

การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์

Sign & Symbol Design

บทบาทของเครื่องหมายและสัญลักษณ์

-เครื่องหมายทางธุรกิจการค้า (Logos)

-เครื่องหมายทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and cultural symbols)

ความสัมพันธ์กับงานออกแบบด้านต่าง ๆ

-อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity : CI)

-ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System)

-บรรจุภัณฑ์ (Packaging)

-สื่อโฆษณา-ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Advertising-Public Relations and Sales Promotion Media)

ความหมายของอัตลักษณ์

คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า identity (อ่านว่า ไอ-เด็น-ตี-ตี) หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ (ความหมายของอัตลักษณ์. 2550 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <http://legacy.orst.go.th>)

อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่บ่งบอกคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล องค์กร สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่นๆ (ความหมายของอัตลักษณ์. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://elcca.ssru.ac.th>)

สรุปแล้ว อัตลักษณ์ คือลักษณะเฉพาะโดยรวมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่ซ้ำกับสิ่งอื่น ทำให้สิ่งสิ่งนั้นโดดเด่น เป็นที่จดจำและมีความพิเศษเฉพาะตัว

ความหมายของอัตลักษณ์องค์กร

อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity : CI) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นพร้อมๆ กับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้นๆ โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่ายๆ คือ หมายถึง การสื่อสาร ภาพลักษณ์ ขององค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์และความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กรตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับองค์กรนั้นๆ จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรโดยเฉพาะใน โลกที่มีการแข่งขันอย่างมากเช่นปัจจุบัน (นิชกานต์ ไชยจักร อ้างถึงใน สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : หน้า 14)

ความเป็นมาของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

ต้นกำเนิดในทวีปยุโรปเป็นแห่งแรกในราวทศวรรษที่ 19 โดยเริ่มจากความต้องการของ ผู้ค้า ซึ่งมีความประสงค์ที่จะแสดงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว ในตัวสินค้าหรือบริการที่ให้แก่ผู้ซื้อใน สหรัฐอเมริกาได้มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพ ปศุสัตว์ทาง ภาคตะวันตกของประเทศ ที่เรียกว่าเครื่องหมาย (Cattle Brand) ได้แก่ เครื่องหมายที่ใช้ตีตราสัตว์ เลี้ยงในฟาร์ม ในเวลานั้นยังไม่มีผู้ใดให้ความสนใจ トラบจนกระทั่งได้มีการดำเนินธุรกิจและเกิดการ แข่งขันกันอย่างแพร่หลาย นักธุรกิจทั้งหลายจึงหันมาให้ความสนใจ และเห็นความสำคัญของการ ออกแบบ

ในตอนปลายทศวรรษ 1930 ได้มีการตั้งโรงเรียนเบาเฮาส์ (Bauhaus) ซึ่งเป็นโรงเรียนที่เปิด สอนด้านการออกแบบในสาขาต่างๆ ขึ้นเป็นแห่งแรก จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาด้านการ ออกแบบอย่างจริงจัง จนก่อให้เกิดกระแสความต้องการเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เพื่อใช้เป็น เครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่แสดงถึงคุณสมบัติเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น Meggs, Philip B., (1991, p. 308) ได้กล่าวว่าระบบอัตลักษณ์เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 ซึ่งย้อนไปไกลกว่า เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ ซึ่งในระดับชาติและนานาชาติ บริษัทหลายแห่ง มีความยากลำบาก สำหรับการที่ จะรักษาภาพลักษณ์ แต่โดยรวมการสื่อสารทั้งหมด จากองค์กรให้เป็นระบบการออกแบบ ที่สอดคล้องกันเป็นอัตลักษณ์ จะได้รับการคาดหวังว่า จะบรรลุเป้าหมายที่ระบุได้ นับจากช่วงหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ได้มีนักออกแบบที่ มีความรู้ความสามารถจากสถาบันที่มีชื่อเสียง หลายคนเป็นผู้จุดประกายให้กับ วงการการออกแบบ เรขศิลป์ (Graphic Design) ด้วยการนำองค์ประกอบกราฟิกมาใช้ในการสร้างสัญลักษณ์และการ ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

ในช่วงกลางทศวรรษ 1980 เป็นช่วงเวลาที่คอมพิวเตอร์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการทำงาน และ ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นในวงการการออกแบบก็เช่นกัน ได้มีการคิดโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เพื่อ ช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบขึ้นมากมาย จึงอาจกล่าวได้ว่าทศวรรษ 1980 เป็นอีก ช่วงเวลาหนึ่งที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และยังคงมี การพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทยนั้นอาจกล่าวได้ว่าการใช้อัตลักษณ์องค์กรได้เริ่มแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญประมาณ 30 ปีที่ผ่านมาเอง ในระยะแรกจะเป็นการออกแบบ สัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ธุรกิจหรือสิ่งพิมพ์โฆษณาให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยยังมีได้มีการวางระบบ อัตลักษณ์

องค์กรให้กับบริษัทหรือองค์กรเหล่านั้นเนื่องจากทั้งผู้ว่าจ้างและผู้ออกแบบยังมีได้ ตระหนักถึง
ความสำคัญของการมีระบบ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : หน้า 16-21)

บทบาทความสำคัญของอัตลักษณ์องค์กร

ในองค์กรหรือธุรกิจที่มีอัตลักษณ์ หรือ CI Branding ที่แข็งแกร่ง จะช่วยให้ธุรกิจมีความโดดเด่นท่ามกลางคู่แข่งมากมายและง่ายต่อการเป็นที่จดจำจากทั้งผู้ที่เป็นลูกค้า ผู้ที่อาจจะ是客户 ผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) อื่น ๆ ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมที่ตลาดมีการแข่งขันสูง โดยอัตลักษณ์องค์กรสามารถถ่ายทอดออกมาได้ผ่านองค์ประกอบภายนอกที่ผู้คนสามารถรับรู้ได้ทางกายภาพ อย่างเช่น ผ่านการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ชุดสี แบบอักษร บรรจุภัณฑ์ และวิธีการดีไซน์เนื้อหาที่เผยแพร่ เป็นต้น คล้ายกับ อัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ในขณะที่อัตลักษณ์ของแบรนด์เป็นสิ่งที่กว้างขึ้น และไม่ได้ครอบคลุมเพียงแค่องค์ประกอบเฉพาะทางกายภาพ ที่สามารถรับรู้ได้ทันทีขององค์กรหรือบริษัทเท่านั้น แต่จะรวมไปถึงค่านิยม พันธกิจ บุคลิกภาพ ประสบการณ์ของลูกค้า ความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่แบรนด์สร้างขึ้นกับผู้บริโภค และกลยุทธ์ของแบรนด์โดยรวม กล่าวคือ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร หรือ CI คือ เครื่องมือสำหรับการสะท้อนอัตลักษณ์บางอย่างที่องค์กรต้องการการเป็นและต้องการสะท้อนออกมาสู่สาธารณะด้วยรูปแบบทางกายภาพต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์ และง่ายต่อการเป็นที่จดจำและเข้าไปอยู่ในใจของคนทั่วไป (Corporate Identity คืออะไร. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://greedisgoods.com>)

การออกแบบอัตลักษณ์มีส่วนสำคัญอย่างมาก ต่อการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยสร้างความแตกต่าง เกิดความดึงดูดน่าสนใจ งานออกแบบอัตลักษณ์ที่ดีต้องอาศัยการออกแบบที่ดีในการสื่อความหมาย ข้อมูลและความนึกคิดไปยังบุคคลทั่วไป ด้วยเหตุนี้องค์กรที่ประสบความสำเร็จหลายแห่ง จึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์ รวมอยู่ในแผนการบริหารงานขององค์กรด้วย สาเหตุที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการการออกแบบอัตลักษณ์นั้นมีสาเหตุ 2 ประการ อธิบายไว้ ดังนี้

1. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่และมีคู่แข่งในธุรกิจนั้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับองค์กร
2. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควร และเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ใหม่

กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จ เป็นกระบวนการที่ต้องมีการวางแผนที่ดี และต่อเนื่อง องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณามี ดังนี้

1. ชื่อและสัญลักษณ์ที่ล้ำสมัยเมื่อสัญลักษณ์ขององค์กรมีการใช้งานเป็นระยะเวลาานพอสมควร ก็มีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัยและเหมาะสมยิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องพิจารณาพิงระวังคือ พยายามหลีกเลี่ยงความสับสนที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคด้วยการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจ ถึงการปรับเปลี่ยนสัญลักษณ์นั้นๆ

2. การขยายองค์กร จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้ดำเนินธุรกิจและมีผลกำไรเกิดขึ้น จึงเกิดการ ขยายองค์กรเป็นบริษัทสาขา หรืออาจเกิดจากการขยายตัวไปสู่ธุรกิจประเภทอื่น ซึ่งทำให้ต้องการสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงหรือครอบคลุมขอบเขตของธุรกิจนั้นๆ ได้ดียิ่งขึ้น

3. การเลิกดำเนินธุรกิจบางส่วน การปรับโครงสร้าง หรือเปลี่ยนแปลงการบริหารงานในองค์กร ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการบริหาร และส่งผลกระทบต่อภาพรวมขององค์กร

4. ตลาดของธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง เช่น มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของอุตสาหกรรมนั้นๆ

5. เมื่อสินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักและจดจำได้มากกว่าสัญลักษณ์ขององค์กร ตัวอย่างเช่น นีเวียเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนทั่วไปรู้จักมากกว่าชื่อบริษัท เปียร์สคอร์ดฟ ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

6. ผลประกอบการลดลง สัดส่วนของผลกำไรหรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ล้วนเป็นดัชนีบ่งชี้ที่ชัดเจนที่องค์กรจะต้องรีบหันมาพัฒนาตนเองอย่างรีบด่วน องค์กรที่สาธารณชนเป็นผู้กำหนด ในการซื้อสินค้าหรือบริการ มักจะอาศัยภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสำคัญ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือลบ ส่วนใหญ่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความรู้สึกที่เกิดขึ้นไม่เฉพาะจากผู้บริโภค แต่รวมถึง ผู้ลงทุนและลูกค้าในอนาคตอีกด้วย การมีอัตลักษณ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไร และช่วยให้องค์กรนั้น สามารถดำรงอยู่ในตลาดต่อไปได้

7. เมื่อบริษัทลูกที่อยู่ภายใต้บริษัทแม่ที่มีชื่อเสียง ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของตนให้เด่นชัด และประสบความสำเร็จเทียบเท่าบริษัทแม่

8. เกิดปัญหาในเรื่องการสรรหาบุคลากรเพื่อมาทำงานในองค์กร หรือเกิดปัญหาภายในระหว่างฝ่ายต่างๆ หรือระหว่างฝ่ายกับองค์กร (สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : หน้า 22-24)

การออกแบบอัตลักษณ์นั้นนอกจากจะมีบทบาทต่อวงการธุรกิจแล้ว ยังมีคุณค่าทางด้านความงามและส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่ติงามของบุคคล อธิบายไว้สรุปได้ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในงานออกแบบสามารถบ่งบอกถึงแบบ อย่างของสัญลักษณ์ของแต่ละประเทศได้

2. สัญลักษณ์มีความสำคัญในฐานะที่เป็นภาษาสากล

3. ความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ การออกแบบเครื่องหมายการค้า นั้น มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่การจ้างออกแบบไปสู่การเผยแพร่ที่จะช่วยพัฒนากิจการต่างๆ ได้

4. ความสำคัญต่อสังคม การออกแบบก่อให้เกิดคุณค่าทางความงามเกิดความน่าเชื่อถือ ยก ระดับสุนทรียะของสังคมได้อีกวิธีหนึ่ง

5. ความสำคัญต่อประชาชน ในฐานะผู้บริโภคทำให้สะดวกรวดเร็ว เข้าใจได้ง่าย

6. ความสำคัญต่อการบริหารและการปกครอง

7. ความสำคัญทางศิลปะ ผลงานเกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่ต้องเพียรพยายามเสาะหาข้อมูล ใช้ความคิด ความสามารถทางศิลปะสร้างสรรค์ออกมาจากนามธรรมให้เป็นรูปธรรม จึงได้ผล งานที่มีคุณค่า (ทองเจือ เขียดทอง. 2548 : หน้า 1-5)

การออกแบบอัตลักษณ์เป็นการแสดงถึงบุคลิกภาพขององค์กร มีความสำคัญต่อองค์กรอย่างมาก สรุปได้ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อองค์กร

1.1 ระบุ (Identity) ว่าองค์กรนั้นชื่ออะไร

1.2 สื่อสาร (Communicate) ว่าองค์กรนั้นทำอะไร มีจุดกำเนิดจากไหน มีส่วนผสมอะไร มีคุณค่า คุณภาพ ข้อเสนอ บุคลิกภาพ ฯลฯ

1.3 แยกความแตกต่าง (Differentiate) ในองค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน

1.4 เสริมคุณค่า (Add Value) ในแง่จิตวิทยา ให้สินค้าหรือบริการขององค์กรนั้นๆ ดูมี

คุณค่าหรือมีราคามากขึ้น

1.5 เป็นทรัพย์สินที่มีค่า (Valuable Asset) ขององค์กรผู้เป็นเจ้าของซึ่งเมื่อได้มีการดำเนินการจนประสบความสำเร็จแล้ว ตราสัญลักษณ์นั้นอาจจะนำมาใช้เช่า หรือรับช่วงไปดำเนินการ เช่น ธุรกิจประเภทร้าน 7-11, BurgerKing เป็นต้น และหากไม่ต้องการดำเนินการต่อไปก็อาจนำมาขายให้ผู้อื่นดำเนินการต่อได้

1.6 เป็นการแสดงความเป็นผู้มีสิทธิ์เป็นเจ้าของตามกฎหมาย (Legal Properties) ซึ่งช่วยให้สามารถดำเนินการเอาผิดทางกฎหมายกับผู้ที่ทำเลียนแบบได้

2. เพิ่มความสำคัญต่อผู้บริโภค

2.1 เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเลือกองค์กรที่ต้องการ

2.2 ให้อิสระภาพในการเลือก (Freedom of Choice) องค์กรที่เหมาะสม กับตนที่สุด

2.3 ช่วยค้ำประกันมาตรฐานด้านต่างๆ ขององค์กร อัตลักษณ์มีความสำคัญเสมือนดังหน้าตาขององค์กร ที่มองเห็น สัมผัสได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อต่างๆ เพื่อนำเสนอถึงบุคลิกภาพที่ชัดเจนขององค์กร ซึ่งความชัดเจนและความ สม่่าเสมอนี้จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่ดำเนินได้โดยไม่ซ้ำใครขององค์กรต่อไป (อารยะ ศรีภักย์ณบุตร. 2541 : หน้า 1-4)

ประเภทของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. อัตลักษณ์เดียว (Monolithic Identity) องค์กรที่มีอัตลักษณ์ประเภทนี้จะใช้ชื่อตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ขององค์กรแบบเดียวกัน แม้ว่าองค์กรจะมีสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย รวมถึงรูปแบบการสื่อสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติตนของพนักงานก็จะดำเนินไปในรูปแบบเดียวกัน องค์กรจะแสดงอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวสำหรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดขององค์กร ซึ่งทำให้สะดวกต่อการบริหารการสื่อสารขององค์กร และทำให้ตราผลิตภัณฑ์ขององค์กรแข็งแกร่ง

2. อัตลักษณ์เฉพาะ (Branded Identity) องค์กรที่มีบริษัทในเครือและผลิตสินค้าหรือบริการหลายรูปแบบ โดยที่บริษัทในเครือต่างก็มีตราสัญลักษณ์ รูปแบบการสื่อสาร การดำเนินงานเป็นของตัวเอง ซึ่งตรงกันข้ามกับ อัตลักษณ์เดียว อย่างสิ้นเชิง

ดังนั้น บริษัทในเครือ (Sub Brand) จะมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถกำหนดและสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน

3. อัตลักษณ์เสริม (Endorsed or Mixed Identity) องค์กรที่มีบริษัทในเครือซึ่งผลิตสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย และถึงแม้ว่า Sub Brand เหล่านี้จะมีชื่อ ตราสัญลักษณ์ หรือรูปแบบการสื่อสารเป็นของตัวเอง แต่ชื่อหรือตราสัญลักษณ์ของบริษัทแม่ (Parent Company) ก็ปรากฏอยู่ด้วยเพื่อสนับสนุนให้บริษัทในเครือมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น (Olins. 2532 : หน้า 84-85)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์องค์กร

โดยทั่วไปองค์ประกอบหลักของอัตลักษณ์องค์กรมี ดังนี้

1. ชื่อ (Names) ชื่อของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญนับเป็นลำดับแรกๆ ที่เราได้ ดังนั้น จึงใคร่ขอทำความเข้าใจถึงที่มาของชื่อต่างๆ ว่าโดยทั่วไปแล้วมีหลักในการตั้งชื่อองค์กรอย่างไร และชื่อแต่ละแบบมี ข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร

