกอบหรือสัญลักษณ์ จะทำหน้าที่ 2 ทาง คือ เป็นการชี้้นำให้ผู้ดูภาพและสาระข้อมูลตามต้องการและเป็นการเน้นให้เกิดความสวยงามและแปลกตา

5) เทคนิคเกี่ยวกับภาพ ที่มาของภาพที่นำมาใช้ในงานกราฟฟิก อาจได้จากการถ่ายภาพ การเขียนภาพ หรือการพิมพ์ภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ ตลอดจนวิธีการสร้างสรรค์อื่นๆ อีกมากมาย แต่ละแบบแต่ละวิธีการสามารถสร้างภาพที่น่าสนใจได้อย่างอิสระ บางแบบอย่างอาจจะเหมาะสม

กับการใช้งานเฉพาะอย่าง บางแบบอาจใช้ได้ทั่วไป การสร้างสรรค์อย่างอิสระนี้เอง ทำให้นักออกแบบสามารถนำเอาเทคนิคเกี่ยวกับภาพมาใช้ในงานออกแบบได้อย่างกว้างขวาง

6) การนำเสนอรูปแบบ รูปแบบสำหรับการนำเสนอ อาจจะแสดงออกได้หลายแนวทาง แต่ละแนวทางก็จะให้ความรู้สึกในคุณค่าทางการแสดงออกแตกต่างกันไป แนวทางการนำเสนอแต่ละรูปแบบจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการออกแบบ และการแสดงออกที่จะส่งผลในการกระตุ้นการเห็นอย่างดี รูปแบบต่างๆ อันได้แก่

6.1) การตัดกัน

6.2) การแย้งกัน

6.3) การคล้ายตามกัน

6.4) ความกลมกลืน

6.5) การเน้นทิศทาง

6.6) การเสนอแบบลวดลาย

6.7) การเน้นตัวอักษร

6.8) การเว้นพื้นที่ว่าง

## 2.5 การออกแบบตราสัญลักษณ์

โดยทั่วไปแล้วการเอ่ยถึงการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร (เอกลักษณ์กลุ่มบริษัท) เป็นโฆษณาในเชิงกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่บริษัทต้องการ นั่นคือโฆษณาสถาบันสามารถเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนได้ตามความต้องการของบริษัทหรือสถาบันนั้นๆ ดังนั้นเมื่อการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรเป็นกลยุทธ์การสร้างภาพพจน์สถาบันที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนแล้วจะก่อให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง ผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer) จะเป็นผู้มีบทบาทในการรับผิดชอบของส่วนองค์กร ซึ่งจะต้องมีการระบุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการสร้างภาพพจน์โดยสืบเนื่องมาจากจุดประสงค์หลักขององค์กร (Coperate's purpose/goal) ที่ตั้งขึ้นมารวมทั้งภาระหน้าที่ที่องค์กรต้องทำต่อไปยาวไกลถึงอนาคต แต่โดยวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการทำเอกลักษณ์ขององค์กรแล้วคือการขยาย

ภาพพจน์ขององค์กรให้กว้างออกไปเป็นการประกาศถึงชื่อบริษัท (Corporate name) สัญลักษณ์ (Logo) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่กลุ่มลูกค้า (Consumers) ผู้จะมาเป็นผู้ซื้อ (Prospects) ได้ทราบถึงความสามารถและศักยภาพในการไปสู่ความสำเร็จของบริษัท เพื่อเป็นการกำหนดการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชน (Publics) ในกรณีที่ร้านเพิ่งตั้งขึ้นมาใหม่และต้องการสร้างความรู้จัก, การจดจำชื่อใหม่ (New Name) สัญลักษณ์ (Logo) โดยการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ที่ใหม่และเหมาะสมไปสู่มหาชนโดยความสำเร็จของการรณรงค์โฆษณาสถาบันจะมาจากการที่ผู้บริหารระดับสูงนิยามจุดประสงค์หลักขององค์กรได้เหมาะสมและถูกรับ (percepted) ในเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่าง (Separate Identity) ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมามากมาย โฆษณาสถาบันกับการวางตำแหน่งทางการตลาด เป็นการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) และการยอมรับ (Acceptance) ให้เกิดขึ้น มีการใช้การโฆษณาสถาบันเพื่อเปลี่ยนการรับรู้ (Perception) ของมหาชนและสร้างการตระหนักรู้ที่เป็นจริง (Realistics Awareness) ของสถาบันในการตลาดธุรกิจขึ้นมาแทนอาจมีผลที่ต่างไปจากนี้แต่ผลที่ต้องการได้รับคล้ายคลึงกันคือ การให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เกี่ยวกับบริษัทที่ดีเพื่อจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ยังผลทันยิ่งใหม่คือ การยอมรับในบริษัทสินค้าและนโยบายของบริษัทด้วย ในการสร้างตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันก็เหมือนการสร้างบุคลิกพิเศษเฉพาะตัว (Unique Personality) ของสถาบันขึ้นมาเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่มั่นคง (Strong Identity) แล้วทำการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยต้องคำนึงว่าเป็นบุคลิกที่เป็นหนึ่งเดียว (A Single Personality) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เลือกสรรแล้ว และบุคลิกนั้นต้องเป็นบุคลิกที่เป็นจริงสามารถสร้างความเชื่อถือโดยที่การยอมรับในตลาดธุรกิจของสถาบันที่สร้างขึ้นมา ต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนว่าองค์กรถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อภารกิจหน้าที่ใด อะไรคือวัตถุประสงค์ที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายและมีนโยบายในการทำงานอย่างไร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการรณรงค์โฆษณาสถาบันที่บ่งบอกคุณลักษณะ (Character) ของบริษัทจะประกอบด้วย

ไม่ซับซ้อน (Simplicity) ไม่ซับซ้อนเน้นแนวคิดเพียงบางแนวคิดเดียว ซึ่งสามารถจะพัฒนาเป็นแนวคิดสร้างสรรค์ได้หลากหลายในเวลาต่อไป

การมีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) การมีลักษณะเฉพาะตัวโดยแนวคิดหลักที่เลือกมาต้องมีความแตกต่างไปจากคู่แข่งเช่น ถ้าเสนอลักษณะเฉพาะตัวในเรื่องของเทคโนโลยี ก็ต้องพูดถึงความชำนาญและเทคโนโลยีสมัยใหม่

ความเหมาะสม (Appropriateness) ความเหมาะสมที่โฆษณาสถาบันจะต้องดึงความสนใจของคนมาสู่คุณลักษณะของตัวบริษัท โฆษณาสถาบันที่ประสบความสำเร็จต้องสอดคล้องกับคุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ของบริษัท

การมีความสัมพันธ์กัน (Relevance) การมีความสัมพันธ์กัน โฆษณาสถาบันที่ดีจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คัดสรรไว้แต่แรก

การมีสายตายาวไกล (Foresight) การมีสายตายาวไกลโดยวัตถุประสงค์หลักของโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์คือการเข้าถึงผู้รับก่อนที่เขาจะมีทัศนคติกับบริษัทในเชิงลบเพราะฉะนั้นการโฆษณาประเภทนี้จะเข้าไปปรับมุมมองของผู้รับที่มีกับบริษัทในทางที่ถูกต้อง

ความต่อเนื่อง (Continuity) ความต่อเนื่องเป็นปัจจัยของการโฆษณาสถาบันที่ประสบความสำเร็จเพราะการโฆษณาประเภทนี้ต้องการให้การพบเห็นติดต่อกันอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือ การโฆษณาสถาบันแม้จะวางแผนอย่างดีหรือเงินทุนดี แต่จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าไม่อ้างอิงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นจริง(กัลยาณี พูลผล ,2523:32)

อย่างไรก็ตามเครื่องหมายบริษัท (Corporate Marks) ที่ดีจะต้องประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้

- 1.เป็นต้นฉบับคือไม่ลอกเลียนแบบใคร และโดดเด่น
- 2.อ่านง่าย ชัดเจน
- 3.เข้าใจง่าย
- 4.จดจำได้ง่าย
- 5.เกี่ยวเนื่องกันดีกับบริษัท
- 6.สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อใช้กับงานกราฟิกอื่นๆ ได้ง่าย(วัชรินทร์ อนันตคุปกรณ2536:34)

## 2.6 สื่อสิ่งพิมพ์

### ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายคำที่เกี่ยวกับ“สื่อสิ่งพิมพ์”ไว้ว่า “สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี โบประกาศแผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน”

“สื่อ หมายถึง ก. ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน น. ผู้หรือสิ่งที่ทำการติดต่อให้ถึงกัน หรือชักนำให้รู้จักกัน”