2. เครื่องหมาย (Marks) ไม่ว่าจะเป็้องค์กรที่มีขนาดใหญ่หรือเล็กเครื่องหมายนับเป็น กุญแจสำคัญที่จะก่อให้เกิด ระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียง การใช้ชื่อตัวอักษรหรืออาจ เป็นการผสมผสานระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบทางกราฟิกเพียงลำพังก็ได้ เครื่องหมายนั้นอาจสื่อความหมายโดยตรงถึงชื่อหรือลักษณะ ของธุรกิจที่บริษัทนั้นดำเนินอยู่ หรืออาจเป็นภาพนามธรรม (Abstract)

3. ตัวอักษร (Typography) ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบ ตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบ โดยทั่วไปแล้วนักออกแบบจะกำหนดแบบตัวอักษร (Font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์ และเลือกแบบอื่นๆ ที่เข้ากันได้ดีกับแบบตัวอักษรนั้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เตรียมเผื่อไว้สำหรับการใช้งาน ร่วมกับตัวอักษรที่ใช้เป็นสัญลักษณ์อีก 3-4 แบบ เพื่อกำหนด โครงสร้างรวมในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร

4. สีอัตลักษณ์ (Color Signature) สีจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กร ได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของ สัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในใจผู้บริโภค เช่น เมื่อนึกถึงน้ำมันเชลล์ เราจะมีได้นึกถึงเพียงแค่สัญลักษณ์รูปหอยเชลล์เท่านั้น แต่ยังมีสีเหลือง และสีแดงที่ใช้กับสัญลักษณ์นั้นด้วย ดังนั้นในการวางระบบอัตลักษณ์ นักออกแบบจึงได้ทำการกำหนดสีของอัตลักษณ์และโครงสร้างอื่นๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้นขึ้นจำนวนหนึ่ง เพื่อให้การออกแบบมีความยืดหยุ่นได้บ้างแต่ขณะเดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน

5. ข้อความประกอบ (Tag Line) ข้อความประกอบนี้จะป็นข้อความสั้นๆ ที่อธิบายถึง ความ เป็นองค์กรที่วางอยู่ใต้ชื่อหรือ สัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร สินค้า หรือการบริการนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น “รักคุณเท่าฟ้า” หรือ “Smooth as Silk” ใต้สัญลักษณ์ ของ การบินไทย เป็นต้น (สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547 : หน้า 52-57)

องค์ประกอบของอัตลักษณ์แต่ละธุรกิจอาจมีนอกเหนือจากที่กล่าวมาแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่ กับความต้องการและความจำเป็นของธุรกิจนั้นๆในการออกแบบอัตลักษณ์และสื่อต่างๆของธุรกิจ

ข้อดี ข้อเสียของอัตลักษณ์องค์กร

ข้อดี ความแข็งแกร่งของแบรนด์จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์และบริการในเครือ่นั้นแข็งแกร่งตามไป ด้วย และยังเป็นที่ยึดใจ เติบโตได้ในทุกๆตลาดได้อีก

ข้อเสีย หากแบรนด์หรือธุรกิจประสบปัญหาวิกฤตใดๆขึ้นมา อาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์และ บริการอื่นๆ และอาจสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้าได้

ความหมายของตราสัญลักษณ์

โลโก้ เป็นคำยืมจากภาษาอังกฤษว่า logo แปลว่า เครื่องหมาย หรือ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งบริษัท หรือองค์กรหนึ่งทำขึ้นเพื่อใช้ทางการค้าหรือการประชาสัมพันธ์ ด้วยการพิมพ์ไว้บนสินค้าหรือเอกสาร เป็นต้นของหน่วยงาน. ในภาษาไทย บางคนใช้คำว่า โลโก้ ตามความหมายในภาษาอังกฤษ แต่บาง คนใช้ โลโก้ แทนสัญลักษณ์ของหน่วยงานเพื่อการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเท่านั้น เช่น โลโก้การแข่งขันกีฬา โลโก้วันจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม โลโก้งานประกวดกล้วยไม้

โลโก้ มักทำเป็นรูปสัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะเด่น ของสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ ทราบ หรือใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ หากสัญลักษณ์นั้นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย แล้ว เช่น ห่วง ๕ ห่วงเกี่ยวกัน เป็นโลโก้ของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โดยทั่วไป โลโก้เป็นรูปที่มี ความหมายชัดเจน มีสีและรูปสัญลักษณ์ที่จดจำง่ายและมีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ (ความหมายของตราสัญลักษณ์. 2555 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <http://legacy.orst.go.th>)

โลโก้ คือ เครื่องหมาย ตรา หรือสัญลักษณ์ทางการค้า ที่ผ่านการออกแบบกราฟิกเพื่อสร้าง เอกลักษณ์แก่สินค้า บริการและกิจการของตนเอง โดยการออกแบบจะต้องสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มี

เอกลักษณ์ และจดจำได้ง่าย (โลโก้คืออะไร. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา <https://www.jalearnmedia.com>)

ความเป็นมาของตราสัญลักษณ์

จุดเริ่มต้นของโลโก้นั้นมีมาเป็นพันปีแล้ว เช่น ชาวนาที่สร้างสัญลักษณ์บนสัตว์เลี้ยงของตัวเอง เพื่อแสดงถึงความเป็นเจ้าของ ช่างปั้นหม้อทำสัญลักษณ์บนสินค้าเพื่อบอกว่าหม้อนี้ผลิตจากหมู่บ้าน ไท หรือขุนนางมีตราประจำตระกูลเพื่อแสดงถึงอำนาจและความมั่งคั่ง (ที่มาของโลโก้. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://manastudio.net>)

มีข้อสงสัยเล็กน้อยเกี่ยวกับต้นกำเนิดที่แท้จริงของโลก ในการออกแบบประวัติศาสตร์มากที่สุดจนถึงปัจจุบัน การพิมพ์หรือการฝังของโลกที่สมัยโรมันและกรีกยุคต้น นี่คือนักชาวกรีกที่ใช้ภาพของกษัตริย์ของพวกเขาในสกุลเงินของพวกเขา นักประวัติศาสตร์หลายคนยังเชื่อว่าการเดินทางของการออกแบบโลโก้เริ่มต้นใน Mesopotamia หรือแม่น้ำไนล์วัลเลย์ที่ถูกตราตรึงภาพในตราถึงเพื่อแสดงให้เห็นถึงเรื่องราว แต่ต้นกำเนิดของโลก โลกได้รับมาจากภาษากรีกคำว่า โลโก้ ซึ่งหมายถึง คำว่า เป็นเวลากว่าหน้า โลโก้กลายเป็นที่นิยมมากขึ้นในการระบุกลุ่มที่เฉพาะเจาะจง หรือประเทศ หมู่บ้าน หรือชนเผ่ามีโลโก้ที่แตกต่างกัน สำหรับแต่ละสมัครพรรคพวกที่แตกต่างกันของพวกเขา และในทำนองเดียวกันโลโก้กำลังเริ่มต้นเพื่อนำมาใช้ในธงเสื้อแขนภาพวาด ฯลฯ (ประวัติศาสตร์และอนาคตของการออกแบบโลโก้. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://companylogothai.wordpress.com>)

ความสำคัญของตราสัญลักษณ์

การทำโลโก้หรือออกแบบโลโก้ เรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่มาคู่กันกับการสร้างธุรกิจเลยทีเดียว ซึ่งทุกแบรนด์ ร้านค้า หรือบริษัทนั้นจำเป็นต้องมีการออกแบบโลโก้เป็นของตัวเอง เพราะจะเป็นการช่วยสร้างอัตลักษณ์ประจำร้านหรือองค์กร และยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดได้อีกด้วย จะสังเกตได้ว่าเวลาที่เรากำลังมองหาสินค้าและบริการบางอย่างในสถานที่อันกว้างใหญ่ เราจะสะดุดตากับโลโก้ของร้านค้านั้นๆ ได้มากกว่าการอ่านตัวอักษร และโลโก้เหล่านั้นก็ช่วยดึงดูดให้เราไปหยิบสินค้า หรือเดินเข้าไปดูบริการเพิ่มเติมได้ง่าย ๆ นอกจากนี้โลโก้ก็ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างการจดจำและความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี การออกแบบโลโก้ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ว่าจะประกอบธุรกิจประเภทใด เป็นร้านค้า ห้างร้าน หรือบริษัท ขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ก็สามารถจะใช้โลโก้ในการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (โลโก้สำคัญอย่างไร. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://thedesigntessential.com>)

ประเภทของตราสัญลักษณ์

ประเภทของตราสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. Lettermark หรือ Monogram ใช้กับแบรนด์ที่มีชื่อยาว และต้องการย่อให้สั้น โดยใช้ตัวย่อมาประกอบเป็นชื่อใหม่ ที่มีจำนวนตัวอักษรไม่มาก อ่านและจำได้ง่าย โดยเน้นออกแบบให้ตัวอักษรมีลักษณะพิเศษที่ต่างจากตัวอักษรทั่วไป เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์และเพิ่มการจดจำ

2. Wordmark หรือ Logotype ใช้ชื่อแบรนด์มาตั้งเป็นโลโก้ โดยชื่อแบรนด์จะมีความสั้นและแปลกใหม่ในตัวเองอยู่แล้ว โดยไม่เน้นว่าจะต้องมีความหมายหรือใหม่ และจะเน้นออกแบบตัวอักษรให้มีความโดดเด่นเพื่อควมมีเอกลักษณ์และจดจำได้ง่ายเช่นกัน

3. Pictorial Mark หรือ Logo Symbol เป็นโลโก้ที่เอารูปสิ่งของที่มีอยู่แล้วเอามาเป็นตัวแทนของแบรนด์ ไม่มีตัวอักษรประกอบ อาจออกแบบเพิ่มเติมเพื่อให้มีจุดสังเกตที่แตกต่างไปจากเดิมเล็กน้อยแต่สามารถจดจำได้ง่าย โดยรูปที่นำมาใช้อาจเกี่ยวข้องหรือมีนัยยะสำคัญเชิงลึกเกี่ยวกับแบรนด์ และมักใช้โลโก้ลักษณะนี้กับแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว

4. Abstract หรือ Logo Mark โลโก้ที่นำสัญลักษณ์หรือรูปของสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาออกแบบประกอบกันให้เป็นรูปใหม่ที่สื่อถึงแบรนด์ผ่านการออกแบบรูปร่าง สีและลายเส้นได้อย่างเต็มที่ จนเกิดเป็นรูปร่างใหม่ที่มีเอกลักษณ์และไม่ซ้ำใคร

5. Mascot โลโก้ที่ใช้ตัวการ์ตูนมาเป็นตัวแทน โดยมักออกแบบเป็นรูปร่างคน เพื่อสื่อถึงความเข้าถึงง่าย เป็นมิตร และเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย มักใช้กับแบรนด์ที่มีความขี้เล่นและมีความครอบครว้สูงมากกว่าแบรนด์ที่เน้นความหรูหรา ซับซ้อน หรือเชิงสังคมมากๆ และสิ่งที่สำคัญเมื่อออกแบบโลโก้เป็นตัวการ์ตูนจะมีรายละเอียดบางอย่างที่อาจหายไปเมื่อถูกพิมพ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก จะไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้ครบเท่ากับโลโก้แบบอื่น

6. Combination Mark โลโก้ที่นำรูปภาพและตัวอักษรของชื่อแบรนด์มารวมกัน อาจวางข้างกัน ด้านบน ด้านล่าง หรือนำมาออกแบบรวมกันเป็นหนึ่งเดียว จุดเด่นคือสามารถมองเห็นรูปและชื่อไปได้พร้อมกันทำให้จำได้ทั้งชื่อและรูปได้ง่ายขึ้น

7. Emblem โลโก้ที่มีความเป็นตราสัญลักษณ์ มักมีกรอบวงกลม สีเหลี่ยม หรือรูปโล่ และมีรายละเอียดด้านในเป็นรูปภาพและตัวอักษรที่ซับซ้อน มักเจอได้ในโลโก้สโมสรและโลโก้โรงเรียน สื่อถึงความมั่นคง หนักแน่น สุขุมและคลาสสิกแต่ข้อเสียเมื่ออยู่ในพื้นที่เล็กๆรายละเอียดก็จะมองไม่เห็น

ได้ ทางแก้คือออกแบบให้มีความซับซ้อนน้อยที่สุดและยังคงความกรอบไว้ให้ได้ (โลโก้คืออะไร. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา <https://www.jallearnmedia.com>)

"icon"

คำว่า "icon" มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกโบราณว่า "eikōn" ซึ่งแปลว่า "ภาพ" หรือ "รูปเหมือน" คำนี้มีความหมายกว้างขวางมาก เช่น

- 1) รูปภาพที่ใช้สื่อความหมายแทนวัตถุหรือแนวคิด เช่น รูปกระดาษหรือหยดน้ำ (สื่อความหมายถึงหมึก) บนเครื่องพริ้นเตอร์
- 2) บุคคลที่เป็นที่รู้จักและเป็นตัวแทนของบางสิ่ง เช่น มาดอนน่าราชินีเพลงป๊อปที่เป็นแฟชั่นไอคอนของกลุ่ม LGBT
- 3) สิ่งของหรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม เช่น หอไอเฟลเป็นไอคอนของประเทศฝรั่งเศส

สำหรับนักเรียนออกแบบกราฟิก การออกแบบไอคอนในความหมายที่ 1 มักจะเป็นโจทย์พื้นฐานสำหรับฝึกทักษะการออกแบบในขั้นปต้นๆ โดยจะเป็นการคลี่คลายรูปภาพจากภาพที่มีรายละเอียดเหมือนจริงให้เป็นภาพที่ดูเรียบง่ายขึ้น เช่น การคลี่คลายภาพคนซึ่งจะมีรายละเอียดอย่าง หู ตา จมูก ปาก นิ้วมือ นิ้วเท้า กลายเป็นภาพที่คนเหลือแค่หัวกลมๆ ตัว แขน ขาเป็นแท่งตรงๆ สำหรับรูปแบบของไอคอน อาจออกแบบเป็นภาพลายเส้น (outline) หรือเป็นภาพลงสี (filled) ซึ่งอาจเป็นภาพลงสีแบบแบนๆ (flat) ภาพลงสีแบบมิติ (Dimensional) มุมมองของภาพก็อาจออกแบบได้หลายแบบ เช่น มุมมองแบบหน้าตรงหรือด้านข้าง มุมมองแบบทัศนียภาพ (perspective) มุมมองแบบไอโซเมตริก (isometric)

การออกแบบไอคอนไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวแน่นอน อาจจะเป็นภาพที่อ้างอิงจากรูปร่างรูปทรงเรขาคณิต หรือเป็นภาพที่วาดด้วยมือเป็นรูปร่างง่ายๆ ก็ได้ แล้วแต่บุคลิกภาพที่ต้องการสื่อออกมา อีกสิ่งหนึ่งที่นักเรียนออกแบบจะถูกเคี่ยวเข็ญคือ การออกแบบไอคอนที่มีลักษณะเป็นชุด คือ ออกแบบภาพที่สื่อความหมายหลายๆ สิ่ง โดยควบคุมให้รูปแบบ สัดส่วน น้ำหนัก positive และ negative space ที่ใกล้เคียงกัน

แต่สิ่งที่สำคัญคือการสื่อสาร เพราะเรามักจะใช้ภาพไอคอนสื่อสารโดยไม่มีตัวหนังสือกำกับ ภาพที่ใช้จึงมักสื่อสารแบบตรงไปตรงมา (icon) เช่น รูปกระดาษใช้สื่อความหมายถึงกระดาษ รูปรถไฟสื่อความหมายถึงรถไฟ แต่ในขณะเดียวกันเรายังสามารถใช้ภาพที่สื่อความหมายโดยนัยได้ (index) เช่น หัวกะโหลก สื่อความหมายถึงความตายหรืออันตรายหรือเป็นพิษ ฟูกัน สื่อความหมายถึงศิลปะ เกล็ดหิมะ สื่อความหมายถึงความเย็น ซ้อนส้ม สื่อความหมายถึงอาหาร และอีกรูปแบบคือใช้ภาพสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย (symbol) เช่น กางเขนสื่อความหมายถึงศาสนาคริสต์ ลูกศรสามอันวนกันเป็นรูปสามเหลี่ยมหรือวงกลม สื่อถึงรีไซเคิล

หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์

1. เรียบง่าย ไม่หือหวา สามารถนำไปใช้ในบรรจุภัณฑ์แบบต่างๆได้ง่ายและไม่รู้สึกซ้ำตา
2. เหมาะสม คำนึงถึงภาพลักษณ์และวิสัยทัศน์ของตัวแบรนด์ และออกแบบโดยอิงตามนั้น หากแบรนด์มีความมั่นคงและหรูหรา การออกแบบโลโก้ให้ดูน่ารักและเข้าถึงง่ายอาจไม่เหมาะสมนัก
3. ยั่งยืน มีเอกลักษณ์ของตัวเอง รวมถึงมีแก่นของการออกแบบ ไม่ออกแบบตามกระแสเพราะจะทำให้โลโก้เก่าไปตามกาลเวลา ไม่คงทนและคลาสสิก
4. มีความพิเศษ นอกจากสวยงามแล้วต้องโดดเด่น ทุกการลากเส้นต้องมีเหตุและผล แม้จะเป็นสัญลักษณ์ง่ายๆแต่ถ้าโดดเด่นก็จะทำให้แบรนด์มีเอกลักษณ์มากขึ้น
5. จดจำได้ง่าย สามารถจดจำได้แม้จะเปลี่ยนสี ย่อหรือขยาย รวมถึงเห็นแล้วต้องจำได้ในระยะเวลาอันสั้น
6. ยืดหยุ่น เข้ากันกับทุกการมีอยู่ ซึ่งถ้าออกแบบให้เรียบง่ายก็จะสัมพันธ์กันอยู่แล้ว
7. มีจุดโฟกัส มีจุดนำสายตาเพียงอย่างเดียว อาจจะนำรูปที่มีอยู่มาตัดหรือเพิ่มบางส่วนเข้าไปให้ไม่ปกติ เมื่อรู้สึกแปลกตาก็จะทำให้จดจำได้ง่ายเช่นกัน (โลโก้คืออะไร. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา <https://www.jalearnmedia.com>)

หลักการใช้สี

การใช้สีกับงานออกมานั้น อยู่ที่นักออกแบบมีจุดมุ่งหมายใด ที่จะสร้างความ สนใจ ความเร้าใจต่อผู้ดู เพื่อให้เข้าถึงจุดหมายที่ตนต้องการ หลักของการใช้สี ดังนี้

1. การใช้สีวรรณะเดียว ความหมายของสีวรรณะเดียว (tone) คือกลุ่มสีที่แบ่งออกเป็น วงล้อของสีเป็น 2 วรรณะ คือ

วรรณะร้อน (warm tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้ อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อน

วรรณะเย็น (cool tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ดู เย็นตา ให้ความรู้สึก สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับ สีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะ เดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (เอกภาพ) กลมกลืน มีแรงจูงใจให้คล้อยตามได้มาก

2. การใช้สีต่างวรรณะ หลักการทั่วไป ใช้อัตราส่วน 80% ต่อ 20% ของวรรณะสี คือ ถ้า ใช้สีวรรณะร้อน 80% สีวรรณะเย็นก็ 20% เป็นต้น ซึ่งการใช้แบบนี้สร้างจุดสนใจของผู้ดู ไม่ควรใช้อัตราส่วนที่เท่ากันเพราะจะทำให้ไม่มีสีโดดเด่น ไม่น่าสนใจ

3. การใช้สีตรงกันข้าม สีตรงข้ามจะทำให้ความรู้สึกที่ตัด กันรุนแรง สร้างความเด่น และเร้าใจได้มากแต่หากใช้ไม่ถูกหลัก หรือ ไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนสีมากเกินไป ก็จะทำให้ ความรู้สึกพร่ามัว ลายตา ขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้าม ในอัตราส่วน 80% ต่อ20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาว หรือสีดำ เข้ามาเสริม เพื่อ ตัดเส้นให้แยกออกจากกันหรืออีกวิธีหนึ่งคือการลดความสดของสีตรงข้ามให้หม่นลงไป

สีตรงข้ามมี 6 คู่ ได้แก่

- สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง
- สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว
- สีน้ำเงิน ตรงข้ามกับ สีส้ม
- สีเขียวเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงแดง
- สีส้มเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงน้ำเงิน

4. การใช้สีตัดกัน ควรคำนึงถึงความเป็นเอกภาพด้วย วิธีการใช้มีหลายวิธี เช่น ใช้สีให้ มีปริมาณต่างกัน เช่น ใช้สีแดง 20 % สีเขียว 80% หรือ ใช้เนื้อสีผสมในกันและกัน หรือใช้สีหนึ่งสีใดผสม

กับสีคู่ที่ตัดกัน ด้วยปริมาณเล็กน้อย รวมทั้งการเอาสีที่ตัดกันมาทำให้เป็นลวดลายเล็กๆ สลับกัน ในผลงานชิ้นหนึ่งอาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่าง ทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการหรือรูปแบบที่ตายตัว

ในงานออกแบบหรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อนหรือวรรณะเย็น เราจะสามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนงดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อ มวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถ ชับแน่นให้ให้เกิด จุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สี ต้องนำหลักการต่างๆ ของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

- สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลัง ของแต่ละคนสีบางสีสามารถรักษาबाटโรจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้

- สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น

- สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น

- สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำ งานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบและผลงานหรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกภาพ

หลักการออกแบบตัวอักษร

1. ข้อมูลรูปแบบตัวอักษร

1.1 ตัวอักษรภาษาไทย อักษรตัวพิมพ์มีบทบาทต่อการผลิตงานออกแบบเป็นอย่างยิ่ง รูปแบบและ ลักษณะเฉพาะของตัวอักษรที่มีความหลากหลายมากมาย การจะเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรใดต้องขึ้นอยู่กับ ความเหมาะสมของงานนั้น งานลักษณะหนึ่งอาจจะเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของตัวอักษรแบบหนึ่ง ถ้ามีความเหมาะสมพอเหมาะพอดีในการนำมาใช้ ก็ส่งเสริม

ให้งานออกแบบนั้นสามารถสื่อความหมายได้ อย่างเต็มที่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีการสร้างตัวอักษรสำเร็จรูปออกมาหลากหลายรูปแบบ เช่น ตัวอักษรจากคอมพิวเตอร์ ตัวพิมพ์ดีด ตัวเรียงพิมพ์ และแผ่นอักษรลอก

1.1.1 ตัวอักษรแบบตัวพิมพ์ คือ อักษรสำเร็จที่ได้การออกแบบและผลิตเป็นแม่แบบไว้สำหรับเลือกใช้ ในงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ อักษรตัวพิมพ์มีความสำคัญต่อการออกแบบมาก อักษรตัวพิมพ์มีลักษณะพิเศษคือ มี เนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอโดยการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบ ชัดเจน อ่านง่าย

1.1.2 ตัวอักษรแบบมีหัว เป็นแบบตัวอักษรที่มีหัวมนวงกลมโปร่ง เส้นแนวตั้งเรียบ อาจจะเป็นตัวตรงหรือตัวเอาก็ได้ ลักษณะตัวอักษรหัวกลมเป็นมาตรฐานไทยและถือเป็นลักษณะ เด่นของรูปลักษณ์อักษรไทย ทำหน้าที่แยกแยะตัวอักษรแต่ละตัวออกจากกันได้ชัดเจน เมื่อนามาใช้เป็นตัวเนื้อความ (Body Text) จะสามารถอ่านข้อความยาวๆได้รวดเร็ว

1.1.3 ตัวอักษรแบบไม่มีหัว เป็นแบบตัวอักษรที่ดัดแปลงมาจากตัว ภาษาอังกฤษ คือ ลักษณะตัวอักษรเป็นเส้นตรงไม่มีการขมวดม้วนของหัวกลม และไม่ได้ออกแบบไว้สำหรับใช้เป็นตัวเนื้อความ (Nonbody Text) นิยมใช้เฉพาะการพาดพิง (Head Line) หรือโปรย (Highlight) สั้นๆ ตัวอักษรแบบไม่มีหัวจะรวมไปถึงอักษรที่เป็นลวดลาย

1.1.4 ตัวอักษรแบบตัวเขียน ตัวอักษรแบบนี้เป็นแบบที่แตกต่างไปจาก 2 แบบแรก การออกแบบจะเน้นให้รูปแบบตัวอักษรมีลักษณะเป็นตัวลายมือเขียน ซึ่งไม่มีการคำนึงถึงสัดส่วนตัวอักษร และ ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ที่ไม่เป็นทางการ

1.1.5 ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์ เป็นตัวอักษรตัวเขียนอีกลักษณะหนึ่ง ลักษณะเป็นตัวอักษรแบบประดิษฐ์ที่มีการขมวดหัวกลมโปร่งเส้นอักษรหนาและบางคล้ายกับการเขียนด้วยพู่กันแบบหรือปากกาปลายตัด นิยมใช้กับงานประกาศนียบัตรและการ์ดต่างๆ

1.2 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ การออกแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษกับภาษาไทยมีความแตกต่างที่สระและวรรณยุกต์ เท่านั้น ส่วนโครงสร้างตัวอักษรใหญ่ๆ โดยรวมจะคล้ายกัน และโครงสร้างสำคัญที่ประกอบกันขึ้นเป็น รูปร่างตัวอักษรภาษาอังกฤษ คือ เส้น เส้นแต่ละเส้นมีหน้าที่ที่ต่างกัน แต่ละสีลาของเส้นที่มาประกอบกันจะได้ออกมาเป็น ตัวอักษร ได้แก่

1.2.1 เส้นโค้ง (Verical Line) คือ เส้นที่ลากในแนวตั้งซึ่งโดยปกติของเส้นตั้งจะมีแนวเส้นตั้งฉากกับเส้นบรรทัดเสมอ เส้นตั้งของตัวอักษรจะมีขนาดบางสักเพียงใดขึ้นอยู่กับรูปแบบของ

ตัวอักษร รูปแบบของเส้นตั้งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของตัวอักษรที่ออกแบบขึ้นมา เช่น ตัวอักษร ตัวเอน

1.2.2 เส้นแนวนอน (Horizontal Line) คือ เส้นที่มีแนวขนานกับเส้นบรรทัด และเส้นแนวนอนเมื่อมาประกอบกับเส้นอื่นๆ จะได้เป็นตัวอักษรขึ้นมา ลักษณะของเส้นแนวนอน จะหนาหรือบางขึ้นอยู่กับแนวทางการออกแบบ

1.2.3 เส้นเฉียง (Inclined Line) คือ เส้นที่ลากในแนวเฉียงกับเส้นบรรทัด ลักษณะของเส้นเฉียงจะมีขนาดหนาหรือบางต่างกันไปตามรูปแบบที่นักออกแบบจะสร้างสรรค์ขึ้นมา แต่จะมีขนาดเท่ากัน ในอักษรชุดเดียวกัน

1.2.4 เส้นโค้ง (Curve Line) คือ เส้นโค้งที่นำมาประกอบการออกแบบตัวอักษร ทำให้ตัวอักษรนั้นดูนุ่มนวล อ่อนหวาน ลักษณะของเส้นโค้งอาจจะหนาหรือบางในเส้นเดียวกันได้ ขึ้นอยู่กับการ ออกแบบตัวอักษรให้สัมพันธ์กันทั้งเส้นตั้ง เส้นแนวนอน เส้นเฉียงและเส้น โค้ง

รูปแบบตัวอักษร

รูปแบบของตัวอักษรจะมีความแตกต่างกันออกไปหลายรูปแบบ ซึ่งพอจะแบ่งแยกออกได้เป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. ตัวอักษรแบบมีเชิง (Serif) คือ ตัวอักษรที่มีเส้นของฐานและปลายตัวอักษรยื่น ออกมาในทางราบ แนวนอน ลักษณะของตัวอักษร อาจจะมีทั้งเส้นหนาและเส้นบางไม่เท่ากัน

2. ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (Sans-Serif) คือ ตัวอักษรที่ไม่มีเส้นของฐานและปลาย ตัวอักษรยื่น ออกมาในทางราบ เป็นตัวอักษรที่ดูเรียบง่าย อ่านง่ายเป็นทางการมักเป็นที่นิยมใช้กันมากในงาน สิ่งพิมพ์ และงานโฆษณาทั่วไป

3. ตัวอักษรแบบตัวเขียน (Script) คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะการโยงหางยาวต่อเนื่อง ระหว่างตัวหนึ่งไปอีกตัวหนึ่ง ขนาดของเส้นตัวอักษรหนาบางและมีน้ำหนักเส้นหนักเบาต่างกัน ลักษณะ พิเศษของตัวอักษรแบบตัวเขียนอีกอย่างหนึ่งคือการเขียนตัวอักษรให้เอียงไปทางขวาเล็กน้อย

4. ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์ (Text Letter) คือ ตัวอักษรโรมันที่มี ลักษณะเป็นตัวเขียน ประดิษฐ์ เส้นแนวตั้งเป็นเส้นหนาและมีเส้นภายในเป็นเส้นบาง เป็นตัวอักษรที่ ค่อนข้างจะอ่านยาก ใช้ในงานที่มีข้อความไม่ยาวนานหรือเป็นเพียงคำสั้นๆ เท่านั้น

5. ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) คือ ตัวอักษรที่มีการออกแบบลวดลาย ทั้งเส้นตั้งและเส้นแนวนอนให้มีความสัมพันธ์ลงตัว แต่ยังคงรูปแบบของตัวอักษรนั้นอยู่ หรืออาจจะ ออกแบบให้มีลวดลายในตัวอักษร ซึ่งไม่มีข้อกำหนดว่าต้องเป็นเส้นหนาหรือเส้นบางและ อาจจะเป็นตัวตรงหรือตัวเอนก็ได้

- เส้นบน (Mean Line) ลากผ่านระดับความสูงของตัวอักษร
- เส้นฐาน (Bass Line) ลากผ่านฐานของตัวอักษร
- เส้นตัวนำ (Capital Line) ลากผ่านระดับสูงสุดของตัวอักษร
- เส้นกำหนดความสูงตัวอักษร (X- Height) อยู่ระหว่างเส้นบนและเส้นฐาน
- ระดับลากลง (Descender) ลากผ่านฐาน
- แนวตั้ง (Ascender) เป็นเส้นแนวตั้งหรือแนวเส้นฉากของตัวอักษร

ลักษณะตัวอักษร

ลักษณะตัวอักษร หมายถึง ความแตกต่างของรูปแบบตัวอักษรที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

1. ตัวธรรมดา (Normal)
2. ตัวเอน (Italic)
3. ตัวบาง (Light)
4. ตัวบางพิเศษ (Extra Light)
5. ตัวหนา (Bold)
6. ตัวหนาพิเศษ (Extra Bold)
7. ตัวดำ (Black)
8. ตัวแคบ (Condensed)
9. ตัวเส้นขอบ (Outline)

ระยะช่องไฟ

ระยะช่องไฟของตัวอักษร หมายถึง การเว้นช่องว่างระหว่างตัวอักษรหรือระหว่างคำให้

พอเหมาะพอดี ดูสวยงาม สบายตาและอ่านง่าย การจัดช่องไฟของตัวอักษรประกอบด้วย 3 ประการ ดังนี้

1. ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร (Letter Spacing) เป็นการกำหนด ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว ที่จะต้องมีระยะห่างกันพองามไม่ติดกันหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นช่องไฟแต่ละตัวอักษรไม่มีกฎตายตัวว่าจะต้องห่างกันเท่าใด เพราะรูปแบบตัวอักษรแต่ละตัวจะมี ลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

2. ระยะช่องไฟระหว่างคำ (Word Spacing) หรือที่เรียกว่า “เว้นวรรค” เป็นการกำหนดระยะช่องไฟความห่างระหว่างคำต่อคำหรือ ประโยคต่อประโยค ระยะระหว่างคำโดยทั่วไปจะถูก ออกแบบให้ระยะระหว่างคำห่างกันประมาณ 1 ตัวอักษรปกติ ถ้าระยะระหว่างคำชิดเกินไปจะทำให้อ่านยาก และถ้าเว้นระยะห่างเกินไปจะทำให้ขาดความงามลงไป

3. ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด (Line Spacing) หรือ Leading การเว้นระยะระหว่างบรรทัดมีจุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่ายและดูสวยงาม โดยเว้นปกติในการจัดเรียงพิมพ์จะใช้ระยะห่างระหว่าง บรรทัดตั้งแต่ 0-3 พอยต์ หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัดให้วัดส่วนสูงสุด ของตัวอักษร เมื่อจัดวางบนบรรทัดแล้วตัวอักษรต้องไม่เท่ากัน (รัฐพงษ์ ศิลากุล. 2560 : หน้า 21-31)

การเลือกตัวอักษรไปใช้ในงานออกแบบ

การเลือกตัวอักษรไปใช้ในงานออกแบบมีข้อควรคำนึงอยู่ 2 ข้อ คือ

1. ความหมายต้องเข้ากัน ความหมายของคำและพอนต์ที่เลือกใช้ควรจะไปด้วยกันได้ เช่น คำว่าน่ารักก็ควรจะใช้พอนต์ที่ดูน่ารักไปด้วยไม่ควรใช้พอนต์ที่ดูเป็นทางการ

2. อารมณ์ของพอนต์และอารมณ์ของงานต้องไปในทิศทางเดียวกัน เช่น งานที่ต้องการความน่าเชื่อถือก็จะเลือกใช้พอนต์ แบบ Serif ที่ดูหนักแน่น น่าเชื่อถือ ส่วนงานที่ต้องการความฉลาดอย่างโปสเตอร์ลดราคา ก็ควรจะใช้พอนต์ที่เป็นกันเองไม่เป็นทางการมากนักอย่างพอนต์ในกลุ่ม Script เป็นต้น

การวางตำแหน่งตัวอักษร

เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญกับการทำงาน สำหรับการวางตำแหน่ง ตัวอักษรมีข้อควรคำนึงถึงไว้ 3 ข้อ คือ

1. ธรรมชาติการอ่านของคนไทยจะอ่านจากซ้ายไปขวา และบนลงล่าง โดยมีรัศมีการกวาดสายตามตามลำดับ ดังนั้น ถ้าอยากให้อ่านง่ายควรจะ วางเรียงลำดับให้ดีด้วย ไม่เช่นนั้นจะเป็นการอ่านข้ามไปข้ามมาทำให้เสีย ความหมายของข้อความไป

2. จุดเด่นควรจะมีเพียงจุดเดียว หรือพุดง่าย ๆ ก็คือ มีตัวอักษรตัว ใหญ่ๆ อยู่เพียงจุดเดียวจึงจะเป็นจุดเด่นที่มองเห็นได้ง่ายไม่สับสนส่วนจุดอื่นๆ ขนาดควรจะเล็กลงมาตามลำดับความสำคัญ

3. ไม่ควรใช้ฟอนต์หลากหลายรูปแบบเกินไปจะทำให้กลายเป็นงานที่อ่าน ยากและชวนปวดศีรษะมากกว่าชวนอ่าน ถ้าจำเป็นจริงๆ แนะนำให้ใช้ฟอนต์เดิมแต่ไม่ตกแต่งพวกขนาด ความหนาหรือกำหนดให้เอียงบ้าง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจไม่ให้งานดูน่าเบื่อ

การจัดองค์ประกอบ

1. จัดให้เป็นเอกภาพในที่นี้หมายถึงสิ่งที่ช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้นๆ ความเป็นเอกภาพ จะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

2. ความสมดุลในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจเป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสีมีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

2.1 ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกัน ทั้ง 2 ด้าน คือเมื่อมองดูภาพ แล้ว เห็นได้ทันทีว่า ภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ลักษณะภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มีมั่นคง เป็นทางการ แต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

2.2 ความสมดุลในความรู้สึกหรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกันเป็น ความแตกต่างกันทั้งด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากันไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวแปรเปลี่ยนไม่เป็นทางการและไม่น่าเบื่อ

3. การจัดให้มีจุดสนใจภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้นการเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งที่เห็นว่ามีสำคัญอาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า“ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว”การมีหลายความคิดหรือ มีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้มเหลวเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ภาพรวมจะไม่ชัดเจนขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน สำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจนั้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่าง ที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆในภาพ ส่วน

ตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้น สามารถกระทำได้ดังนี้ นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือ ตำแหน่งที่เหมาะสมจากผลการวิจัยหลายๆครั้งพบว่าตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายย่นั้น เป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือนั้นเรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวาและจากบนลงล่าง ฉะนั้นตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามองเพื่ออ่านหรือดูภาพบนผ่านภาพนั่นเอง (ธิปจุฑา พลสมย 2559 : หน้า 39-41)

ข้อดี ข้อเสียของตราสัญลักษณ์

ข้อดี คือ สามารถบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์องค์กรและใช้เป็นสื่อประกอบผลิตภัณฑ์นั้นได้เป็นตัวสร้างความน่าเชื่อถือและภาพพจน์

ข้อเสีย คือ ถ้าตราสัญลักษณ์ไม่มีการจดลิขสิทธิ์อาจจะถูกนำไปปลอมแปลงได้ ถ้าตีไซน์ออกมาไม่ชัดเจนอาจทำให้ความหมายผิดเพี้ยนไปได้

ความหมายของป้าย

ป้าย คือ ภาพกราฟิกที่แสดงข้อมูลแก่ผู้คนในบริเวณใกล้เคียง อาจเป็นคำข้อความ ตัวเลข รูปภาพ หรือทั้งสามอย่างรวมกันก็ได้ คุณเห็นป้ายในทุกที่ ไม่ว่าจะเริ่มตั้งแต่ป้ายบ้านเลขที่ ป้ายห้อง คอนโด ป้ายบอกทางไปห้องน้ำ ป้ายร้านค้าเฟสบุ๊คโปรด ตั้งแต่ป้ายหยุดที่สี่แยกที่ปลูกพลาญไปจนถึงป้าย "ทางออก" เหนือทางเข้าประตู (ป้ายคืออะไร. 2567 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.designfacbrand.com>)

ความสำคัญของป้าย

การออกแบบป้าย เป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการสร้างและวางแผนการโฆษณาเพื่อสื่อสารข้อมูลหรือข้อความต่างๆ ให้กับผู้ที่เดินผ่านหรือใช้งานในพื้นที่นั้นๆ ป้ายนั้นสามารถประกอบด้วยข้อความ, ภาพถ่าย, ภาพวาดหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งออกแบบเพื่อทำให้ผู้ชมหรือผู้ใช้งานเข้าใจข้อมูลหรือข้อความที่ถูกนำเสนอได้ง่ายและชัดเจน (ป้ายคืออะไร. 2567 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.designfacbrand.com>)

ปัจจุบันป้าย เป็นหัวใจในการทำธุรกิจ การทำธุรกิจให้คนรู้จักและสนใจ ในแหล่งที่ตั้งของธุรกิจนั้น ป้ายจะเป็นการสื่อสารอย่างหนึ่ง เกี่ยวกับการมองเห็น ซึ่งในการทำป้ายจะต้องให้ได้ประโยชน์และชัดเจนที่สุด ช่วยให้เข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อสารต่างๆ ต่อผู้รับสารข้อมูลได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นยังมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกสรรอีกด้วย

1. ป้ายเป็นสื่อที่บ่งบอกให้รู้ว่าท่านทำธุรกิจอะไรและบอกชื่ออาคารสถานที่ตั้ง
2. ป้ายเป็นส่วนหนึ่งในการตกแต่งอาคารให้ดูสวยงามทันสมัย ซึ่งจะบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือและความภูมิฐาน
3. ความโดดเด่นของป้ายที่ใหญ่และสวยสะดุดตา เป็นแรงจูงใจให้คนที่สัญจรผ่านไปผ่านมาได้ทราบโดยเร็วในการทำธุรกิจซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการทำตลาดหากกลุ่มลูกค้าเรา
4. การทำป้ายในแต่ละครั้งสามารถอยู่ได้หลายปี ถ้ามองในการลงทุนถือว่าคุ้มค่าในการทำธุรกิจ แต่การที่จะให้คุ้มค่าการลงทุนนั้นและจะให้ได้ประโยชน์ในการใช้งานแลโฆษณา ต้องอาศัยผู้ชำนาญงานทางด้านออกแบบและติดตั้งป้ายที่มีประสบการณ์สูง (ทำไมต้องทำป้าย. 2563 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tiwanonprint.com>)

ประเภทของป้าย

ป้ายมีหลากหลายประเภท ขึ้นอยู่กับการใช้งานและความเหมาะสมในการผลิต ได้แก่

1. ป้ายอะคริลิก ป้ายอะคริลิกผลิตจากแผ่นอะคริลิก (Acrylic) ที่เป็นแผ่นพลาสติกสังเคราะห์ ความหนาตั้งแต่ 2 – 100 มม. มีความยืดหยุ่นสูง จุดเด่นคือมีน้ำหนักที่เบาแต่แข็งแรงกว่าพลาสติกประเภทอื่น ๆ ทนต่อแรงกระแทก เหมาะกับการนำไปทำป้ายหน้าตึกสวย ๆ ป้ายร้านค้า ป้ายหน้าร้าน ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เพราะสามารถออกแบบ สกรีน ทำสีได้ง่าย ให้ผลลัพธ์ที่สวยงาม นอกจากนี้ป้ายอะคริลิกยังสามารถติดตั้งได้ทั้งภายใน และภายนอกร้านได้ ป้ายอะคริลิกมักจะนำไปติดตั้งเป็นป้ายร้านค้า ป้ายบริษัท ป้ายเมนู ป้ายตั้งพื้น และป้ายเลขที่บ้าน
2. ป้ายไฟLED/RGB เป็นป้ายไฟเส้น LED หรือ RGB ที่สามารถเปลี่ยนสีไฟได้ ป้ายไฟชนิดนี้จะมีจุดเด่นสวยงาม มีหลากหลายสีสันทัน นอกจากนี้ยังสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น ป้ายกล่องไฟ ป้ายไฟตัวอักษร หรือป้ายไฟนีออนตัด เหมาะกับการไปติดตั้งเป็นป้ายหน้าร้าน ป้ายตั้งหน้าร้าน และป้ายร้านค้า เพราะมีความสว่างไสว สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแม้ในเวลากลางคืนหรือจะนำมาทำเป็นป้ายไฟโลโก้เพื่อตกแต่งภายในร้านก็ได้เช่นเดียวกัน
3. ป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวนิล ป้ายอิงค์เจ็ท (Inkjet) หรือป้ายไวนิล (Vinyl) มีความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยตัวป้ายจะเรียกว่าป้ายไวนิล ใช้เพื่อรองรับการพิมพ์อิงค์เจ็ทซึ่งเป็นวิธีการพ่นสีออกจาก

หัวพิมพ์ลงบนป้ายโฆษณา การพิมพ์แบบนี้จะได้ภาพที่มีความละเอียดสูง มีความคมชัดสวยงาม ป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวเนลมี 2 ประเภทให้เลือก ซึ่งแต่ละประเภทก็จะเหมาะกับการใช้งานที่ต่างกัน

3.1 ป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวเนลทึบแสง เป็นป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวเนลที่แสงไม่สามารถผ่านได้ นิยมใช้เป็นป้ายหน้าร้าน ป้ายไวเนลธงญี่ปุ่น ป้ายหน้าร้าน ป้ายโฆษณาหน้าร้าน ไปจนถึงป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่พิเศษ

3.2 ป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวเนลโปร่งแสง เป็นป้ายอิงค์เจ็ท/ป้ายไวเนลที่แสงสามารถผ่านได้ เหมาะจะใช้เป็นป้ายไฟเซ็น ป้ายกล่องไฟไวเนล

4. ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด/ป้ายสแตนดี ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด/ป้ายสแตนดี ผลิตจากวัสดุโพลีโพรพีลีน มีน้ำหนักเบา มีให้เลือกหลายสี สามารถตัดแต่งให้เป็นรูปทรงที่ต้องการได้ง่าย ใช้เวลาในการทำไม่นานนัก จึงเหมาะสำหรับงานที่เร่งด่วน ป้ายฟิวเจอร์บอร์ดนำมาใช้เป็นป้ายสแตนดี ป้ายเมนู หรือป้ายโฆษณาหน้าร้าน

5. ป้ายโฟมบอร์ด/แบคดรอปถ่ายรูป ป้ายโฟมบอร์ด (Foam Board) หรือแบคดรอปถ่ายรูป มีลักษณะเป็นแผ่นโฟมเรียบ น้ำหนักเบามาก สามารถตกแต่งด้วยการติดสติ๊กเกอร์ลงบนบอร์ด เคลื่อนย้ายได้สะดวกง่ายดาย เหมาะกับการติดตั้งบนบริเวณที่สูงกว่าศีรษะขึ้นไป จึงนิยมนำมาใช้เป็นป้ายประกอบฉาก ป้ายแบคดรอปถ่ายรูป หรือป้ายเมนู นอกจากนี้ยังมีราคาที่ไม่สูงมากอีกด้วย

6. ป้ายอลูมิเนียม ป้ายอลูมิเนียม (Aluminum) เป็นป้ายที่ผลิตจากวัสดุอลูมิเนียมที่มีคุณสมบัติทนต่อการกัดกร่อนของสารเคมี มีน้ำหนักที่เบา และสามารถขึ้นรูปได้ง่าย เพราะความแข็งแรงทนทาน ทนความชื้น ไม่เป็นสนิม จึงนิยมติดตั้งป้ายอลูมิเนียมเป็นป้ายขนาดใหญ่ เช่น ป้ายบริษัท ป้ายโรงงาน ป้ายหน้าร้าน ป้ายหมู่บ้าน ป้ายห้างสรรพสินค้า หรือป้ายสำหรับพื้นที่สาธารณะ

7. ป้ายสแตนเลส/ป้ายตัวอักษร ป้ายสแตนเลส (Stainless) หรือป้ายสแตนเลสกัดกรด เป็นการนำแผ่นสแตนเลสมาผ่านกระบวนการกัดโดยน้ำยา เพื่อให้เกิดร่องลึกบนพื้นผิว แข็งแรงทนทาน และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ป้ายสแตนเลสมีความสวยงามหรูหรา เหมาะที่จะนำมาติดตั้งหลายแบบ เช่น ป้ายตัวอักษร ป้ายโดคัท ป้ายโลโก้ ป้ายไฟหน้าร้าน หรือป้ายบริษัท

8. ป้ายซิงค์ ป้ายซิงค์ หรือป้ายสังกะสี (Zinc) มีจุดเด่นที่มีราคาไม่แพงนักเมื่อเทียบกับป้ายสแตนเลส แต่มีความทนทานพอๆ กับป้ายโลหะ หรือป้ายอลูมิเนียม สามารถนำมาตัด หรือขึ้นรูปได้ง่าย เลือกได้หลายสี นิยมนำมาทำเป็นป้ายโฆษณาหน้าร้าน ป้ายฉลุลาย ป้ายตัวอักษร ป้ายซิงค์ติดสติ๊กเกอร์ (ประเภทป้ายหน้าร้าน. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://101groupth.com>)

ป้ายกล่องไฟ

ป้ายกล่องไฟหรือป้ายไฟร้าน คือ ป้ายที่ทำจากวัสดุหลายอย่าง แต่หลักๆก็จะต้องมีไฟที่เป็นรูปแบบ ไฟ LED เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ที่ช่วยเพิ่มความสว่างเพิ่มแรงดึงดูดให้กับหน้าร้าน (ป้ายกล่องไฟ. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tumtook.com>)

ความสำคัญของป้ายกล่องไฟ

เมื่อพูดถึงป้ายกล่องไฟ การจัดแสงมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจ และถ่ายทอดข้อความของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ การส่องสว่างที่เหมาะสมไม่เพียงแต่ทำให้ป้ายไฟหน้าร้านของคุณมองเห็นได้ในสภาพแสงต่างๆเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มความสวยงามโดยรวมให้กับร้าน (ป้ายกล่องไฟ วงกลม. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://web-2-print.co>)

ประเภทของป้ายกล่องไฟ

1. ป้ายไฟไวนิล หรือ กล่องไฟไวนิล หมายถึง ป้ายไฟที่ใช้ไวนิลโปร่งแสงมาติดตั้งบริเวณที่ต้องการให้ไฟส่องสว่าง

2. ป้ายไฟอะคริลิก หรือ กล่องไฟอะคริลิก หมายถึง ป้ายไฟที่ใช้แผ่นอะคริลิกมาติดตั้งบริเวณที่ต้องการให้ไฟส่องสว่าง โดยจะต้องมีสติ๊กเกอร์โปร่งแสง มาติดตั้งบนแผ่นอะคริลิกอีกชั้นหนึ่ง เรียกว่า ป้ายไฟอะคริลิกติดสติ๊กเกอร์

3. ป้ายไฟ LED หมายถึง ป้ายไฟใช้หลอดไฟแอลอีดีมาประกอบ เพื่อให้ไฟส่องสว่าง โดยทั่วไปจะเรียกหลอดไฟชนิดนี้ว่า โมดูล (Module) เป็นหลอดไฟที่ช่วยในเรื่องการประหยัดไฟ และไฟให้แสงสว่างออกมาได้ดี สามารถทำป้ายออกมาได้หลายรูปทรง เนื่องจากหลอดไฟแอลอีดีมีขนาดเล็ก จึงไม่ได้มีข้อจำกัด ในเรื่องขนาดของตัวป้าย (ป้ายกล่องไฟ. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tumtook.com>)

หลักการออกแบบป้ายกล่องไฟ

1. มีประเด็นหลัก ทุกอย่างตั้งแต่ข้อความ ตัวอักษร ไปจนถึงการเลือกใช้สีควรมีพื้นฐานมาจากประเด็นหลักที่คิดมาอย่างดี นอกโทนสีของป้ายที่เตะตาแล้ว ควรใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมและจัดวางข้อความให้สามารถอ่านและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ป้ายสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ทุกคนที่อ่าน

2. สีสั่งดู การเลือกใช้สีมีบทบาทสำคัญในการออกแบบป้ายที่ดี ลองนึกถึง “สีแดงแห่งโค้ก” หรือ “สีเหลืองของแมคโดนัลด์” โดยปกติแล้วสีจะช่วยสื่อตัวตนของยี่ห้อ แม้ว่าเจ้าของธุรกิจบางรายอาจต้องการใช้สีที่ทันสมัย ไม่ตกยุค และดูสมัยใหม่ในการสื่อตัวตนของยี่ห้อ แต่ก็ควรพิจารณาถึงการออกแบบป้ายเพื่ออายุการใช้งานที่ยาวนานด้วย เพราะสีที่ทันสมัยในวันนี้อาจกลายเป็นสีที่ล้าสมัยได้ในวันถัดไป

3. เพิ่มความแตกต่างให้อ่านง่าย ป้ายส่วนมากมีพื้นหลังเป็นสีและมีพื้นหน้าเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ ความแตกต่างระหว่าง 2 ส่วนนี้คือสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้อ่านจำเนื้อหาได้ การจับคู่สีที่คล้ายกันอาจทำให้ป้ายอ่านยากขึ้นแต่เราสามารถขับตัวอักษรให้เด่นด้วยการใส่เส้นขอบหรือแสงเงาให้ตัวอักษรพื้นหน้า