“พิมพ์ หมายถึง ก. ถ่ายแบบ, ใช้เครื่องจักรกดตัวหนังสือหรือภาพ เป็นต้นให้ติดบนวัตถุ เช่น แผ่นกระดาษ ผ้า ทำให้เป็นตัวหนังสือหรือรูปรอยอย่างใดๆ โดยการกดหรือการใช้พิมพ์หิน เครื่องกล วีซีเคมี หรือวิธีอื่นใด อันอาจให้เกิดเป็นสิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา น. รูป , รูปร่าง, ร่างกาย, แบบ”

ดังนั้น “สื่อสิ่งพิมพ์” จึงมีความหมายว่า “สิ่งที่พิมพ์ขึ้น ไม่ว่าจะเป็แผ่นกระดาษหรือวัตถุใด ๆ ด้วยวิธีการต่าง ๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือน ต้นฉบับขึ้นหลายสำเนาในปริมาณมาก เพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อ หรือชักนำให้บุคคลอื่นได้เห็นหรือทราบ ข้อความต่าง ๆ”



ภาพที่ 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

([http://www.nayoktech.ac.th/~vwinwin/BC22\\_49/DesignP.htm](http://www.nayoktech.ac.th/~vwinwin/BC22_49/DesignP.htm))

## ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

### สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

1. หนังสือสารคดี ตำรา แบบเรียน เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่แสดงเนื้อหาวิชาการในศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อสื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจความหมาย ด้วยความรู้ที่เป็นจริง จึงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นความรู้ อย่างถูกต้อง

2. หนังสือบันเทิงคดี เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยใช้เรื่องราวสมมติ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน มักมีขนาดเล็ก เรียกว่า หนังสือฉบับกระเป๋า หรือ Pocket Book ได้



ภาพที่ 2.2 หนังสือ

(<http://justicebookclub.files.wordpress.com/2011/02/books2.jpg>)

## สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร

1. หนังสือพิมพ์ (Newspapers) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอเรื่องราว ข่าวสารภาพและความคิดเห็น ในลักษณะของแผ่นพิมพ์ แผ่นใหญ่ ที่ใช้วิธีการพับรวมกัน ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนี้ได้พิมพ์ออกเผยแพร่ทั้งลักษณะ หนังสือพิมพ์รายวัน, รายสัปดาห์ และรายเดือน



ภาพที่ 2.3 หนังสือพิมพ์ (Newspapers)

(<http://www.thailande-fr.com/wp-content/uploads/2009/11/english-newspaper.jpg>)

2. วารสาร, นิตยสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอสาระ ข่าว ความบันเทิง ที่มีรูปแบบการนำเสนอ ที่โดดเด่น สะดุดตา และสร้างความสนใจให้กับผู้อ่าน ทั้งนี้การผลิตนั้น มีการกำหนดระยะเวลาการออกเผยแพร่ที่แน่นอน ทั้งลักษณะวารสาร, นิตยสารรายปักษ์ (15 วัน) และรายเดือน



ภาพที่ 2.4 นิตยสาร (Magazine)

([http://1.bp.blogspot.com/\\_MUKLuXTLmQM/S3vtPTpWdul/AAAAAAAAAUg/Udk-jDgS9iQ/s640/wallpaper\\_magazine\\_cover1.jpg](http://1.bp.blogspot.com/_MUKLuXTLmQM/S3vtPTpWdul/AAAAAAAAAUg/Udk-jDgS9iQ/s640/wallpaper_magazine_cover1.jpg))

3. จุลสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นแบบไม่มุ่งหวังผลกำไร เป็นแบบให้เปล่าโดยให้ผู้อ่านได้ศึกษาหาความรู้มีกำหนดการออกเผยแพร่เป็นครั้งๆหรือลำดับต่างๆในวาระพิเศษ

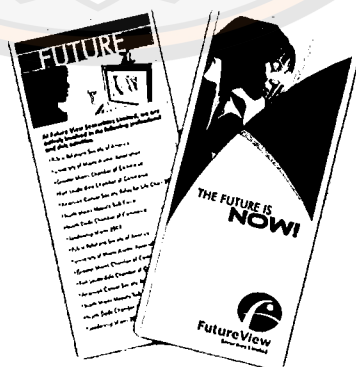


ภาพที่ 2.5 จุลสาร

(<http://www.thaidoctor.org/images/fileupload/0148.jpg>)

### สิ่งพิมพ์โฆษณา

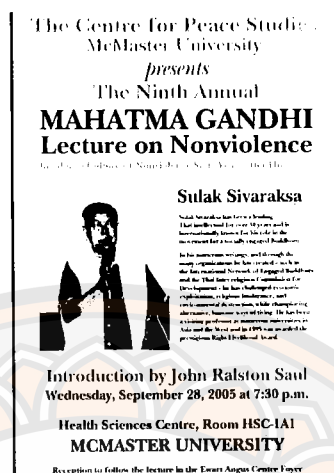
1. โบรชัวร์ (Brochure) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นสมุดเล่มเล็กๆ เย็บติดกันเป็นเล่มจำนวน 8 หน้าเป็น อย่างน้อย มีปกหน้าและปกหลัง ซึ่งในการแสดงเนื้อหาจะเกี่ยวกับโฆษณาสินค้า



ภาพที่ 2.6 โบรชัวร์ (Brochure)

(<http://webvideodesigners.com/page9/page22/files/brochure-design.jpg>)

2. ใบปลิว (Leaflet, Handbill) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ใบเดียว ที่เน้นการประกาศหรือโฆษณา มักมีขนาด A4 เพื่อ่ายในการแจกจ่าย ลักษณะการแสดงเนื้อหาเป็นข้อความที่ผู้อ่าน อ่านแล้วเข้าใจง่าย



ภาพที่ 2.7 ใบปลิว (Leaflet, Handbill)

([http://www.sulaksivaraksa.org/th/components/com\\_ponygallery/img\\_pictures/originals/poster\\_and\\_handbill19\\_20080506\\_1619183257.jpg](http://www.sulaksivaraksa.org/th/components/com_ponygallery/img_pictures/originals/poster_and_handbill19_20080506_1619183257.jpg))

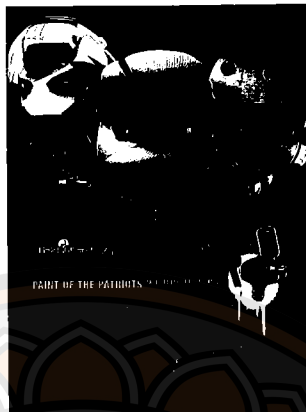
3. แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยเน้นการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาที่เสนอเป็นเนื้อหาที่สรุปใจความสำคัญ ลักษณะมีการพับเป็นรูปเล่มต่างๆ



ภาพที่ 2.8 แผ่นพับ (Folder)

([http://www.khianaksorn.com/images/heather\\_leaflet.jpg](http://www.khianaksorn.com/images/heather_leaflet.jpg))

4. ใบปิด (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา โดยใช้ปิดตามสถานที่ต่างๆ มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ ซึ่งเน้นการนำเสนออย่างโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ



ภาพที่ 2.9 ใบปิด (Poster)

([http://www.ilikeplaystation.com/ilpscontents/image/news/2008/12/lbp/littlebig\\_planet\\_poster10.jpg](http://www.ilikeplaystation.com/ilpscontents/image/news/2008/12/lbp/littlebig_planet_poster10.jpg))

#### สิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการห่อหุ้มผลิตภัณฑ์การค้าต่างๆ แยกเป็นสิ่งพิมพ์หลัก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่ใช้ปิดรอบขวด หรือ ครอบผลิตภัณฑ์การค้า สิ่งพิมพ์รอง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่เป็นกล่องบรรจุ หรือฉลาก



ภาพที่ 2.10 สิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์

(<http://img183.imageshack.us/img183/6535/package2pi9.jpg>)

## สิ่งพิมพ์มีค่า

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำไปใช้เป็นหลักฐานสำคัญต่างๆ ซึ่งเป็นกำหนดตามกฎหมาย เช่น อนุญาต, บัตรเครดิต, เช็คนาคาร, ตัวแลกเงิน, หนังสือเดินทาง, โฉนด เป็นต้น

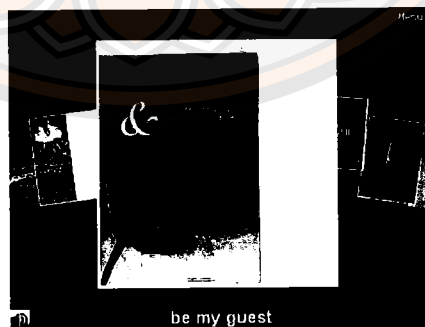


ภาพที่ 2.11 สิ่งพิมพ์มีค่า

([http://www.weloveplaza.com/\\_files/prakard/2010\\_11\\_26\\_151035\\_0\\_grnhsJD.jpg](http://www.weloveplaza.com/_files/prakard/2010_11_26_151035_0_grnhsJD.jpg))

## สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตขึ้นตามลักษณะพิเศษแล้วแต่การใช้งาน ได้แก่ นามบัตร, บัตรอวยพร, ปฏิทิน, บัตรเชิญ, ใบส่งของ, ใบเสร็จรับเงิน, สิ่งพิมพ์บนแก้ว, สิ่งพิมพ์บนผ้า เป็นต้น

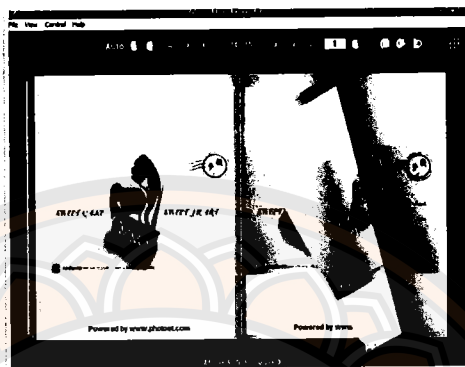


ภาพที่ 2.12 สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ

([http://www.oknation.net/blog/home/blog\\_data/21/21/images/card.JPG](http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/21/21/images/card.JPG))

## สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้งานในคอมพิวเตอร์ หรือระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้แก่ Document Formats, E-book for Palm/PDA เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

([http://1.bp.blogspot.com/-](http://1.bp.blogspot.com/-6cvzsbZ7qJ8/TVyaukp_xRI/AAAAAAAAAABc/B2hoPhrEPE8/s1600/ebook.jpg)

[6cvzsbZ7qJ8/TVyaukp\\_xRI/AAAAAAAAAABc/B2hoPhrEPE8/s1600/ebook.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-6cvzsbZ7qJ8/TVyaukp_xRI/AAAAAAAAAABc/B2hoPhrEPE8/s1600/ebook.jpg))

### บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

1. บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์มีความสำคัญในด้านการนำเสนอ ข้อมูล ข่าวสาร สารระ และความบันเทิง ซึ่งเมื่องานสื่อมวลชนต้องเผยแพร่ จึงต้องผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์, วารสาร, นิตยสาร เป็นต้น

2. บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในสถานศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ถูกนำไปใช้ในสถานศึกษาโดยทั่วไป ซึ่งทำให้ผู้เรียน ผู้สอนเข้าใจในเนื้อหามากขึ้น เช่น หนังสือ ตำรา แบบเรียน แบบฝึกหัดสามารถ พัฒนาได้เป็นเนื้อหาในระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

3. บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานด้านธุรกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกนำไปใช้ในงานธุรกิจประเภท ต่าง ๆ เช่น งานโฆษณา ได้แก่ การผลิต หัวจดหมาย/ซองจดหมาย, ใบเสร็จรับเงิน/ใบส่งของ, โฆษณาหน้าเดียว, นามบัตร เป็นต้น



การดำเนินงานวิจัยการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร ต้องการที่จะพัฒนาตัวองค์กรให้เป็นที่จดจำ และแสดงถึงตัวตน ความเป็นไป วิสัยทัศน์ ของตัวองค์กรให้มากที่สุด โดยมีขั้นตอน และ วิธีการดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นิสิตภาควิชาศิลปะและการออกแบบ สาขาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม จำนวน 120 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตภาควิชาศิลปะและการออกแบบ สาขาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็น แบบสอบถาม โดยคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อคณะศิลปและการออกแบบ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่พบ และสิ่งที่ควรปรับปรุงในด้านการออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับ การศึกษา ระดับความรู้ด้านการออกแบบ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ลักษณะของคำถามเป็นแบบ เลือกลง (Checklists) และ/หรือเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนด

ตัวอย่าง เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. สถานภาพ  อาจารย์ / นักวิจัย (ว)  
 นิสิต

คณะ/ส่วนงาน.....

**ส่วนที่ 2** ข้อเสนอแนะประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร กำหนดระดับการปฏิบัติมี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

**ตัวอย่าง** ข้อเสนอแนะประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อ	รายการ	ระดับการปฏิบัติงาน				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ท่านมีความรู้ความเข้าใจในแต่ละสาขา ของคณะศิลปะและการออกแบบ ในทุกสาขา					
2	ท่านเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปะและการออกแบบ					

**ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่พบและสิ่งที่จะต้องปรับปรุงในด้านการออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

**ตัวอย่าง** ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่พบและสิ่งที่จะต้องปรับปรุงในด้านการออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

3.1 ตัวนำโชค / mascot (ถ้ามี) ที่ควรจะเป็นอะไรได้บ้าง

.....

.....

.....

### 3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรม Microsoft Excel

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ 2540: 103)

$$\text{สูตร SD} = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $\sum X^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง  
 $(\sum X)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง  
 N แทน จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ค่าเฉลี่ย (Mean,  $\bar{X}$ ) ในส่วนรายได้เฉลี่ยของครอบครัว (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ 540: 53)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน คะแนนตัวกลางเลขคณิต  
 $\sum X$  แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนน  
 N แทน จำนวนคะแนนในข้อมูลนั้น

1.2 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ในการสัดส่วนหากกลุ่มตัวอย่างแต่ละโรงเรียน (นิศารัตน์ ศิลปเดช 2542: 144)

$$\text{สูตร } P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ  
 f แทน จำนวนหรือความถี่ที่ต้องการหาค่าร้อยละ  
 n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

### เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

- 1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด
- 1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับน้อย
- 2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง
- 3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับมาก
- 4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

### 3.4 วิธีการพัฒนาสื่อ

- ขั้นตอนที่ 1. ศึกษาค้นคว้าสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- ขั้นตอนที่ 2. สรุปข้อดีข้อเสียและความเป็นไปได้ของข้อมูลที่ได้มา
- ขั้นตอนที่ 3. ศึกษาข้อมูลทางด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเพิ่มเติม
- ขั้นตอนที่ 4. เข้าสู่กระบวนการออกแบบ
- ขั้นตอนที่ 4. ปรับแก้ผลงาน
- ขั้นตอนที่ 5. จัดแสดงผลงาน
- ขั้นตอนที่ 6. นำเสนอศิลปนิพนธ์

### 3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร โดยใช้ข้อมูลจากข้อที่ 3.2 เพื่อให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพโดย การใช้ คอมพิวเตอร์เป็นหลักในการผลิต เนื่องจากการออกแบบส่วนใหญ่ จำเป็นต้องใช้ กราฟฟิกที่สร้างจากคอมพิวเตอร์

#### 1. ขั้นตอนกระบวนการผลิตสื่อโดยใช้คอมพิวเตอร์

1.1 วาง concept ที่จะใช้ในการทำงานทั้งหมดขึ้นมาโดย นำข้อมูลที่ได้

จากข้อ 3.3 มาคิด concept และพัฒนาการออกแบบ

2.กระบวนการของการ ออกแบบ ทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมหลักๆดังนี้

2.1 Adobe Illustrator

2.2 Adobe Photoshop

2.3 Adobe Indesign

3.ทำการ print ผลงานตัวสื่อออกมาจากคอมพิวเตอร์ เป็นตัวจริงขึ้นมา

4.ตรวจสอบผลงานว่าเป็นไปตามที่ได้ออกแบบไว้ ไม่ผิดเพี้ยน

5.นำตัวสื่อที่ได้มาตรวจสอบตาม โดย อ.ผู้เชี่ยวชาญ และทางของ คณะศิลปะ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร เองด้วยว่าเป็นไปตามความต้องการมากน้อยเพียงใด

6.นำกลับมาแก้ไข ตามที่ได้รับการติชมแนะนำมาจากข้อ 5 หรือถ้าไม่มีอะไรแก้ไข ก็เตรียมจัดทำขึ้นจริง ตามจำนวนความเหมาะสมของตัวสื่อแต่ละประเภท

### 3.6 วิธีการนำเสนอ

นำเสนอผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร โดยการจัดแสดงในงานนิทรรศการแสดงผลงานการศึกษาอิสระ “มาเหนือเมฆ” ของนิสิตภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีผู้เชี่ยวชาญและผู้สนใจเข้าร่วมชม

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของคณะศิลปะและการออกแบบมหาวิทยาลัยนเรศวรแล้ว จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและการพัฒนาการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางการวิเคราะห์และพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบให้มีประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 4.1 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept)
- 4.2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)
- 4.3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)
- 4.4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (New Media)

#### 4.1 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept)

แนวความคิดในการออกแบบเบื้องต้นที่ว่า ต้องการจะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำให้กับตัวองค์กร โดยที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นศิลปะการออกแบบ และการอนุรักษ์ สืบสานการออกแบบของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยที่ยึดสัญลักษณ์ที่มีความสำคัญในท้องถิ่นเข้ามาเป็นแนวความคิดหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับสถานที่ตั้งและความเป็นมาเป็นไปของตัวคณะ มหาวิทยาลัย และ จังหวัด ที่ตั้งอยู่ โดยยึดความเป็นไทย และ ผสมความเป็นสากลเข้าไปด้วย

#### แนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

เมื่อได้แนวคิดเริ่มต้นในการออกแบบแล้ว จึงได้เริ่มที่จะทำ mood&tone board เพื่อที่จะได้แนวโน้มและความเป็นไปได้ ในเรื่องของ mood&tone เพื่อที่จะเป็นแนวทางในด้านของทิศทางของงานเพื่อ จะนำไปใช้ในการพัฒนางานออกแบบต่อไป โดยจะมีให้เลือกทั้งหมด 4 แบบด้วยกัน คือ Décor , Earthtone , Graytone , Progressive นำไปให้บุคลากรภายในคณะเองทำ และนำกลับมาดูแนวโน้มว่าจะไปในทิศทางไหนเพื่อที่จะดูความเหมาะสมและความเป็นไปได้ต่อไป โดยจะอยู่ในลักษณะของแบบสอบถาม

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากแบบสอบถามในข้อ 3.2 ที่ได้นำไปให้กลุ่มตัวอย่างทำ นำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การคำนวณจากข้อ 3.3 จึงได้ผลสรุปออกมาดังนี้

ใน ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับความรู้ด้านการออกแบบ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ชาย	13	7
หญิง	17	
ต่ำกว่า20	0	0
มากกว่า20	30	
มากกว่า25	0	0
logo	26	
poster	19	10
brochures	11	
book	10	5
magazine	16	
stationary	10	5
newspaper	8	
web	10	5
mascot	14	

จำนวนของผู้ทำแบบสอบถาม คิดเป็น % โดยเป็น ชาย 7% หญิง 9% อายุมากกว่า 20 16% เห็นสมควรว่าควรมี ตราสัญลักษณ์ (logo) 14% โปสเตอร์ (poster) 10% แผ่นพับ (brochures) 6% หนังสือ (book) 5% นิตยสาร (magazine) 9% หัวจดหมาย (stationary) 5% หนังสือพิมพ์ (newspaper) 4% เว็บไซต์ (website) 5% ตัวนำโชค (mascot) 8%

ในส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อคณะศิลปะและการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยนเรศวร

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์คะแนน	SD
ข้อ1 ท่านมีความรู้ความเข้าใจในแต่ละสาขา	5	14	11	0	0		มาก	
ข้อ2 ท่านเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศิลปะและการออกแบบ						3.27	ปานกลาง	0.46
ข้อ3 ท่านเห็นด้วยกับวิสัยทัศน์ของคณะศิลปะและการออกแบบ	9	13	7	1	0		มาก	
ข้อ4 ท่านคิดว่าคณะควรมี mascot						3.97	มาก	
ข้อ5 ความเหมาะสมของการออกแบบ logo โดยมีตัวอักษรอย่างเดียว	2	4	19	3	2		ปานกลาง	
ข้อ6 ความเหมาะสมของการออกแบบ logo โดยมีสัญลักษณ์ + ตัวอักษร						4.10	มาก	0.32
ข้อ7 ความเหมาะสมของ mood&tone modern	3	18	6	3	0		มาก	
ข้อ8 ความเหมาะสมของ mood&tone earthtone						3.87	มาก	0.36
ข้อ9 ความเหมาะสมของ mood&tone graytone	5	6	13	4	2		ปานกลาง	
ข้อ10 ความเหมาะสมของ mood&tone progressive						3.73	มาก	0.38

ค่าคะแนนของคำถามในข้อที่ 1 ค่าเฉลี่ย = 3.80 ค่า SD = 0.37 มีเกณฑ์คะแนน = มาก  
ข้อที่ 2 ค่าเฉลี่ย = 3.27 ค่า SD = 0.46 มีเกณฑ์คะแนน = ปานกลาง ข้อที่ 3 ค่าเฉลี่ย = 4.00 ค่า  
SD = 0.33 มีเกณฑ์คะแนน = มาก ข้อที่ 4 ค่าเฉลี่ย = 3.97 ค่า SD = 0.34 มีเกณฑ์คะแนน =  
มาก ข้อที่ 5 ค่าเฉลี่ย = 3.03 ค่า SD = 0.49 มีเกณฑ์คะแนน = ปานกลาง ข้อที่ 6 ค่าเฉลี่ย =  
4.10 ค่า SD = 0.32 มีเกณฑ์คะแนน = มาก ข้อที่ 7 ค่าเฉลี่ย = 3.70 ค่า SD = 0.38 มีเกณฑ์  
คะแนน = มาก ข้อที่ 8 ค่าเฉลี่ย = 3.87 ค่า SD = 0.36 มีเกณฑ์คะแนน = มาก ข้อที่ 9 ค่าเฉลี่ย =  
3.27 ค่า SD = 0.46 มีเกณฑ์คะแนน = ปานกลาง ข้อที่ 10 ค่าเฉลี่ย = 3.73 ค่า SD = 0.38 มี  
เกณฑ์คะแนน = มาก

ในส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่พบและสิ่งที่ควรปรับปรุงในด้าน การออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์คะแนน	SD
logo1 Symbolic logo						2.03	น้อย	0.66
Logo2 Symbolic logo	4	5	11	5	5	2.93	ปานกลาง	0.51
Logo 3 Letter form logo						2.63	ปานกลาง	0.56
Logo4 Symbolic logo	11	8	7	0	4	3.73	มาก	0.38
Logo5 Wordmarks						3.50	มาก	0.42

ค่าคะแนนของ logo ที่ 1 ค่าเฉลี่ย = 2.03 ค่า SD = 0.66 เกณฑ์คะแนน = น้อย logo ที่ 2 ค่าเฉลี่ย = 2.93 ค่า SD = 0.51 เกณฑ์คะแนน = ปานกลาง logo ที่ 3 ค่าเฉลี่ย = 2.63 ค่า SD = 0.56 เกณฑ์คะแนน = ปานกลาง logo ที่ 4 ค่าเฉลี่ย = 3.73 ค่า SD = 0.38 เกณฑ์คะแนน = มาก logo ที่ 5 ค่าเฉลี่ย = 3.50 ค่า SD = 0.42 เกณฑ์คะแนน = มาก

จากข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์และแปลผลแบบสอบถาม จึงได้นำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาในขั้นตอนการออกแบบ โดยที่เลือก จำนวนที่มีค่าคะแนนมากที่สุดออกมา โดยที่นำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง ในด้านของคำถามในส่วนแรก จะนำค่าที่คนสนใจมากที่สุด เป็น % มาใช้พัฒนาการสร้างตัวอัตลักษณ์ โดยเลือกอันดับที่มากที่สุดในกลุ่ม 2 3 อันดับแรก ในส่วนที่ 2 เป็นเรื่องของ mood&tone เลือกจากกลุ่มที่มีคะแนนมากที่สุด จากการวิเคราะห์คะแนน โดยมีลักษณะของ mood&tone ที่ได้คะแนนมากที่สุดในกลุ่ม มาพัฒนาต่อ ในส่วนที่ 3 เป็นแนวทางของการพัฒนาตัวตราสัญลักษณ์ (logo) โดยดูแนวโน้มความเป็นไปได้ จากผลการวิเคราะห์ ค่าคะแนน โดยนำมาพิจารณา ดูความเหมาะสมและความเป็นไปได้ โดยมีรูปแบบของลักษณะ mood&tone ที่นำมาใช้การพัฒนาดังนี้

# DECOR+ DECOR

## ■ สื่อถึง

การต้อนรับ ความเป็นกันเอง ความสะดวกสบาย

## ■ ความรู้สึก

นุ่มนวล ทันสมัย มีสไตล์ พิถีพิถัน

## ■ ลักษณะ:

ชุดสี decor เป็นการผสมผสานระหว่าง สีหม่นของชุด art nouveau กับสีสดใสของชุด art deco ได้เป็นชุดสีที่มีความงดงามและร่วมสมัยยิ่งขึ้น



4.1 mood&tone (Décor)

# เอิร์ทโทน+ EARTHTONE

## ■ สื่อกิ่ง

ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความเป็นมิตร

## ■ ความรู้สึก

หนักแน่น แข็งแรง มั่นคง

## ■ ลักษณะ:

ชุดสี earthtone หรือ natural ได้มาจากธรรมชาติที่เราคุ้นเคยกันดี นั่นคือ สีน้ำตาลของพื้นดิน สีเขียวของใบไม้ สีน้ำเงิน บนท้องฟ้า รวมถึงสีแดงและส้มของดวงอาทิตย์ที่กำลังตกดิน สร้างบรรยากาศอบอุ่น ดึงดูดใจลิขิตธรรมชาติยิ่งขึ้น