4. ขนาดนั้นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าคุณกำลังออกแบบป้ายเพื่อติดตั้งริมถนนหรือป้ายที่จะถูกอ่านจากระยะไกล เช่น ตามงานประชุม เป็นต้น กฎการคำนวณง่ายๆ คือ ตัวอักษรสูง 1 นิ้วต่อระยะห่าง 10 ฟุต ดังนั้นหากป้ายของคุณมีระยะห่างจากผู้อ่าน 100 ฟุตก็ควรใช้ตัวอักษรที่มีความสูง 10 นิ้วเพื่อมอบผลลัพธ์ที่ดีที่สุด นอกจากนี้แบบของตัวอักษรก็มีผลต่อความยากง่ายในการอ่าน แม้ตัวอักษรลายดอกไม้สามารถสื่อถึงสไตล์แต่ก็อาจทำให้อ่านยากจากระยะไกล

5. ทำป้ายธุรกิจด้วยตัวอักษรที่โดดเด่น สีไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้ป้ายธุรกิจของคุณดึงดูดสายตา รูปแบบตัวหนังสือที่มีมิติจะทำให้ข้อความบนป้ายของคุณโดดเด่นออกมาจากพื้นหลัง นี่เป็นสิ่งสำคัญมากโดยเฉพาะถ้าหากร้านของคุณรายล้อมไปด้วยร้านค้าอื่นๆ เช่น ในห้างสรรพสินค้าหรือย่านการค้าแบบห้องแถว เพียงปรับเปลี่ยนรูปแบบมิติของป้ายธุรกิจก็สามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างความแตกต่างให้แก่ป้ายโฆษณาและโลโก้ยี่ห้อของคุณได้ (5หลักการออกแบบป้ายโฆษณา. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.piyaadvertising.com>)

ข้อดี ข้อเสียป้ายกล่องไฟ

ข้อดี สร้างความโดดเด่นสะดุดตา ดึงดูดผู้คนที่สัญจรไปมาให้เข้ามาใช้บริการร้านและการทำป้ายไฟในแต่ละครั้งสามารถอยู่ได้หลายปี ซึ่งถือว่าคุ้มค่าในการลงทุน

ข้อเสีย ทำเล ตำแหน่งที่ตั้ง คือ ทุกสิ่งสำหรับป้ายไฟ หากวางทำเลผิด ป้ายไฟจะสูญเปล่า เพราะถูกป้ายบดบังจนเกินไปหมด มองไม่เห็นความเด่นของป้าย หรือถ้าไวใกล้กับแสงไม่ดีก็ทำให้สีเพี้ยนได้

ระบบป้ายสัญลักษณ์

ป้ายสัญลักษณ์ เป็นส่วนหนึ่งของระบบนำทาง หรือระบบภาพชี้ทาง เพื่อให้มวลชนสามารถเดินทางไปสู่สถานที่ต่างๆตามต้องการ โดยสร้างเครื่องมือเพื่อบอกทิศทาง ระบุสถานที่ และบอกคำสั่งเป็นการให้ข้อมูลอย่างมีระเบียบและเป็นรูปธรรม โดยจัดทำในลักษณะของแผ่นป้ายสัญลักษณ์ที่มีการวางแผนออกแบบ โดยการนำสัญลักษณ์ภาพมาใช้ร่วมกับแผ่นป้ายและคำนึงถึงการใช้งานอย่างมี มาตรฐาน เรียกว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) และระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีควรคำนึงถึง สภาพแวดล้อมเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

ความสำคัญของระบบป้ายสัญลักษณ์

ป้ายสัญลักษณ์สำคัญในด้านการช่วยถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ซึ่งต้องสามารถเข้ากันได้ดีตามลักษณะ หน้าที่และการใช้งาน และควรช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อม จัดเป็นกลุ่มไว้ ดังนี้

1. แจ้งข่าวสารบริเวณพื้นที่ว่าง
 - 1.1 แนะนำเส้นทาง
 - 1.2 บอกทิศทาง
 - 1.3 ระบุสถานที่ด้วยเครื่องหมาย
2. แจ้งข่าวสารให้ปฏิบัติตาม
 - 2.1 ควบคุม บังคับ
 - 2.2 อธิบายความ
 - 2.3 การเตือน ประกาศ
 - 2.4 โฆษณา
3. หน้าที่หลักของป้ายสัญลักษณ์ ได้แก่

3.1 บอกทิศทาง คือ ป้ายประเภทพื้นฐาน ได้แก่ ป้ายแผนที่ไปจนถึงป้ายชี้ทางระบุชื่อสถานที่ หรือสิ่งของ คือ ป้ายบอกชื่อและตำแหน่งของสถานที่หรือสิ่งของ ได้แก่ ป้ายชื่อห้อง ป้ายชื่อเมือง จนถึงป้ายเครื่องดับเพลิง

3.2 ให้ข้อมูลข่าวสาร คือ ป้ายเพื่อบอกข้อมูลข่าวสารจนถึงการให้รายละเอียดถือเป็น ส่วนตกแต่งของสถานที่ ได้แก่ ป้ายบอกข้อมูลของนิทรรศการ ป้ายประกาศ

3.3 ควบคุมหรือบังคับ คือ ป้ายเพื่อบอกข้อจำกัด ข้อห้าม ได้แก่ กฎข้อบังคับ ป้ายห้าม สูบบุหรี่ ป้ายเขตหวงห้าม

ประเภทของป้ายสัญลักษณ์

1. ป้ายสัญลักษณ์ในเมือง เป็นป้ายชี้ทางภายในเมือง
2. ป้ายสัญลักษณ์แสดงตำแหน่งของแหล่งที่พักอาศัย ป้ายแสดงตำแหน่งที่พักอาศัย เขตชุมชนต่างๆ
3. ป้ายสัญลักษณ์ภายในสวนสาธารณะป้ายที่รวมถึงการดูแลรักษา การควบคุม ในสถานที่เป็นแหล่งสาธารณะ
4. ป้ายสัญลักษณ์แสดงข้อมูลการจราจร ป้ายสำหรับผู้ใช้รถใช้ถนน สำหรับการคมนาคมขนส่ง
5. ป้ายสัญลักษณ์ แสดงธุรกิจการค้า ป้ายในเขตการค้าเพื่อแจ้งข่าว กิจกรรม ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ
6. ป้ายสัญลักษณ์การบริการชุมชน ป้ายจัดทำในเขตชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกทางเครื่องหมายในบริเวณพื้นที่หนึ่ง

ชนิดของป้ายสัญลักษณ์

1. Public Service การให้บริการสาธารณะเกี่ยวกับการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง
2. Concession การให้บริการธุรกิจเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจ
3. Processing Activities กิจกรรมที่มีขั้นตอน เกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญที่มีผู้โดยสาร เข้ามาเกี่ยวข้อง

4. Regulations กฎระเบียบเกี่ยวกับกิจกรรมต้องห้าม

ชนิดของแผ่นป้ายสัญลักษณ์

1. Banner Sign คือ ป้ายสัญลักษณ์รูปแบบธง ธงราว แฉกห้อย มักจะใช้วัสดุที่มีน้ำหนักเบา เช่น ผ้า กระดาษ พลาสติกที่ยืดหยุ่นได้ มักใช้กับงานเปิดตัวสินค้าและเป็นงานชั่วคราว เช่น แฉกการณ โฆษณา นิทรรศการพิเศษเพื่อใช้แสดงบรรยากาศของงานและยังช่วยเพิ่มสีสันของงานให้มากขึ้น

2. Canopy Sign คือ ป้ายบนกันสาด ติดตั้งกับกันสาดด้านนอกอาคาร เป็น ส่วนประกอบทางสถาปัตยกรรม บางครั้งจะติดใต้กันสาด การติดตั้งจึงควรคำนึงถึงเรื่องขนาดเพราะ เกี่ยวกับระยะเวลาความสูงที่คนอาจเดินชนได้

3. Changeable-Copy Sign คือ ป้ายตัวอักษรที่เปลี่ยนข้อมูลได้ ต้องสามารถทำให้ถอดเปลี่ยนโดยคนและไม่ต้องใช้เครื่องจักร จึงเป็นป้ายที่เหมาะสมใช้กับข้อความที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น ป้ายบอกอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

4. Electronic Message Center คือ ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นศูนย์รวมข้อมูลแสดง ข้อความด้วยหลอดไฟขนาดเล็กจำนวนมาก สามารถทำให้ข้อความขยับเคลื่อนที่และปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ด้วยโปรแกรมคำสั่งที่ควบคุมด้วยวงจรไฟฟ้า ปัจจุบันมีการใช้รูปภาพเคลื่อนไหวประกอบ

5. Floor Sign คือ ป้ายระดับพื้นดิน แสดงโดยการเขียนบนพื้นหรือติดตั้งบนพื้น ไม่นิยมใช้เป็นข้อความ เพราะอ่านได้ยากและถูกกีดขวางได้ง่าย จึงอาจใช้เป็นคำหรือเป็นตัวอักษรเพียงไม่กี่ตัวส่วนมากจะแสดงด้วยสัญลักษณ์ ป้ายสัญลักษณ์ที่พื้นนี้จะมีประสิทธิภาพในการมองเห็นได้ง่าย เหมาะกับการใช้งานที่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ติดตั้ง

6. Free Standing Sign คือ ป้ายตั้งขา ใช้ติดตั้งหรือจัดวางตามสถานที่ต่างๆ อย่างอิสระไม่ต้องคำนึงถึงการยึดติดกับสิ่งก่อสร้างเดิม ลักษณะเป็นขาตั้งทั่วไปค้ำยันบนพื้นดิน มีความสูงพอสมควรสามารถมองเห็นได้จากระยะไกล เป็นป้ายที่ใช้ได้ดีกับภายนอกต้องมองเห็นได้จากยานพาหนะ และยังเหมาะกับบริเวณภายในที่มีพื้นที่เปิดโล่ง จึงเป็นป้ายที่มีประสิทธิภาพสูง

7. Projecting Sign คือ ป้ายที่ติดยื่นจากผนัง การยื่นออก ต้องเป็นองศามุมมองที่ เหมาะสมเพื่อให้มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน ต้องคำนึงถึงความสูงที่พื้นศีรษะและไม่เป็นอันตรายต่อการเดิน มักมี

การออกแบบให้ใช้งานทั้งสองด้าน ทั้งหน้าและหลัง เพื่อการมองเห็นได้จากทั้งสองทิศทาง เป็นป้ายที่ใช้ได้ผลดีกับภายในและภายนอก

8. Roof Sign คือ ป้ายบนหลังคา ใช้ติดตั้งบนหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างต่างๆ จุดมุ่งหมายเพื่อให้มองเห็นได้จากถนน หรือจากระยะไกลสำหรับผู้ขับขียานพาหนะและคนเดินเท้า

9. Suspended Sign คือ ป้ายแขวน การห้อยและแขวนโดยใช้โซ่ ลวด หรือวัสดุ อื่นๆ เหมาะสำหรับใช้ในบริเวณพื้นที่จำกัดเพราะไม่สามารถติดตั้งป้ายชนิดมีขาตั้งซึ่งต้องใช้พื้นที่ติดตั้ง ป้ายแขวนสามารถมองเห็นได้ดี เหมาะสำหรับใช้เป็นป้ายภายในสถานที่ เช่น ป้ายร้านค้า

10. Wall Sign คือ ป้ายติดตั้ง ติดให้มีความหนาจากผนังไม่เกิน 18 นิ้ว สามารถมองเห็นได้จากด้านหน้าด้านเดียว มักจะทำเป็นกล่องหรือบอร์ด ใช้ได้ทั้งภายในและภายนอก เช่น ติดตาม ผนัง ห้อง หน้าอาคาร ร้านค้าต่างๆ

11. Window Sign คือ ป้ายหน้าต่าง มักติดที่หน้าต่างด้านหน้าเพื่อให้คนอยู่ ภายนอกมองเห็นได้ ใช้สำหรับภายในและภายนอก เหมาะสำหรับคนเดินเท้า แต่ไม่เหมาะสำหรับการมอง จากยานพาหนะ

องค์ประกอบหลักของป้ายสัญลักษณ์

1. รูปร่าง มีผลต่อความรู้สึกในการตีความหมาย ดังเช่น ป้ายที่เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยมจะให้ความรู้สึกมั่นคงแน่นอนหนา ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นกับผู้มอง เหมาะจะใช้เป็นป้ายชื่อหรือให้ข่าวสาร ป้าย ที่เป็นรูปร่างกลม จะให้ความรู้สึกมั่นคงแต่สามารถสั่นไหวไปมาได้ เหมาะสำหรับป้ายที่เป็นข้อควรปฏิบัติ ตามต่างๆ ป้ายสามเหลี่ยมหรือขนมเปียกปูน ให้ความรู้สึกที่ไม่แน่นอน เหมาะสำหรับป้ายข้อห้าม ข้อควรระวัง ข้อฉุกเฉิน ส่วนป้ายรูปร่างอื่นๆเหมาะสมสำหรับเป็นป้ายเฉพาะจะใช้สถานที่นั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับ การ ออกแบบ ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่อาจเกิดจาก งบประมาณ หรือเทคนิคการสร้างต่างๆ

2. วัสดุ ในการสร้างป้ายมีการใช้วัสดุพื้นฐาน 3 อย่างคือ ไม้ โลหะ และพลาสติก แต่ละ อย่างมีความแตกต่าง ดังนี้

- ไม้ : ป้ายไม้เป็นที่นิยมใช้มาเป็นระยะเวลายาวนาน เนื่องจากเป็นป้ายที่เหมาะสม ในการใช้งาน กลางแจ้งและให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ และป้ายไม้ยังใช้งานได้ดีภายในอาคาร

- โลหะ : มีความแข็งแรงทนทาน ให้ความรู้สึก แน่นหนา มั่นคงและมีความทันสมัย แต่โลหะจะมีปัญหาในการใช้งานอีกหลายประการคือ เรื่องน้ำหนักและการสะท้อนแสง

- พลาสติก : เป็นวัสดุที่เหมาะสมจะใช้กับหลอดไฟและระบบไฟฟ้าสามารถติดตั้งไฟ ไว้ด้านหลังหรือภายในกล่องพลาสติก สามารถเลือกได้หลายสีและมีน้ำหนักเบาและสามารถปรับการใช้ งานได้กว้างกว่าวัสดุอื่น ทั้งยังไม่มีปัญหาในเรื่องการมอง

3. สี มีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งมีความเคยชินกับการตีความหมายของสี อยู่แล้ว เช่น สีแดง มักใช้กับป้ายเตือน การใช้สีจึงมีประโยชน์มากกับการสร้างป้ายสัญลักษณ์ การใช้คู่สีต่างๆมีผลต่อการรับรู้ทางสายตา จากการศึกษาเรื่องการอ่านป้ายบนสีต่างๆ สรุปได้ว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือ การตัดกันระหว่างสีพื้นและสีของตัวอักษร

4. ตัวอักษร รวมถึงรายละเอียดของตัวอักษรบนป้ายสัญลักษณ์มีความสำคัญในการ ถ่ายทอดข้อความไปสู่คนอ่าน มีหลักการดังนี้

- รูปแบบของตัวอักษร
- ความหนาบางของตัวอักษร
- การใช้ตัวอักษร
- ระยะความห่าง
- รูปร่างของตัวอักษร

ดังนั้น การเลือกใช้ตัวอักษรก็ต้องดูให้เหมาะสมกับอารมณ์ของสถานที่นั้นเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกันกับสภาพแวดล้อมหรือยังอาจส่งเสริมบรรยากาศให้ดี

หลักการออกแบบป้ายสัญลักษณ์

1. พิจารณาจากหลักเกณฑ์การออกแบบระบบป้าย เช่น
 - 1.1 ข้อกำหนดขั้นพื้นฐานของระบบป้ายสัญลักษณ์
 - 1.2 ลักษณะการใช้งาน
 - 1.3 ความแข็งแรง ทนทาน
 - 1.4 ความสามารถในการปรับเปลี่ยน เพิ่มเติมในภายหลัง
 - 1.5 ตัวแปร ที่ทำให้เกิดความยากง่ายในการอ่าน
 - 1.6 การสื่อสารข้ามชาติ
 - 1.7 ศึกษาลักษณะการสัญจร เพื่อวางแผนกำหนดที่ตั้งของป้ายที่เป็นระบบทั้งหมด โดย

แสดงในแผนผังพื้น

1.8 วิเคราะห์เพื่อเลือกชนิดและประเภทของป้ายสัญลักษณ์ตามหน้าที่และความต้องการ โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ถูกจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

กลุ่มป้ายสัญลักษณ์ภายนอก ได้แก่

- ป้ายระบุชื่อชั้นที่หนึ่ง
- ป้ายระบุชื่อชั้นที่สอง
- ป้ายแจ้งล่วงหน้าสำหรับยานพาหนะ
- ป้ายบอกทิศทางสำหรับยานพาหนะ
- ป้ายจราจร
- ป้ายแนะนำ
- ป้ายบอกแจ้งข้อมูลข่าวสาร
- ส่วนประกอบตกแต่ง

กลุ่มป้ายสัญลักษณ์ภายใน ได้แก่

- ป้ายระบุชื่อ
- ป้ายแสดงพื้นที่ชั้นที่หนึ่ง
- ป้ายแสดงพื้นที่ชั้นที่สอง
- ป้ายแสดงพื้นที่จากจุดที่มอง
- ป้ายบอก
- ป้ายระบุพื้นที่เฉพาะ
- ป้ายระบุห้อง
- ป้ายระบุพื้นที่ทำงาน
- ป้ายระบุตัวบุคคล
- ป้ายกฎระเบียบควบคุม
- ตู้แสดงข่าวสาร
- ส่วนประกอบประดับตกแต่ง
- ป้ายอนุสรณ์ตึก
- ป้ายอนุสรณ์ผู้บริจาค
- ป้ายเครื่องมือเครื่องจักร และระบบควบคุม

2. คัดเลือกป้ายที่กล่าวมาข้างต้น ให้สอดคล้องกับชนิดของป้ายตามลักษณะการใช้งาน ชนิด และระบบที่สำคัญ ได้แก่

- 2.1 ป้ายชื่อบริเวณทางเข้าที่มีลักษณะสูงใหญ่
- 2.2 ป้ายลักษณะโครงสร้างแบบเสาเดียว
- 2.3 ป้ายที่ประกอบด้วยตัวป้าย และเสาขาตั้ง
- 2.4 ป้ายตู้ไฟ
- 2.5 ป้ายบอกทิศทางและการให้ข้อมูล
- 2.6 แผ่นป้าย

3. ออกแบบจากแนวความคิด สำหรับป้ายสัญลักษณ์ในแต่ละชนิดที่เลือกโดย ตำแหน่งที่ตั้ง โดยเรียงลำดับและชนิดตามหมายเลขของป้ายวาดแปลนลายเส้นที่ ได้ปรับเข้าสัดส่วน เพื่อแสดงชนิด และประเภทของป้ายไว้เป็นตัวอย่าง

4. จัดเตรียมแผนการดำเนินงานอย่างละเอียด
5. เตรียมแบบก่อสร้าง
6. เตรียมกำหนดวัสดุ เทคนิค และส่วนประกอบที่จำเป็นของระบบป้าย

การออกแบบป้ายสัญลักษณ์ในระบบกริด

ระบบกริด คือ ระบบโครงสร้างที่เป็นระบบตารางที่ออกแบบเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ มาตรฐาน หรือข้อบังคับในการออกแบบเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบหรือความเป็นหนึ่งเดียวกัน ระบบกริดใช้กันมากที่สุดคือ ระบบกริดในการวางหน้าสิ่งพิมพ์และการออกแบบสถาปัตยกรรม

การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด คือ การกำหนดโครงสร้างตารางกริด เพื่อช่วยในการกำหนดขนาดและรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพใช้ในการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบของป้ายสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน ได้แก่ สัญลักษณ์ภาพและลูกศร ตัวอักษร พื้นที่ว่าง เพื่อใช้ประกอบบนแผ่นป้ายสัญลักษณ์ กำหนดขนาดและรูปร่างของกรอบป้าย โครงสร้างกริดได้รับความนิยมแพร่หลายใช้เป็นมาตรฐานในการจัดวางป้ายที่มีหลายชนิดหลายหน้าที่ให้เกิดความต่อเนื่องในลักษณะที่เป็นชุดเพื่อการใช้งานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของระบบป้ายสัญลักษณ์

ระบบกริดที่ใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ภาพ

1. กริดระบบเมตริกของ ISO
2. มาตรฐานที่ใช้คือ 1:1
3. โครงสร้างกริดมาตรฐานคือ 6x6 ตารางหน่วย
4. เส้นตารางกริดไม่จำเป็นต้องปรากฏในแบบสัญลักษณ์
5. สามารถประยุกต์ใช้กับมาตรฐานทั่วไปได้
6. สามารถควบคุมสัดส่วนให้สัมพันธ์กัน (รัฐพงษ์ ศิลากุล. 2560 : หน้า 9-17)

ข้อดี ข้อเสียของระบบป้ายสัญลักษณ์

ข้อดี สร้างการจดจำข้อมูลในระยะเวลาที่สั้นและรวดเร็ว และช่วยในด้านความปลอดภัย ความเป็นระเบียบวินัยต่างๆ

ข้อเสีย หากออกแบบไม่ชัดเจน อาจทำให้เกิดการสื่อสารที่ผิดพลาดส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย และปัญหาที่จะตามมา

เมนู

รายการอาหารหรือเมนู (Menu) เป็นหัวใจหลักของภัตตาคาร ร้านอาหาร เพราะจะเป็นสิ่งที่แขกจะตัดสินใจว่าจะใช้บริการที่ร้านไหน เพราะอาหารอะไร และสำหรับร้านอาหารเองก็จะใช้เมนูเป็นตัวเริ่มต้นกิจกรรมต่างๆ เช่น หาเซฟที่ชำนาญอาหารในเมนูนั้น การเลือกใช้วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ สำหรับการปรุงและการเสิร์ฟ ตลอดจนวิธีการเสิร์ฟ และอื่นๆ อีกมากมาย

รายการอาหารนับเป็นสื่อกลางระหว่างบุคคลต่างๆ ทั้ง เจ้าของ แขกผู้ใช้บริการ เชฟ พนักงานเสิร์ฟ และพนักงานที่สนับสนุนอยู่หลังร้าน (เมนู. 2562 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://trainingreform.com>)

ความสำคัญของเมนู

เมนูอาหาร องค์ประกอบเล็กๆ ที่สามารถเพิ่มยอดขายที่ยิ่งใหญ่ได้ หลายครั้งที่เมื่อลูกค้าเข้าไปใช้บริการในร้านอาหาร เพียงมองเมนูก็อยากรับประทานไปหมดทุกอย่าง นั่นก็เพราะเมนูอาหารนั้นถูกออกแบบโดยใช้เทคนิคจิตวิทยาและหลักการต่างๆ ที่ทำให้เมนูกระดาดาธรรมดๆ สามารถสาธยายถึง

ความอร่อย ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการดูน่าอร่อยผ่านแผ่นกระดาษออกมาได้ แต่ในขณะเดียวกัน บางเมนูกลับไม่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกอยากอาหารเลยเช่นกัน

ประเภทของเมนู

1. เมนูเข้าเล่มแบบสันห่อ เริ่มจากการพิมพ์เมนูอาหารเป็นแผ่นตัดปลิ้ว และนำมาเข้าเล่ม โดยการเจาะรูบนตัวงานเป็นแถวเดียวกันเพื่อใช้ในการร้อยห่อ เหมาะกับเมนูที่มีจำนวนตั้งแต่ 8 หน้าขึ้นไป ความหนาของกระดาษอยู่ระหว่าง 160-350 แกรม

ข้อดี คือ มีความยืดหยุ่นในการเพิ่มหรือลดหน้า สามารถกางออกได้สุด 180 องศา และห่อมีสีหลากหลายจึงสามารถเลือกให้เข้ากับงานออกแบบได้

2. เมนูเข้าเล่มแบบเย็บน็อต เป็นการเข้าเล่มด้วยการใช้น็อตยึดเข้าด้วยกันที่สันเล่ม จำนวนน็อตที่ใช้ขึ้นอยู่กับความยาวของตัวเล่ม ส่วนจำนวนหน้าที่เหมาะแก่การเข้าห่อ คือ 20 หน้าขึ้นไป ความหนาของกระดาษอยู่ระหว่าง 160-350 แกรม การออกแบบต้องมีการเว้นพื้นที่เพื่อเป็นสันในการยึดน็อต โดยหน้าปกควรเว้นขอบสันด้านซ้ายมือประมาณ 2 ซม. และในหน้าที่ 2 (ปกหน้าด้านใน) ควรเว้นขอบสันด้านขวามือประมาณ 2 ซม. เช่นกัน และเว้นแบบนี้สลับซ้ายขวาไปเรื่อยๆ จนถึงหน้าสุดท้ายซึ่งจบด้วยการเว้นสันด้านขวามือ

ข้อดี คือ มีความแข็งแรง ทนทาน ดูสวยงาม พรีเมียม สีสันคมชัดให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ

3. เมนูอาหารแบบเย็บมุงหลังคา การเข้าเล่มแบบนี้ คือการเข้าเล่มแบบหนังสือหรือภาษาอังกฤษเรียกว่า Booklet จะต้องกำหนดจำนวนหน้าแบบหาร 4 ลงตัว เช่น จำนวน 8, 12, 16, 20, 24, 28 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 60 หน้า ความหนาของกระดาษอยู่ระหว่าง 70 -160 แกรม

ข้อดี คือ เป็นการทำเมนูที่มีจำนวนหลายหน้าได้ในราคาที่ไม่สูง แต่อาจจะไม่ทนทานเท่ากับการเข้าเล่มประเภทอื่นๆ

4. เมนูอาหารปกผีเสื้อ เป็นการเข้าเล่มโดยการนำด้านหลังของงานพิมพ์ แต่ละหน้าประกบเข้าด้วยกัน และยึดให้เป็นรูปเล่มด้วยกาว จำนวนหน้าที่เหมาะสม คือ 10 หน้าขึ้นไป ความหนาของกระดาษอยู่ที่ 260 - 300 แกรม

ข้อดี คือ ดูเนียบ สวยงาม เพราะไม่มีการเจาะ แข็งแรงเพราะเทคนิคการประกบทำให้เพิ่มความหนาของแต่ละหน้า อ่านง่ายเพราะสามารถกางออกได้สุด 180 องศา

5. เมนูอาหารแบบม้วนเสื่อ (จั่วปัง) เป็นเมนูอาหารแบบยาวที่แบ่งออกเป็นตอนด้วยการพับ โดยใช้เทคนิคการหุ้มกระดาษแข็งหรือที่เรียกว่าจั่วปัง ทำให้เมนูมีความแข็งแรง สติ๊กเกอร์ที่หุ้มเป็นวัสดุแบบซอฟต์แวร์ที่ซึ่งนอกจากให้ความสวยงามแล้ว ยังช่วยลดการเกิดรอยนิ้วมือและเช็ดทำความสะอาดได้อีกด้วย ความยาวที่แนะนำไม่ควรเกิน 5 ตอน และมักจะออกแบบให้เมื่อพับแล้วมีขนาดพอดีมือ

ข้อดี คือ รูปแบบแปลกใหม่ ทันสมัย แข็งแรง ทนทาน เช็ดทำความสะอาดง่าย

6. เมนูอาหารแบบแผ่นพับ สามารถออกแบบให้มีรูปแบบการพับได้หลากหลาย เช่น แบบพับ 2 ตอน 3 หน้า หรือแบบพับครึ่ง เหมาะสำหรับร้านขนาดเล็กที่มีจำนวนรายการอาหารไม่มากนัก หรือทำเป็นเมนูเสริม เช่น เมนูเครื่องดื่ม เมนูของหวาน หรือเมนูช่วงเทศกาล

ข้อดี คือ ราคาในการผลิตไม่สูง จึงสามารถเปลี่ยนได้บ่อยตามความต้องการ น้ำหนักเบา เปิดกางสุดได้ 180 องศา และจับตั้งบนโต๊ะอาหารได้ (เมนูอาหาร 6 สไตล์. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.whaleprintshop.com>)

หลักการออกแบบเมนู

1. สร้างจุดเด่นนำสายตา อย่างเช่นการมีเมนูแนะนำ ช่วยให้เห็นเมนู
2. เว้นพื้นที่ว่างเพื่อพักสายตา ไม่ให้รู้สึกสายตาและอึดอัดจนเกินไป
3. จิตวิทยาเรื่องการใช้สี เลือกใช้สีที่สดใส กระตุ้นความรู้สึกอยากอาหาร
4. จัดวางคำอธิบายให้น่าสนใจ ชวนอ่าน
5. เลือกวัสดุของเล่มเมนูให้คงทน เลือกวัสดุในการรูปเล่มเมนู ให้สามารถใช้ได้ในระยะยาว อาจเลือกใช้แผ่นหนังมาหุ้มปกเล่มเมนูอาหาร หรือพิมพ์บนสติ๊กเกอร์ก่อนนำไปแปะทับบนกระดาษแข็งพร้อมเคลือบกันน้ำ แม้จะลงทุนเยอะในครั้งแรกแต่เมื่อเทียบกับอายุการใช้งานที่นานก็ถือว่าคุ้มค่า ให้ลูกค้าสามารถมองรูปภาพและตัวหนังสือบนรูปเล่มเมนูได้อย่างชัดเจน รูปภาพอาหารสีสดบนเล่ม ทำให้อาหารดูน่าทานมากยิ่งขึ้น รูปเล่มเมนูที่ทนทาน คุณภาพแข็งแรง ทำให้ภาพลักษณ์ของร้านดูดีมีระดับ ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในรสชาติอาหารว่าจะมีคุณภาพดีเช่นเดียวกับรูปเล่ม (การออกแบบเมนูอาหาร. 2565 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://business.hungryhub.com>)

ข้อดี ข้อเสียของเมนู

ข้อดี เป็นสื่อที่ดึงดูดความสนใจได้ดีในการเลือกรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารนั้นๆ สร้างมูลค่าให้กับร้านเพิ่มโอกาสในการขาย

ข้อเสีย หากเมนูมากจนเกินไปและออกแบบจัดวางไม่ดี อาจทำให้ลูกค้าไม่ชัดเจน ลูกค้าสามารถเกิดการสับสนได้

ยูนิฟอร์ม

ชุดยูนิฟอร์ม คือ เครื่องแต่งกายที่ถูกออกแบบให้มีลักษณะมีสี สัน โลโก้ หรือ มีการใส่ความเป็นอัตลักษณ์ขององค์กรนั้นๆบนเสื้อผ้า หรือชุดฟอร์มพนักงาน โดยนายจ้างส่วนใหญ่จะมอบเครื่องแบบชุดสำนักงานเหล่านี้ให้เป็นสวัสดิการของพนักงาน เพื่อให้พนักงานที่ทำงานในองค์กรได้สวมใส่เพื่อแสดงว่า คุณคือ เจ้าหน้าที่ขององค์กรนั้นๆ ให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการได้รับรู้ว่า คนที่ใส่ชุดนี้ กำลังทำหน้าที่หรือกำลังมีบทบาทอย่างไรอยู่

ความสำคัญของยูนิฟอร์ม

งานที่พนักงานต้องทำเป็นงานบริการ งานที่ต้องเจอลูกค้าเป็นหลัก เช่น พนักงานขาย พนักงานต้อนรับลูกค้า การมีเครื่องแบบที่เหมาะสม สุภาพ มีเอกลักษณ์ช่วยให้แบรนด์เป็นที่จดจำก็คือเหตุผลแรก นอกจากนั้นหากลักษณะงานเป็นงานที่มีความเฉพาะทาง ต้องใช้เครื่องแต่งกายแบบเฉพาะ บริษัทก็ควรออกแบบและจัดหายูนิฟอร์มให้กับพนักงานด้วยเช่นกัน แบ่งเป็นความสำคัญของภาพพจน์องค์กรได้ ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคสามารถจำแนกองค์กรได้ง่าย เป็นการสร้างภาพจำให้แก่องค์กรได้แน่นอนว่า บางธุรกิจนั้น มีหลายแบรนด์หลายบริษัท ที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน ดังนั้นการที่เจ้าหน้าที่พนักงานสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มพนักงานขององค์กร ก็เพื่อให้ผู้ใช้บริการ หรือ ลูกค้า สามารถแยกออกว่า เจ้าหน้าที่ หรือองค์กรนั้นคือบริษัทหรือร้านค้าอะไร และยังถือเป็นการโฆษณาองค์กรในทางอ้อม เสมือนเครื่องมือทางการตลาดแบบหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพจำสำหรับผู้พบเห็นได้

2. เสื้อฟอร์มพนักงาน สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร แน่นอนว่า การที่เจ้าหน้าที่หรือพนักงาน สวมใส่ชุด ยูนิฟอร์ม ขององค์กรในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ โดยส่วนใหญ่แล้วชุดพนักงานนั้นจะออกแบบให้มีความทางการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีสี สัน มีความสบาย บ่งบอกได้ถึงองค์กร เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ที่มาใช้บริการ ว่าคนที่สวมใส่ชุดยูนิฟอร์มพนักงานนี้ คือเจ้าหน้าที่ขององค์กร

ที่ลูกค้าสามารถไวใจและให้ข้อมูลต่างๆ ได้ เช่น เจ้าหน้าที่ธนาคารที่ต้องติดต่อประสานลูกค้าที่ต้องการทำธุรกรรมการเงินเป็นจำนวนเงินเยอะๆ หรือ พนักงานร้านอาหารที่ใส่ชุดของร้านค้า ลูกค้าสามารถเรียกมาใช้บริการได้อย่างสะดวกใจ เป็นต้น