## 4.2 mood&tone (Earhtone)

# โทนเทา+ GRAYTONE

■ **สื่อถึง**

ความเป็นกลาง ความเป็นมืออาชีพ สติปัญญา

■ **ความรู้สึก**

สุขุม สุภาพ เกรงขรึม กลาสสิก

■ **ลักษณะ:**

ชุดสี Graytone นั้นประกอบด้วยสีต่างๆในโทนอมเทา (grayish) และสีเทา 2 ชุด ซึ่งได้แก่ Warm gray โทนน้ำตาล และ Cool gray (โทนเทา) ตามลำดับ



4.3 mood&tone (Graytone)

# ลำหน้า+ PROGRESSIVE

## ■ สื่อถึง

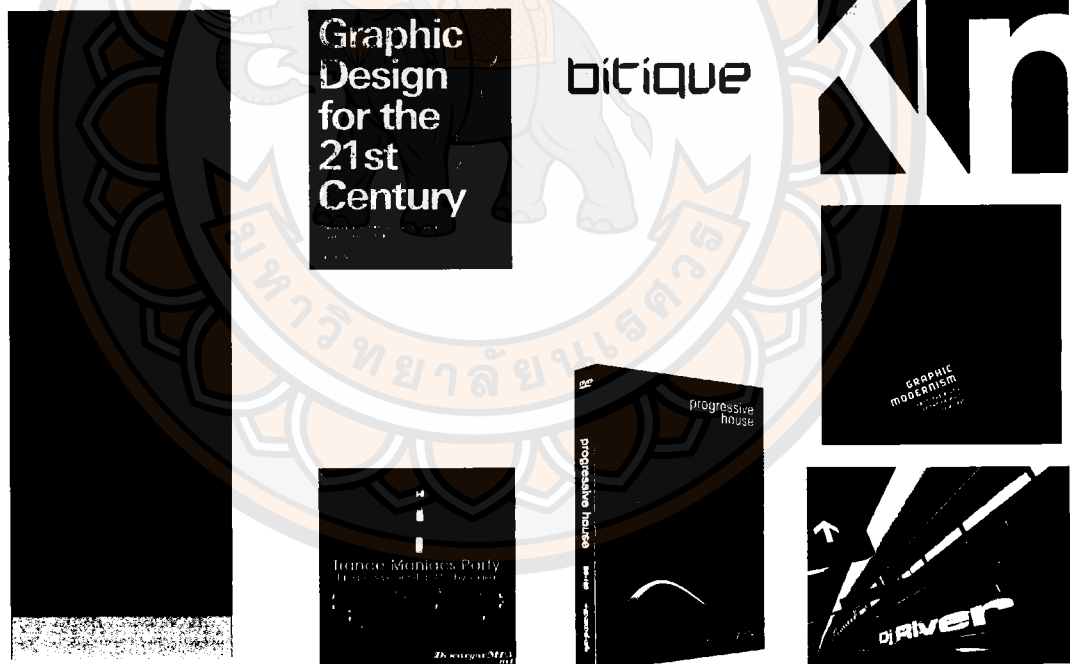
ความเจริญ ความก้าวหน้า ความทันสมัย

## ■ ความรู้สึก

จริงจัง มุ่งมั่น แน่วแน่ กล้าหาญ

## ■ ลักษณะ:

ชุดสีที่ประกอบด้วยโทนสีมืดที่สุดของสี น้ำตาล น้ำเงิน ม่วง ตัดกับความสดสว่างของสีส้มและสีฟ้า สร้างความโดดเด่น ได้อย่างน่าประทับใจ



4.4 mood&tone (Progressive)

## การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัย นเรศวร

หลังจากที่ได้นำแบบสอบถามไปให้บุคลากรของคณะทำแล้ว นำกลับมาสรุปผล ปรากฏว่า mood&tone ของ Earthtone เป็นที่ได้รับความสนใจมากที่สุดจึงได้ปรึกษากับ อาจารย์ที่ปรึกษาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมแล้วจึงดำรูปเป็นที่ mood&tone อันนี้ โดยที่จะใช้เฉดสีที่มีตามตารางนำมาพัฒนางานออกแบบ ทั้งนี้ยังได้นำไก่เหลืองหางขาว เข้ามาเป็นสัตว์นำโชค (mascot) อีกด้วยเพราะจากความสำคัญและการสืบค้นในพื้นที่ดูแล้วและจากการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญต่างๆ นับว่ามีความเหมาะสมเป็นอย่างมาก พร้อมกับ นำโลโบราณเข้ามาเป็นส่วนประกอบ โดยที่ ไก่จะเป็นตัวแทนของศิลปะวิทยาความรู้ความสามารถ สุนัขตัวไล่ จะเป็นตัวแทนของการคิดแก้ปัญหาและแสดงถึงประสพการณ์และความมั่นคงแข็งแรงของตัวองค์กรเอง และเลือกใช้ตัวอักษรที่มีความหนักแน่น มั่นคง มีความน่าเชื่อถือ เป็นแนวทางการออกแบบเบื้องต้น



4.5 ไก่ชนเหลืองหางขาว



4.6 โลโบราณ

#### 4.2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

##### การออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์

การออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์ เป็นสิ่งแรกที่ออกแบบ เมื่อได้ ตราสัญลักษณ์ก็จะได้นำไปพัฒนาออกแบบในส่วนอื่นๆต่อไป โดยที่ได้ทำขึ้นโดยที่มี mood&tone เป็นหลัก โดยมีสัตว์นำโชค ซึ่งเป็นไก่เหลืองหางขาว อยู่บนโล่ พร้อมกับตัวอักษรที่เขียนชื่อคณะ ซึ่งมีลำดับการพัฒนาและทิศทางดังนี้



#### 4.7 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch) ตราสัญลักษณ์

#### 4.3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

หลังจากได้แนวทางของรูปแบบตราสัญลักษณ์จาก แบบร่าง(Sketch) จากหัวข้อ 4.2 แล้ว จึงนำมาแก้ไข พัฒนาต่อจนได้ตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์และเหมาะสม โดยสีที่ใช้จะเป็นสีเหลือง และน้ำตาล ตัวอักษรที่ใช้จะเป็น heveltica มีรูปแบบการพัฒนาดังนี้



#### 4.8 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (1)



4.9 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (2)



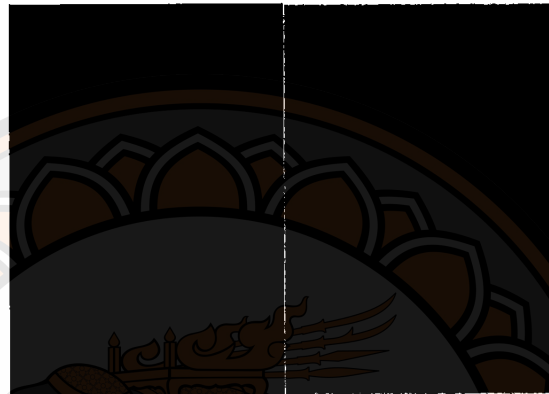
4.10 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (3)



4.11 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (4)

## ตราสัญลักษณ์คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

หลังจากที่ตราสัญลักษณ์ได้ผ่านแบบร่าง , การออกแบบและพัฒนา มาแล้วจึงได้  
 ชื่อสรุปของตราสัญลักษณ์ ในด้านของความหมายต่างๆ ด้านการออกแบบ สีที่ใช้ ตัวอักษรที่ใช้  
 โดยมีรูปแบบดังนี้



#3C2415

#FE0208

สีน้ำตาล - หมายถึงความแข็งแรง สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์

สีแดง - หมายถึงเหลืองหางขาวใต้สมเด็จพระนเรศวร และ ความเจริญรุ่งเรืองของคน

### 4.12 สีที่ใช้ในตราสัญลักษณ์



ตัวตราสัญลักษณ์เป็นลักษณะของไก่เหลืองหางขาวอยู่บนโล่ ตรงกลางมีตัวอักษรย่อ ADNU  
ด้านล่างมีชื่อคณะและมหาวิทยาลัย

#### 4.13 ตราสัญลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร



ไก่ชนเหลืองหางขาว ซึ่งมีถิ่นกำเนิดอยู่ในพิจนุโลก ซึ่งเป็นไก่ที่สำคัญเพราะพระนเรศวรได้นำไปชนกับไก่พม่าจนชนะ  
เป็นไก่ที่มีความเจียวยางลาด เก่งกาจเป็นอย่างมาก มีความสำคัญต่อประเทศชาติ นับว่าเป็นของดีคู่บ้านคู่เมืองพิจนุโลก  
“ถ้าเปรียบตัวไก่เป็นภาพศิลปะ:ภาพ ไก่เหลืองหางขาวก็เปรียบได้กับ  
ภาพศิลปะชั้นเลิศ ที่คนวาดบรรจงแต่งแต้มสี และจินตนาการได้อย่างลงตัว”