3. ชุดสร้างความเป็นมืออาชีพให้เจ้าหน้าที่สวมใส่ สำหรับสายงานที่มีลักษณะของการทำงานที่เฉพาะทาง จะทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่วงเวลาที่ต้องติดต่อกับลูกค้าหรือบุคคลทั่วไป ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึก ภาคภูมิใจผ่านชุดยูนิฟอร์มพนักงานที่สวมใส่ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกอยากทำงานเพื่อองค์กร เช่น พนักงานต้อนรับของสายการบิน ที่เราจะเห็นความมุ่งมั่นตั้งใจให้บริการกับผู้โดยสารทุกคนอย่างเต็มที่ ด้วยชุดฟอร์มพนักงานที่สวมใส่ ทำให้พนักงานตระหนักถึงภาพพจน์องค์กรในทิศทางที่ดีมากยิ่งขึ้นนั่นเอง

4. ชุดยูนิฟอร์มพนักงาน สร้างความสามัคคี การที่เจ้าหน้าที่สวมใส่ชุดยูนิฟอร์ม ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสำหรับคนในองค์กร สร้างความรู้สึกของการทำงานเป็นทีม ทำให้พนักงานไม่รู้สึกโดดเดี่ยวและรู้สึกไม่มีใครแตกแยก อีกทั้งการใส่ชุดยูนิฟอร์มพนักงานจะช่วยสร้างบรรยากาศของการทำงานที่ดีขึ้นได้อีกด้วย

5. ชุดยูนิฟอร์ม สร้างความปลอดภัย สำหรับองค์กรที่ต้องปฏิบัติหน้าที่เฉพาะทาง ที่มีความเสี่ยงอันตรายต่อตัวเอง และ ผู้ที่อยู่รอบข้าง เช่น พนักงานช่างไฟฟ้า, พนักงานในโรงงานเครื่องจักรหนัก, พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม , เจ้าหน้าที่ดับเพลิง ฯลฯ อาจมีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยบางอย่าง ส่งผลให้ชุดฟอร์มพนักงานโรงงานในหน้าที่เหล่านั้น จะเป็นลักษณะของเสื้อผ้าที่ออกแบบมาเพื่อหน้าที่เหล่านี้ เช่น วัสดุที่ทนความร้อน ทนทานไม่ขาดง่าย เป็นต้น (ยูนิฟอร์ม. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.kottonexpress.com>)

ประเภทของยูนิฟอร์มเสื้อ

การออกแบบยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงานด้วยความใส่ใจ ย่อมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ถ่ายทอดความเป็นแบรนด์ให้ลูกค้าคุ้นเคยและจดจำ นำมาซึ่งความไว้นับถือเชื่อใจต่อองค์กร นอกจากนั้นแล้วยังต้องทำให้ผู้สวมใส่คล่องตัว ใส่สบาย เหมาะแก่การทำงาน ช่วยเสริมความมั่นใจและบุคลิกภาพ ดังนั้นแล้วก่อนตัดสินใจผลิตยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงานสักชุด จึงควรมาทำความรู้จักยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงานในรูปแบบต่างๆ ซึ่งได้แก่

1. เสื้อยืดคอกลม เสื้อยืดสีพื้นสกรีนลายโลโก้บริษัท เป็นเสื้อฟอร์มพนักงานอีกหนึ่งรูปแบบ ยอดฮิตของทุกองค์กร เนื่องจากสวมใส่สบาย มีความคล่องตัว ระบายอากาศและซับเหงื่อได้ดี เหมาะสำหรับวันอากาศร้อนที่ต้องทำงานนอกสถานที่ และวันสบายๆ ที่ไม่ต้องการความเป็นทางการมากเกินไป หรือหากจะแมตซ์ลุคให้เป็นทางการ ก็สามารถหาเสื้อสูทมาสวมทับก็ออกมาดูดี สามารถใส่ได้ทุกโอกาสเข้ากับทุกสไตล์การแต่งตัวไม่ว่าจะใส่กับกางเกงหรือกระโปรง

2. เสื้อโปโล เสื้อคอปกยอดนิยมนตลอดกาลของทุกออฟฟิศ สวมใส่ได้ทุกโอกาส ดูสุภาพ เรียบร้อย จะใส่ทำงานเข้าประชุมในออฟฟิศก็ดี หรือออกภาคสนามก็เหมาะสม เนื่องจากสวมใส่สบาย เพิ่มความคล่องตัว ผ้ามีความยืดหยุ่นสูง ช่วยระบายอากาศได้ดี ลดกลิ่นอับไม่พึงประสงค์ ทำให้สบายตัวและรู้สึกสะอาด สดชื่น เหมาะกับอากาศเมืองไทยที่ร้อนอบอ้าวเกือบตลอดทั้งปี ในช่วงฤดูหนาว และฤดูฝน ด้วยโครงสร้างเนื้อผ้าที่ซับซ้อยังสามารถช่วยเพิ่มความอบอุ่นให้แก่ร่างกายได้ด้วยในระดับหนึ่งอีกด้วย

3. เสื้อเชิ้ต เสื้อฟอร์มพนักงานสุดคลาสสิกที่ช่วยเสริมลุคให้ดูเรียบร้อยมีสไตล์ แม้จะสวมใส่ไม่คล่องตัวเท่าเสื้อสองแบบที่กล่าวมาข้างต้น แต่ก็ได้เปรียบกว่าด้วยภาพลักษณ์ที่ดูเป็นทางการ สร้างความน่าเชื่อถือ เหมาะสำหรับการออกไปพบปะลูกค้า พบเจอผู้คนภายนอก หรือจะออกแบบเพิ่มกระเป๋าสีที่เก็บปากกาก็เป็นทางเลือกยอดนิยมที่สะดวกสบาย

4. เสื้อซิป ชุดฟอร์มพนักงานโรงงานประเภทเสื้อช่าง ทั้งแบบแขนสั้นและแขนยาว สำหรับใส่ระหว่างการลงมือปฏิบัติทำงาน เช่น งานก่อสร้าง ซ่อมบำรุง งานระบบไฟฟ้า เชื่อมโลหะ ที่จำเป็นต้องใช้เนื้อผ้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะต่องานแต่ละประเภท เช่น การป้องกันสะเก็ดไฟ หรือเกิดไฟฟ้าสถิต ที่ก่อให้เกิดอันตรายระหว่างทำงานได้ ดังนั้นการเลือกเสื้อซิป ควรพิจารณาเนื้อผ้าให้เหมาะสมกับการใช้งานมีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของผู้สวมใส่

นอกจากยูนิฟอร์มพนักงานทั้ง 4 แบบที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ชุดยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงานยังสามารถทำได้ในรูปแบบของเสื้อแจ๊คเก็ต เสื้อฮู้ด สเวตเชิร์ต สเวตเตอร์ เสื้อคลุมชั้นนอก แขนยาว สำหรับใส่เพื่อป้องกันลม กันหนาว เพื่อซัพพอร์ตผู้สวมใส่ในทุกสภาพอากาศ หรือจะเป็นชุดยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงานที่มีรูปแบบเฉพาะตามแต่ละอาชีพ เช่น เสื้อเชฟ ผ้ากันเปื้อน เสื้อแม่บ้าน เสื้อกาวน์ ชุดสครับที่ใช้ทางการแพทย์ ก็สามารถเลือกรูปแบบ และสั่งผลิตเสื้อในรูปแบบต่างๆ ได้เช่นกัน (ประเภทของชุดยูนิฟอร์มพนักงาน. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.toffyboutique.com>)

ประเภทของยูนิฟอร์มหมวกแก๊ป

หมวกแก๊ปมีหลายประเภท แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนำไปใช้งานอย่างไร แบ่งได้ ดังนี้

1. ทรงหมวกแก๊ปแบบมาตรฐาน เป็นที่นิยมมาก ใส่กับอะไรก็ดูดี มักใช้ในชีวิตประจำวัน ใส่ไปเที่ยว ไปออกเดท จะแบ่งเป็นแบบสี่เหลี่ยม และแบบ 2 สี แล้วแต่ความชอบของแต่ละคน
2. หมวกแก๊ปแบบตาข่าย มีความพิเศษตรงที่ด้านหลังของหมวกเป็นตาข่าย จะช่วยเรื่องของการระบายอากาศ ใครที่ไม่ชอบความอึดอัด หรือไม่อยากหัวร้อน เหงื่อออกจนหัวเปียก ต้องใช้หมวกแก๊ปแบบตาข่าย
3. หมวกฮิปฮอป จะมีความพิเศษที่ทรงหมวก จะเป็นทรงมากกว่าหมวกประเภทอื่น ปีกของหมวกฮิปฮอปจะแบนไม่โค้ง กำลังเป็นที่นิยมของวัยรุ่น
4. หมวกแบรนต์ จะแตกต่างกับหมวกแก๊ปมาตรฐานแค่ปีกหมวกที่สั้นลง ซึ่งจะทำให้ดูเทไปอีกแบบครับ เหมาะกับการใส่ไปเที่ยวทั่วไป เข้าได้กับเสื้อผ้าทุกชุด ส่วนงานปิกนิกมักจะเป็นโลโก้
5. หมวกไวเซอร์ เป็นหมวกแก๊ปแบบพิเศษ มีรูปทรงที่เฉพาะตัว เป็นหมวกที่ไม่มีตัวหมวกด้านบน มีแค่ปีกหมวกเท่านั้น เอาไว้ใส่เวลาเล่นเทนนิส ติกอล์ฟ หรือกีฬากลางแจ้งทุกประเภท จะช่วยในการบังแดด ไม่ทำให้บอ้าว
6. หมวกเวียดนาม แตกต่างที่รูปทรงของหมวก ตัวหมวกจะกลมแบนเหมือนเค้ก เหมาะสำหรับหนุ่มสาวสไตล์วินเทจ (ประเภทหมวกแก๊ป. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.fastcap88.com>)

ประเภทผ้ากันเปื้อน

1. ผ้ากันเปื้อนแบบครึ่งตัว คือผ้ากันเปื้อนที่ใส่คลุมตั้งแต่บริเวณเอวลงไป โดยมีสายคาดเอวเพื่อความกระชับในการสวมใส่ ผ้ากันเปื้อนชนิดนี้ส่วนใหญ่นิยมใส่เพื่อเน้นให้ดูเป็นระเบียบ สวยงามมากกว่าใช้เพื่อป้องกันความสกปรก และสำหรับกิจการที่มีเสื้อเป็นยูนิฟอร์มอยู่แล้วการใช้ผ้ากันเปื้อนแบบครึ่งตัวจึงเหมาะสมกว่า เพราะไม่ปกปิดทับเสื้อยูนิฟอร์ม
2. ผ้ากันเปื้อนแบบเต็มตัว คือผ้ากันเปื้อนที่สวมใส่ทั้งตัว ตั้งแต่บริเวณอกยาวลงไปเกือบถึงเข่า หรือจะยาวปิดเข่าก็สามารถทำได้ ผ้ากันเปื้อนชนิดนี้ส่วนใหญ่ใส่เพื่อป้องกันความสกปรกและเพื่อป้องกันอันตรายจากการทำอาหาร นิยมใช้กันเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม ร้านเบเกอรี่ หรือแฟรนไชส์ ผ้ากันเปื้อนแบบเต็มตัวมีการออกแบบสายคล้องอยู่ 2 ชนิดด้วยกัน คือ แบบคล้องคอ และแบบคล้องไหล่ (สายไขว้หลัง,สายหลังตัวH)

3. ผ่ากันเปื้อนแบบคล้องคอ นั้นมีข้อดีคือสวมใส่ง่าย แต่มีข้อเสียคือเมื่อใส่ของในกระเป๋าเยอะๆ หรือผ้าที่มีน้ำหนักมาก ทำให้เวลาสวมใส่จะรั้งคอ เกิดอาการปวดคอได้

รูปตัวอย่างแบบสายคล้องคอ

4. ผ่ากันเปื้อนแบบคล้องไหล่ จะมีข้อเสียคือสวมใส่ยาก แต่มีข้อดีคือเคลื่อนไหวสะดวก สวมใส่สบายไม่รั้งคอ โดยส่วนใหญ่จะเป็นแบบสายกากบาทด้านหลัง หรือที่เรียกว่าสายไขว้หลังนั่นเอง

รูปตัวอย่างผ่ากันเปื้อนแบบคล้องไหล่ (สายไขว้หลัง)

5. ผ่ากันเปื้อนเต็มตัวแบบคลุมหน้า-หลัง เป็นอีกแบบที่นิยมกันส่วนใหญ่ในร้านเสริมสวย ทำเล็บ

สปา ลักษณะการใช้งาน สวมคล้ายเสื้อ มีสายรัดด้านข้างลำตัวเพื่อความกระชับ

รูปตัวอย่างผ่ากันเปื้อนแบบคลุมหน้า-หลัง (เลือกใช้ผ่ากันเปื้อน. ออนไลน์ : 2560. แหล่งที่มา : <http://www.apron-logo.com>)

หลักการออกแบบยูนิฟอร์ม

สำหรับหลายๆ องค์กรส่วนใหญ่เสื้อฟอร์มพนักงาน เสื้อโปโลพนักงาน ยูนิฟอร์มพนักงาน หรือชุดฟอร์มพนักงานโรงงาน มักจะเป็นหนึ่งในสวัสดิการของพนักงาน และการสวมใส่เสื้อยูนิฟอร์มพนักงานก็ถือว่าเป็นหนึ่งในกฎระเบียบของการทำงานเช่นกัน เพราะฉะนั้นการออกแบบเสื้อฟอร์มพนักงาน หรือชุดฟอร์มพนักงานโรงงานจึงมีความสำคัญ เพราะอย่าลืมนว่ายูนิฟอร์มพนักงานนั้นสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนและเอกลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ว่าเหตุใดการออกแบบในการผลิตเสื้อฟอร์มพนักงานจึงจำเป็นต้องมีหลักการในการออกแบบ โดยการออกแบบยูนิฟอร์มที่ดีมีหลักการ ดังนี้

1. การเลือกสไตส์ที่ใช่และโทนสีที่ชอบ การออกแบบดีไซน์และการเลือกโทนสีของเสื้อยูนิฟอร์มพนักงาน หรือ เสื้อโปโลพนักงาน ก็จะต้องมีความแตกต่างกันออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับประเภทขององค์กรมากที่สุด เพื่อให้คนที่มาเห็นสามารถรับรู้ได้ถึงลักษณะขององค์กรได้ง่าย อาทิเช่น หากเป็นประเภทธุรกิจเกี่ยวกับความงาม สไตส์เสื้อผ้าควรจะเน้นความหรูหรา ความสวยงาม ความสะอาดเป็นหลัก แต่ถ้าหากเป็นประเภทธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ จะเน้นเสื้อผ้าที่ดูกระฉับกระเฉง รัดกุม ดูชำนาญการและมีความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น ในส่วนของการเลือกโทนสีของเสื้อยูนิฟอร์มพนักงาน หรือเสื้อโปโลพนักงานนั้น ควรเลือกโทนสีที่มีความเกี่ยวข้องกับโลโก้แบรนด์ หรือโลโก้ขององค์กร เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ที่จะช่วยกำหนดให้ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความชัดเจนมากขึ้น สามารถสื่อถึงจุดเด่นของบริษัทได้โดยง่าย ส่วนพนักงานเองก็จะรู้สึกถึงความเป็นส่วน

หนึ่งขององค์กรและมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ง่ายขึ้น

2. การเลือกรูปแบบให้เหมาะสมกับประเภทขององค์กร โดยส่วนใหญ่แล้วการออกแบบยูนิฟอร์มพนักงาน เสื้อโปโลพนักงาน หรือชุดฟอร์มพนักงานโรงงาน มักจะเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจขององค์กรนั้นๆ ซึ่งการออกแบบนั้นสามารถปรับแต่งลักษณะของเสื้อผ้าให้เข้ากับการทำงานของพนักงานได้ เช่น การเพิ่มช่องกระเป๋าสำหรับการใส่ปากกาเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน หรือการตัดต่อเพิ่มผ้าบางส่วนเพื่อให้เสื้อผ้าในส่วนนั้นมีความทนทานมากขึ้น หรือการสลับเนื้อผ้าบางชิ้นเพื่อสามารถระบายอากาศได้ดียิ่งขึ้น ฉะนั้นการเลือกลักษณะรูปแบบของเสื้อผ้านั้น จะช่วยให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานนั้นดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย และชะลอการเสื่อมสภาพของเสื้อผ้านั้นได้อีกด้วย

3. การเลือกวางตำแหน่งโลโก้ โลโก้ขององค์กรถือเป็นหนึ่งในการสร้างการรับรู้ให้กับคนที่ ไปได้รู้จักองค์กรของเรา โลโก้ของแต่ละองค์กร มีการดีไซน์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น โลโก้ที่เป็นรูป, โลโก้ที่เป็นตัวอักษร หรือโลโก้ที่มีทั้งรูปและตัวอักษร แน่นอนว่าหากเรามีเสื้อโปโลพนักงาน เสื้อฟอร์มพนักงาน หรือชุดฟอร์มพนักงานโรงงาน การใส่โลโก้ขององค์กรเข้าไปจะช่วยเพิ่มการรับรู้ให้กับลูกค้าขององค์กรได้ง่ายขึ้น การออกแบบก็ควรจะต้องคำนึงถึงตำแหน่ง และขนาดที่เหมาะสมจะวางโลโก้ไว้ด้วยเช่นกัน เพราะหากไม่ได้รับการออกแบบที่ดี จะทำให้การรับรู้ของคนที่พบเห็นขาดประสิทธิภาพไป เช่น การใส่ข้อความสโลแกนบริษัทที่ยาวเกินไป คนพบบทก็อ่านไม่ออก หรือ การใส่สีสันทูมโลโก้มากเกินไปโดยไม่คำนึงถึงสีเสื้อ ก็อาจจะทำให้เสื้อดูไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นต้น