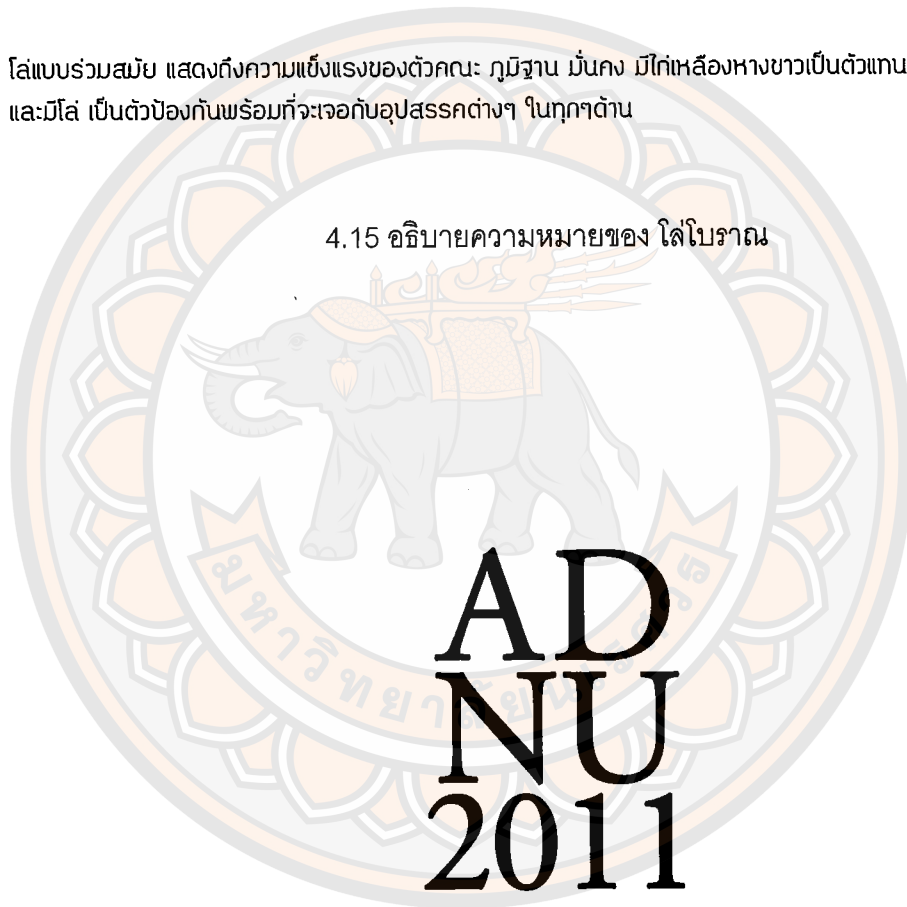
#### 4.14 อธิบายความหมายของ ไก่เหลืองหางขาว



กองถ่ายแควว

โลแบบร่วมสมัย แสดงถึงความแข็งแรงของตัวละคร: ภูมิฐาน มั่นคง มีไ้ไหล่หองหางขาวเป็นตัวแทนของความเก่งกาจ และมีโล เป็นตัวป้องกันพร้อมที่จะเจอกับอุปสรรคต่างๆ ในทุกๆด้าน

#### 4.15 อธิบายความหมายของ โลโบราณ



ADNU เป็นตัวย่อมาจาก FACULTY OF ART AND DESIGN NARAESUAN UNIVERSITY 2011 มาจากปีที่เริ่มก่อตั้งคณะ:

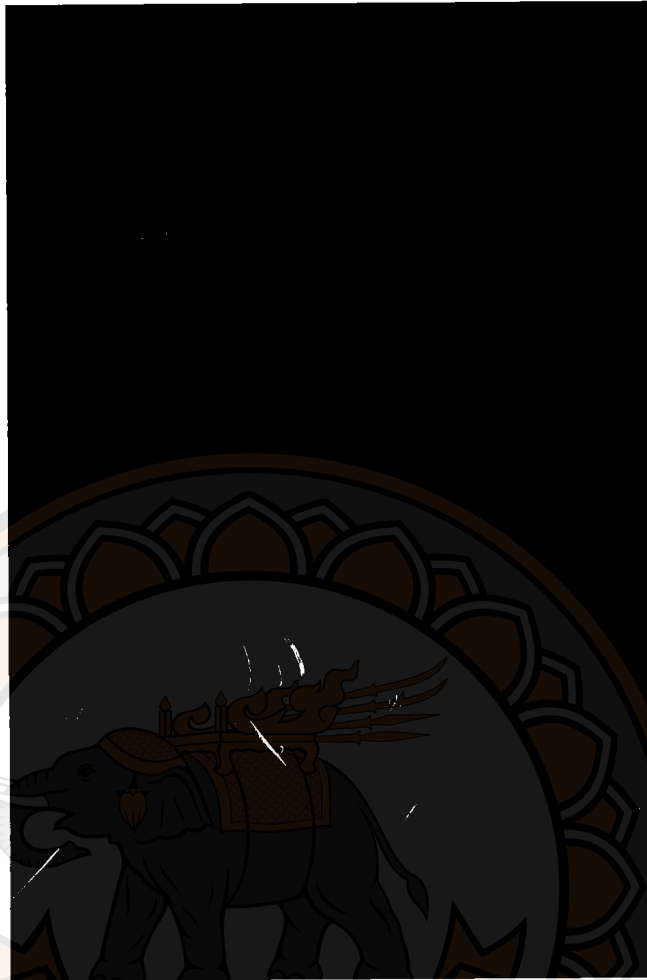
#### 4.16 อธิบายความหมายของ ตัวอักษรย่อในตราสัญลักษณ์

#### 4.4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (New Media)

จัดแสดงผลงานในงานนิทรรศการแสดงผลงานการศึกษาอิสระ "มาเหนือเมฆ" ของนิสิต  
ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรัตนนคร



4.17 ภาพการจัดแสดงผลงาน (1)



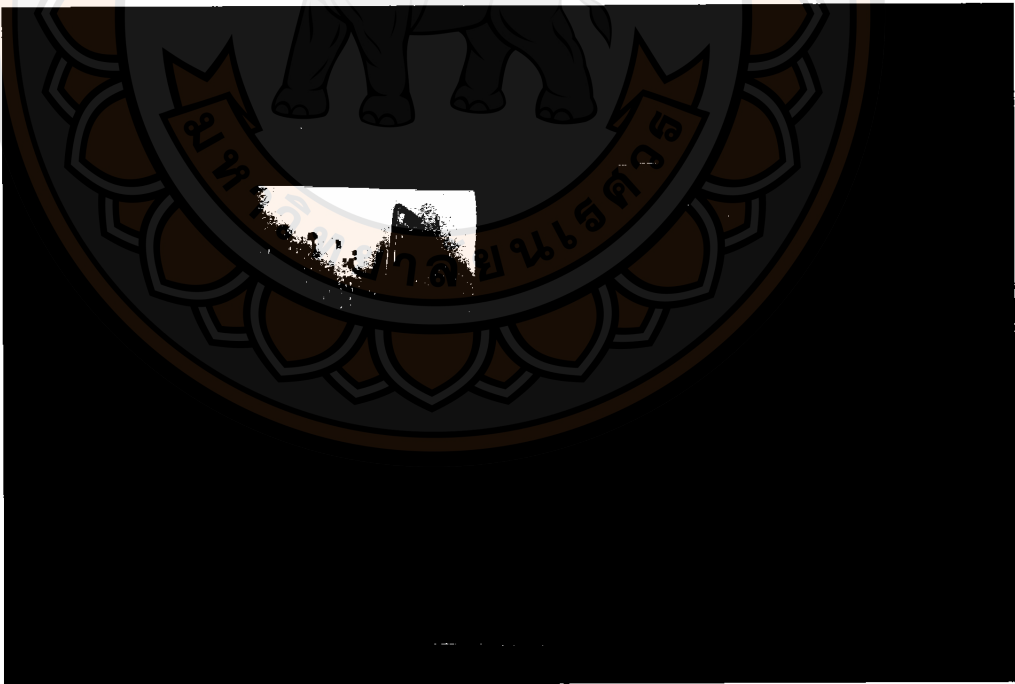
4.18 ภาพการจัดแสดงผลงาน (2)



4.19 ภาพการจัดแสดงผลงาน (3)



4.20 ภาพการจัดแสดงผลงาน (4)



4.21 ภาพการจัดแสดงผลงาน (5)



4.22 ภาพการจัดแสดงผลงาน (6)



4.23 ภาพการจัดแสดงผลงาน (7)

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในหัวข้อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปปะและการออกแบบมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยการออกแบบเน้นที่จะสร้างความเป็นที่จดจำและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตัวองค์กร แสดงถึงความเป็นตัวคณะให้มากที่สุด คือการเป็นผู้นำทางด้านศิลปปะและการออกแบบ โดยเน้นที่จะดึงองค์ประกอบในท้องถิ่น หรือ ในพื้นที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการออกแบบ เป็นองค์ประกอบหลัก เพื่อให้เข้ากับนโยบาย และ พหุกิจของตัวองค์กรเอง ทั้งนี้ทั้งนั้นยังปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับยุคสมัยใหม่มากขึ้นทำให้ผู้คนสามารถที่จะเข้าถึงได้ง่ายขึ้น มีความเป็นกึ่งสากล แสดงถึงความเป็นนักคิดสมัยใหม่

### 5.1 สรุปผลการออกแบบ

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคณะศิลปปะและการออกแบบมหาวิทยาลัยนเรศวร ออกแบบโดยใช้โปรแกรม Illustrator มีตราสัญลักษณ์ , promotional , magazine การออกแบบได้นำสัตว์นำโชคมาใช้ในตราสัญลักษณ์ ซึ่งเรื่องราวและความเป็นมา สอดคล้องและมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับตัวองค์กร และ สถานที่ตั้งของตัวองค์กรเอง ต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตัวองค์กร โดยที่ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และพันธกิจของคณะ แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำในด้านศิลปปะและการออกแบบ ความเป็นนักคิดสมัยใหม่ อีกแง่หนึ่ง แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้สนับสนุนงานออกแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยไปด้วย ซึ่งตัวงานจะจัดแสดงในงาน นิทรรศการ "มาเหนือเมฆ" 2011 มหาวิทยาลัยนเรศวร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปปะและการออกแบบ สาขาออกแบบสื่ออนวัตกรรม

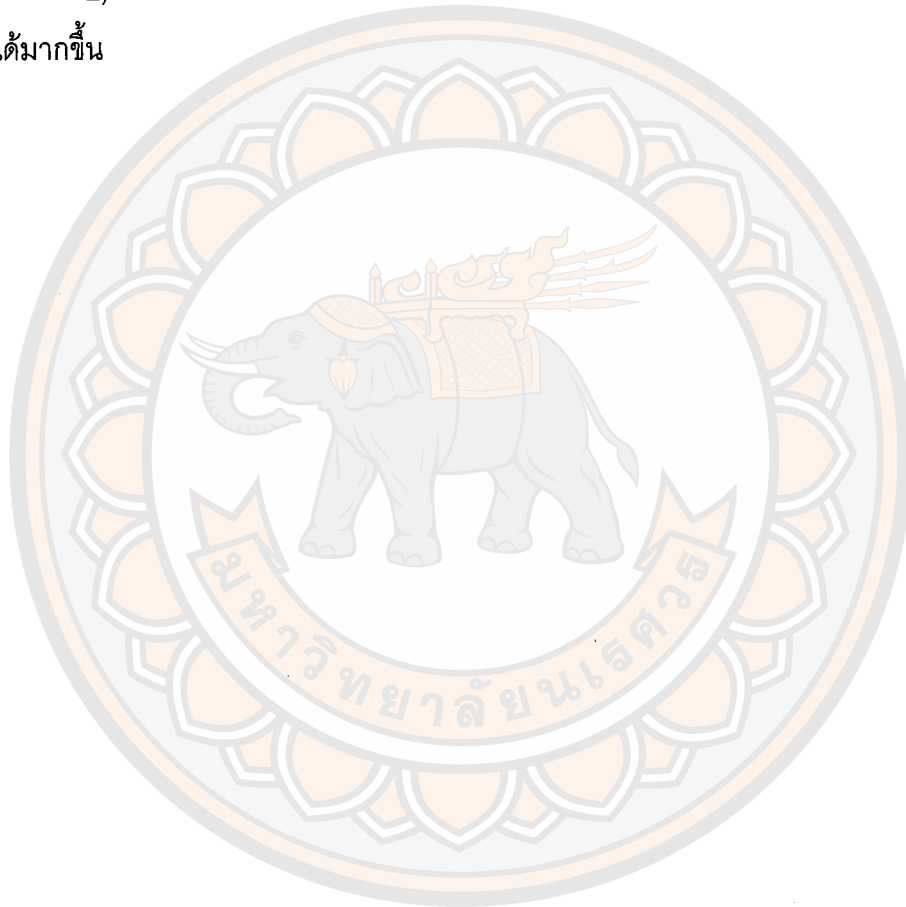
### 5.2 ปัญหาในการออกแบบ

การที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับองค์กร ที่เป็นการศึกษาแบบนี้ถือว่าเป็นเรื่องยาก เพราะเป็นองค์กร ที่ใหญ่ และยากที่จะออกแบบมาแล้วเป็นที่น่าเชื่อถือ และน่าสนใจ การที่จะหยิบยกเรื่องราวมาใช้ในการออกแบบและพัฒนานับว่าเป็นเรื่องที่ยาก เพราะตราสัญลักษณ์ขององค์กร ในลักษณะคล้ายๆกันก็มีให้เห็นอยู่มากมาย

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการอัตถ์ลักษณะองค์กรคณะศิลาปะและการออกแบบมหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- 1) ควรมีการศึกษาหาข้อมูลอ้างอิงที่จะใช้ในการออกแบบให้มากพอ เพื่อความน่าเชื่อถือมากขึ้น
- 2) อาจจะมีการทำแบบทดสอบหลังการวิจัยเพื่อประเมินผลให้ตรงตามจุดประสงค์ได้มากขึ้น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์

### บรรณานุกรม

กาสัตย์ วรพิทยุต (2552). การวิจัยเรื่อง การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ : คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการโฆษณามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

นิศารัตน์ ศิลปเดช (2542). เอกสารประกอบการสอนระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏธนบุรี.

ปริญญญา ศรีสุข (2550). การวิจัยโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้สนับสนุนตามตัวชี้วัดหลัก : ศูนย์อนามัยที่ 9 พิษณุโลก.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ(2539). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์นวิรุณ ตั้งเจริญ (2527) . การออกแบบ : กรุงเทพฯ : วิมวอลอาร์ต.

เว็บไซต์วิทยาลัยเทคนิคนครนายก (2554). สื่อสิ่งพิมพ์ : สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2554,

จาก [http://www.nayoktech.ac.th/~vwinwin/BC22\\_49/DesignP.htmnode/2047](http://www.nayoktech.ac.th/~vwinwin/BC22_49/DesignP.htmnode/2047)

เว็บไซต์วิกิพีเดีย .อัครลักษณ์องค์กรสืบค้นเมื่อ14 มีนาคม 2554, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/>

อารี สุทธิพันธุ์ (2521). การออกแบบ : กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยจันทรเกษม

ภาคผนวกเป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับ mood&tone ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางคร่าวๆ ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยที่ให้นิสิต ภาควิชา ออกแบบ ชั้นปีที่ 3 และ 4 จำนวนหนึ่ง ร่วมให้แนวโน้มน

### ตัวอย่างแบบสอบถาม



#### แบบสอบถามงานวิจัย

#### เรื่อง

ทัศนคติของนิสิตและอาจารย์ มหาวิทยาลัยนเรศวรด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

#### คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนิสิตและบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวรด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน** เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับความรู้ด้านการออกแบบ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklists) และ/หรือเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนด

**ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ** ประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร กำหนดระดับการปฏิบัติมี 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาที่พบและสิ่งที่ควรปรับปรุงในด้านการ  
ออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของ  
ท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. สถานภาพ  อาจารย์/นักวิจัย (ว)

นิสิต

คณะ/ส่วนงาน.....

2. เพศ  ชาย  หญิง

3. อายุ  ต่ำกว่า 20 ปี  มากกว่า 20-25 ปี  มากกว่า 25-30 ปี  มากกว่า 30 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่สำเร็จการศึกษาแล้ว

ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก

5. สื่อประชาสัมพันธ์ศิลปะและการออกแบบที่ควรที่จะมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- logo / โลโก้
- poster / โปสเตอร์
- brochures / แผ่นพับ
- book / หนังสือ
- magazine / นิตยสาร
- stationary / หัวจดหมาย
- newspaper / หนังสือพิมพ์
- website / เว็บไซต์
- mascot / ตัวนำโชค
- อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ ประเด็นเรื่องทัศนคติของท่านต่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ศิลปะ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

มากที่สุด (5) , มาก (4) , ปานกลาง (3) , น้อย (2) , น้อยที่สุด (1)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับการปฏิบัติงาน				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ท่านมีความรู้ความเข้าใจในแต่ละสาขา ของคณะศิลปะและการออกแบบ ในทุกสาขา					
2	ท่านเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศิลปะและการออกแบบ					
3	ท่านเห็นด้วยกับวิสัยทัศน์ของคณะศิลปะและการออกแบบ ที่มุ่งเน้นพัฒนาการออกแบบ และ ส่งเสริมภูมิปัญญางานออกแบบไทย					
4	ท่านคิดว่าคณะศิลปะและการออกแบบควรมี mascot ประจำคณะ					
5	ความเหมาะสมของการออกแบบ logo โดยมีเพียงตัวอักษรเพียงอย่างเดียว					
6	ความเหมาะสมของการออกแบบ logo โดยมีสัญลักษณ์ + ตัวอักษร					
7	ความเหมาะสมของ MOOD&TONE ของ MODERN ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ					
8	ความเหมาะสมของ MOOD&TONE ของ EARTH TONE ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ					
9	ความเหมาะสมของ MOOD&TONE ของ GRAY TONE ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ					
10	ความเหมาะสมของ MOOD&TONE ของ PROGRESSIVE ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบอัตลักษณ์ คณะศิลปะและการออกแบบ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านการออกแบบอัตลักษณ์ต่อคณะศิลปะและการออกแบบมหาวิทยาลัย  
นเรศวร

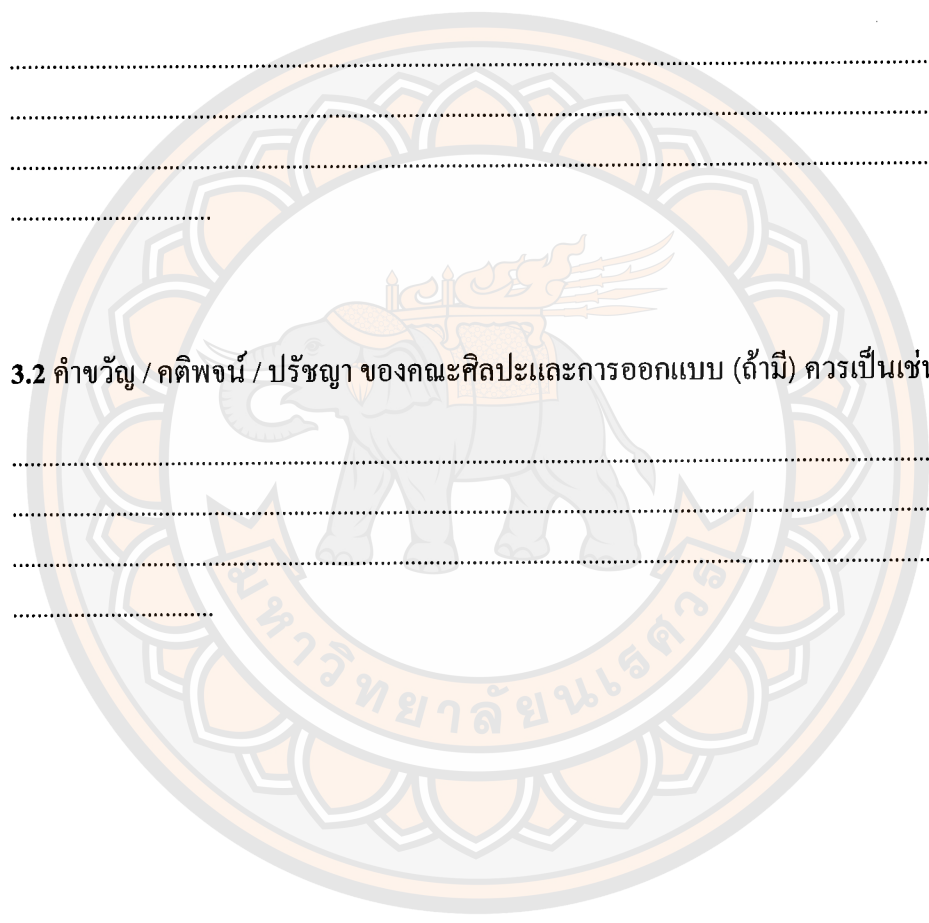
.....  
.....  
.....  
.....

3.1 ตัวนำโชค / mascot (ถ้ามี) ที่ควรจะเป็นอะไรได้บ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

3.2 คำขวัญ / คติพจน์ / ปรัชญา ของคณะศิลปะและการออกแบบ (ถ้ามี) ควรเป็นเช่นไร

.....  
.....  
.....  
.....



3.3 จัดลำดับความชื่นชอบใน logo ของท่าน โดยการใส่ตัวเลขในช่องวงกลม  
มากที่สุด (5) , มาก (4) , ปานกลาง (3) , น้อย (2) , น้อยที่สุด (1)

Wordmarks – คือการใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียวในการสื่อความหมาย

Letter form logo - คือการนำตัวอักษรเรียงไม่ก็ตัวมาใช้ในการออกแบบ

Symbolic logo - คือการออกแบบให้เรียบง่ายที่สุดใช้ตัวอักษรหรือภาพมาใช้ในการออกแบบ

**fad**   
FACULTY ART AND DESIGN  
NARESUAN UNIVERSITY  
Symbolic logo

**art + design**  
ART AND DESIGN NARESUAN UNIVERSITY  
Symbolic logo

**ad**  
ART AND DESIGN  
NARESUAN UNIVERSITY  
Letter form logo

**a**  **d** ART AND DESIGN  
NARESUAN UNIVERSITY  
Symbolic logo

**art AND design**  
ART AND DESIGN  
NARESUAN UNIVERSITY  
Wordmarks

-- ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ --

ตัวอย่าง mood&tone ที่ใช้ในแบบสอบถาม

# โมเดิร์น+ MODERN

## ■ สื่อดิจ

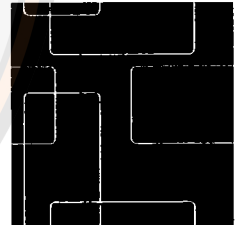
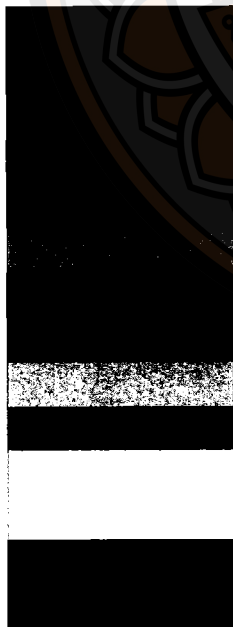
ความเป็นสมัยใหม่ ล้ำยุค

## ■ ความรู้สึก

ทันสมัย เรียบหรู สุขุม

## ■ ลักษณะ

ชุดสีแห่งความโมเดิร์น ประกอบด้วยสีน้ำเงิน-เขียว  
ในโทนอมเทา ให้ความรู้สึกทันสมัย เรียบหรู แต่ดูดี



www

atöre



LAPADAMODERN  
CONFERENCE IN MODERN & CONTEMPORARY ART & DESIGN

# เอิร์ทโทน+ EARTHTONE

## ■ สีสัน

ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความเป็นมิตร

## ■ ความรู้สึก

หนักแน่น แข็งแรง มั่นคง

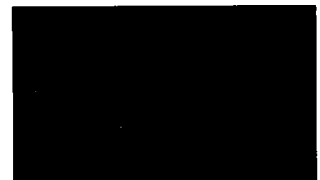
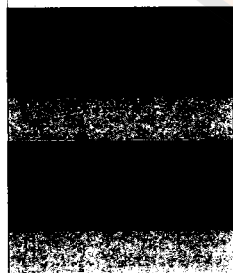
## ■ ลักษณะ:

ชุดสี earthtone หรือ natural ได้มาจากธรรมชาติ  
ที่เราคุ้นเคยกันดี นั่นคือ สีน้ำตาลของแผ่นดิน สีเขียว  
ของใบไม้ สีน้ำเงิน บนท้องฟ้า รวมถึงสีแดงและส้ม  
ของดวงอาทิตย์ที่กำลังตกดิน สร้างบรรยากาศอบอุ่น  
ตัดกับโกลีตธรรมชาติยิ่งขึ้น



# S

seaver stones



# โทนเทา+ GRAYTONE

## ■ สื่อถึง

ความเป็นกลาง ความเป็นมืออาชีพ สติปัญญา

## ■ ความรู้สึก

สุขุม สุภาพ เกรงขรม คลาสสิก

## ■ ลักษณะ:

ชุดสี Graytone นั้นประกอบด้วยสีต่างๆในโทนอมเทา (grayish) และสีเทา 2 ชุด ซึ่งได้แก่ Warm gray โทนน้ำตาล และ Cool gray (โทนเทา) ตามลำดับ



# ลำหญา+ PROGRESSIVE

## ■ สื่อถึง

ความเจริญ ความก้าวหน้า ความทันสมัย

## ■ ความรู้สึก

จริงจัง มุ่งมั่น แน่วแน่ กล้าหาญ

## ■ ลักษณะ:

ชุดสีที่ประกอบด้วยโทนสีมืดที่สุดของสี น้ำตาล น้ำเงิน ม่วง ตัดกับความสดสว่างของสีส้มและสีฟ้า สร้างความโดดเด่น ได้อย่างน่าประทับใจ