4. การเลือกวัสดุคุณภาพของเสื้อฟอร์มพนักงาน เสื้อโปโลพนักงาน : อีกหนึ่งความสำคัญของการผลิตเสื้อโปโล ผลิตเสื้อโปโลยูนิฟอร์ม หรือเสื้อฟอร์มพนักงาน นั่นก็คือ เนื้อผ้า เพราะเนื้อผ้าแต่ละชนิด แต่ละแบบนั้น ได้รับการออกแบบตามความต้องการที่ต่างกัน บางชนิดออกแบบเพื่อให้ดูสวยดูแพง บางชนิดออกแบบมาให้ทนทานต่อแรงดึง บางชนิดออกแบบมาให้สวมใส่แล้วไม่ร้อน ระบายอากาศได้ดี หรือบางชนิดเน้นที่ราคาถูก ทนทาน แต่ใส่แล้วไม่สบายผิว ฉะนั้นการเลือกเนื้อผ้าให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้งานของยูนิฟอร์มพนักงาน จึงมีความสำคัญมากในการสั่งผลิต ดังนั้นหากจะออกแบบเสื้อโปโลพนักงาน หรือชุดฟอร์มพนักงานโรงงานทั้งที่ นอกจากจะเน้นในเรื่องความสวยงาม และความเหมาะสมกับองค์กรแล้ว ในส่วนของวัสดุที่นำมาผลิตก็ควรเลือกแหล่งรับผลิตเสื้อโปโล หรือแหล่งรับผลิตเสื้อซิปที่มีคุณภาพ เพื่อที่พนักงานจะได้สามารถใส่ยูนิฟอร์มพนักงาน หรือเสื้อโปโลพนักงานได้อย่างมั่นใจ และสบายใจเมื่อได้ใส่ทุกครั้ง (หลักการออกแบบยูนิฟอร์มพนักงาน. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.toffyboutique.com>)

ข้อดี ข้อเสียของยูนิฟอร์ม

ข้อดีของการมียูนิฟอร์มประจำร้าน ได้แก่

1. สร้างภาพลักษณ์ที่น่าดึงดูด
2. สร้างแบรนด์และสร้างความแตกต่าง
3. เป็นการโฆษณาแบบฟรี
4. ช่วยปกป้องพนักงาน
5. สร้างมาตรฐานความปลอดภัย
6. ป้องกันการปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์
7. สร้างทีมสปิริต
8. เป็นสวัสดิการให้กับพนักงาน
9. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
10. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในองค์กร

ข้อเสียของการมียูนิฟอร์มประจำร้าน ได้แก่

1. อาจเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหากพนักงานขาดความใส่ใจในการดูแลการแต่งกาย หรือใส่ยูนิฟอร์มไปกระทำเรื่องไม่ดี
2. ขั้นตอนการผลิตอาจมีข้อผิดพลาด ไม่ตรงกับงานออกแบบ เกิดปัญหาด้านทุนการผลิตซ้ำซาก

บัตร

การทำบัตรเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการทำนามบัตรเพื่อใช้ในธุรกิจที่หลายคนอาจมองข้ามไป เพราะคิดว่าแค่ออกแบบให้โดดเด่นก็เพียงพอแล้ว แต่ที่จริงการเลือกกระดาษเป็นจุดเล็ก ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้มากยิ่งขึ้นได้ด้วย

ประเภทของบัตร

1. นามบัตร ใช้สำหรับเป็นตัวแทนองค์กรหรือบุคคล มีช่องทางการติดต่อในนามบัตร
2. บัตรสะสมแต้ม บัตรสำหรับร้านหรือแบรนด์ที่มีการสะสมแต้มเพื่อสิทธิประโยชน์ต่างๆ
3. บัตรสมาชิก ใช้สำหรับการแสดงตนเป็นสมาชิกในต่างๆวาระ โอกาส ตำแหน่ง
4. บัตรฝากเหล้า บัตรสำหรับฝากเครื่องดื่มตามสถานบันเทิง ร้านเหล้า

5. บัตรเครดิต บัตรสำหรับธุรกรรมทางการเงินของธนาคารต่างๆ

หลักการออกแบบบัตร

1. ใช้รูปแบบที่เรียบง่ายและสะอาด การออกแบบที่หนาแน่นอาจทำให้ผู้รับบัตรรู้สึกซับซ้อนและยากต่อการอ่าน
2. เลือกใช้วัสดุคุณภาพสูง เลือกใช้วัสดุที่มีน้ำหนักและทนทานและคิดจะเพิ่มการจัดเรียงพิเศษเช่น glossy หรือ matte.
3. ทำให้ง่ายต่อการอ่าน ใช้ฟอนต์ที่อ่านง่ายและแน่นอนว่าข้อมูลสำคัญสามารถค้นหาได้ง่าย
4. เลือกเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นเท่านั้น ในบัตรควรมีเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นไม่ควรใส่รายละเอียดลงไปในหน้าบัตรมากจนเกินไปเพราะจะทำให้ดูรกอึดอัด
5. ระบุข้อมูลติดต่อให้ชัดเจน อย่าลืมระบุข้อมูลติดต่อของคุณบนบัตร เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล หรือเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้รับบัตรสามารถติดต่อกลับหาคุณได้ง่ายๆ ในกรณีที่ต้องการติดต่อหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม
6. สร้างความจดจำ ใช้รูปแบบหรือขนาดที่เป็นเอกลักษณ์ หรือให้ใช้เทคนิคการพิมพ์เช่น การปั๊มูน (Embossing) และ การปั๊มฟอลย์ (Foiling) จะสร้างให้บัตรดูโดดเด่นขึ้นมาทันที
7. ใช้พื้นที่ด้านหลังให้เกิดประโยชน์ อย่าปล่อยพื้นที่ว่างบนด้านหลังของบัตรของคุณ เราสามารถเพิ่มข้อมูลเพิ่มเติม เช่น สโลแกน หรือใช้เป็น Call to Action ก็ได้
8. ใช้สีที่เหมาะสม ควรเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับแบรนด์และเนื้อหาของบัตร ไม่ควรใช้สีที่มากเกินไปหรือสีที่สับสนกับข้อมูลบนบัตร (หลักการออกแบบบัตร.2567 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://vibecards.io>)

ข้อดี ข้อเสียของบัตร

ข้อดี ช่วยให้องค์กรหรือร้านมีความเป็นมืออาชีพ สมบูรณ์ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

ข้อเสีย บัตรมักเป็นกระดาษ ขำรุคและเสียหายได้ง่าย ไม่ทนต่อไฟและน้ำ

สายคาดกล่องอาหาร

สายคาดกล่องอาหาร หรือ กระดาษคาดกล่อง, สายรัดกล่องอาหาร เป็นอุปกรณ์ที่ทำจากกระดาษอาร์ตคุณภาพดี มีความหนา 130-190 แกรม มีลักษณะเป็นสายพลาสติกทรงแบนและยาว สามารถผูกและยึดกล่องอาหารให้แน่นหนา ไม่ให้กล่องเปิดออกหรือได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง

กระดาษคาดกล่อง มักถูกนำมาใช้งานร่วมกับกล่องบรรจุอาหาร Delivery ทั้งแบบกระดาษและพลาสติก โดยจะรัดสายผ่านเส้นผ่านศูนย์กลางของกล่องทั้งด้านบนและด้านล่าง ทำให้กล่องอาหารมีความแน่นหนาและมีความมั่นคงในการจัดเก็บอาหารมากขึ้น

ความสำคัญของสายคาดกล่อง

สายคาดกล่องอาหารเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับกล่องบรรจุอาหาร ทำหน้าที่ในการรัดและยึดกล่องอาหารให้แน่นและปลอดภัย ในระหว่างการขนส่งหรือการจัดส่ง กระดาษสายคาดกล่อง ทำจากวัสดุที่มีความแข็งแรงทนทาน เช่น กระดาษอาร์ตการ์ด ในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจด้านอาหารและการส่งอาหารออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น การทำธุรกิจจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ได้เข้ามามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้สามารถจัดส่งอาหารไปถึงมือลูกค้าในสภาพสมบูรณ์ดีที่สุด กระดาษคาดกล่องอาหาร จึงเป็นอุปกรณ์สำคัญที่มีบทบาทในการรักษาคุณภาพของกล่องอาหารได้ดีที่สุด

สายคาดกล่องอาหาร ยังมีความแข็งแรงทนทาน ด้านทานต่อการฉีกขาดได้ดี คู่มาต่อการลงทุนผลิตเป็นจำนวนมาก ตอบโจทย์ค่าใช้จ่ายสำหรับธุรกิจร้านอาหารหรือบริษัทจัดส่งอาหารได้เป็นอย่างดี กระดาษคาดกล่องอาหาร จึงเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารและการจัดส่งอาหารไม่ควรมองข้าม เพราะสายคาดกล่อง มีประโยชน์ทั้งในการรักษาคุณภาพอาหารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจ (สายคาดกล่องคืออะไร. 2567 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tumtook.com>)

ประเภทของสายคาดกล่อง

ประเภทของวัสดุสำหรับทำสายคาดกล่องอาหาร มี 7 ประเภทหลัก ดังนี้

1. กระดาษ โรงพิมพ์กระดาษคาดกล่องนิยมเลือกใช้วัสดุนี้ เพราะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรับแต่งงานดีไซน์ได้ง่าย เหมาะสำหรับใช้กับบรรจุภัณฑ์ซื้อกลับบ้านหรือซื้อเป็นของขวัญของฝาก

2. กระดาษการ์ด วัสดุประเภทนี้แข็งแรงกว่ากระดาษธรรมดา มีความพรีเมียมกว่า จึงเหมาะสำหรับงานออกแบบที่คาดกล่องอาหารที่มีความซับซ้อน เหมาะสำหรับโรงพิมพ์ที่รับทำสายคาดกล่องขนม

3. พลาสติก อาจใช้เป็นแบบโปร่งใส มีสี หรือแบบโฮโลแกรม ข้อดีคือความทนทาน กันน้ำ จึงเหมาะสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารที่อาจต้องโดนความชื้น ต้องแช่ฟรีซในการจัดส่ง

4. ผ้า เช่น ริปบิ้น หรือสายรัดแบบผ้าคาดจะช่วยเพิ่มมูลค่า ความหรูหราให้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมาก ทั่วไปเราจะพบเห็นบนกล่องบรรจุอาหารแบบงานฝีมือหรือของขวัญ

5. แถบยางยืด จุดเด่นคือความยืดหยุ่น ยึดกล่องที่มีขนาดต่าง ๆ ได้อย่างปลอดภัย จึงนิยมใช้ในโรงพิมพ์รับทำสายคาดกล่องขนม เบเกอรี่ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการปิดแน่น

6. เชือก/เกลียว เป็นวัสดุธรรมชาติ จึงช่วยสร้างความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิก ถือเป็นตัวเลือกที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม ข้อเสียคือพิมพ์ข้อมูลต่าง ๆ ลงบนเชือก/เกลียว ทำให้เด่นชัดได้ยาก

7. สติกเกอร์คาดกล่องอาหาร เป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการ SME ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เพราะทำได้ง่าย ปรับเปลี่ยนรูปแบบ ใส่ข้อมูลต่าง ๆ ได้ตามต้องการ (แนะนำวัสดุสายคาดกล่อง. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tumtook.com>)

หลักการออกแบบสายคาดกล่อง

หลักการออกแบบสายคาดกล่องที่น่าสนใจ มีดังนี้

1. รูปแบบของสายคาด การเลือกและออกแบบรูปแบบของสายคาดสำหรับกล่องอาหารเป็นสิ่งที่สำคัญมาก รูปแบบที่ดีสามารถทำให้สินค้าของคุณโดดเด่นและสร้างความสนใจให้กับลูกค้า ดังนั้นเราจึงควรใช้เวลาในการสำรวจแนวโน้มการออกแบบที่กำลังเป็นที่นิยมและศึกษาว่าลูกค้าและสินค้าของคุณต้องการอะไร เช่น

ขนาดและรูปร่าง : สายคาดสามารถมีรูปร่างและขนาดที่แตกต่างกัน ทั้งที่แคบหรือกว้าง ขึ้นอยู่กับขนาดของกล่องอาหาร รูปร่างที่ไม่ปกติหรือรูปร่างที่มีความเป็นสรรค์สามารถช่วยให้สินค้าของคุณโดดเด่น

ลายเส้นและสี : สายคาดสามารถมีลายเส้นที่แตกต่างกัน ทั้งเส้นที่เรียบง่ายหรือซับซ้อน สีสันทยัง
สามารถเพิ่มความสนใจและความเป็นสรรค์

การตกแต่ง : การเพิ่มรายละเอียดตกแต่งเช่น ลายน้ำ, ภาพประกอบ, หรือตัวอักษรแต่งตัวสามารถทำ
ให้สายคาดของคุณมีความน่าสนใจมากขึ้น

2. การเลือกใช้ฟอนต์ การเลือกฟอนต์หรือตัวอักษรที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญของการ
ออกแบบทั้งหมด มันไม่เพียงแต่ทำให้ข้อความของคุณอ่านง่ายและชัดเจนเท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อถึง
บรรยากาศและความรู้สึกที่คุณต้องการสื่อถึงได้ โดยอาจต้องพิจารณาดังต่อไปนี้เมื่อเลือกฟอนต์
ความอ่านง่าย : ตัวอักษรที่อ่านง่ายจะทำให้ลูกค้าเข้าใจข้อความที่คุณต้องการสื่อถึงได้มากขึ้น ทำให้
สินค้าของคุณน่าสนใจและน่าซื้อมากขึ้น

การเข้ากับแบรนด์ : ตัวอักษรที่คุณเลือกควรจะสอดคล้องกับความรู้สึกและบรรยากาศที่แบ
รנדของคุณต้องการสร้าง

ความหลากหลาย : การใช้หลายรูปแบบตัวอักษรสามารถช่วยให้คุณสร้างข้อความที่มีความ
ซับซ้อน แต่ควรระวังเพื่อไม่ทำให้การออกแบบดูยุ่งยากหรือเข้าใจได้ยาก

3. การใช้ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ การใช้ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ของคุณบนสายคาดกล่อง
อาหารจะช่วยให้คุณรู้จักและจำคุณได้ง่ายขึ้น โลโก้เป็นส่วนสำคัญที่สร้างเอกลักษณ์แบรนด์ของคุณ
ทำให้ลูกค้าสามารถรู้จักและจำคุณได้ง่ายขึ้น และมักใช้เป็นวิธีแรกในการสื่อสารกับลูกค้าและในการ
ใช้โลโก้หรือตราสัญลักษณ์บนสายคาด คุณอาจต้องการพิจารณาดังต่อไปนี้

ความชัดเจน : โลโก้หรือตราสัญลักษณ์ของคุณควรเด่นชัด และมองเห็นได้ชัดเจน แม้ว่าจะ
อยู่ในพื้นที่ที่จำกัด

ขนาด : โลโก้หรือตราสัญลักษณ์ควรมีขนาดที่เหมาะสม ไม่ใหญ่เกินไปที่จะทำให้ดูอึดอัด และ
ไม่เล็กเกินไปจนเห็นไม่ชัด

สอดคล้องกับแบรนด์ : โลโก้หรือตราสัญลักษณ์ควรจะสอดคล้องกับเอกลักษณ์และคุณค่าของ
แบรนด์ของคุณ (หลักการออกแบบสายคาดกล่อง. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา :
<https://www.proprintshops.comX>)

ข้อดี ข้อเสียของสายคาดกล่อง

ข้อดีของสายคาดกล่องมี ดังนี้

1. ป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับกล่องอาหาร สายคาดกล่อง จะทำหน้าที่ยึดกล่องอาหารให้แน่นหนา เพื่อไม่ให้กล่องแตกหัก เปิดออก หรือชำรุดเสียหายจากแรงกระแทกหรือการกระเทือนระหว่างการขนส่ง ช่วยรักษารูปลักษณ์ของกล่องและคุณภาพอาหารภายในให้อยู่ในสภาพที่ดี
2. เพิ่มความสะดวกในการจัดส่ง การรัดกล่องด้วย สายคาดกล่อง จะทำให้การจัดส่งกล่องอาหาร มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ลดความเสี่ยงต่อการกระแทกหรือการหกหล่นของกล่องอาหารภายในกล่อง
3. ใช้งานได้ง่าย สายคาดกล่อง สามารถผูกกล่องอาหารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนงบประมาณประหยัดเวลาในการจัดเตรียมและแพ็คกล่องอาหารสำหรับการจัดส่ง
4. สร้างแบรนด์ให้มีความเป็นมืออาชีพ การใช้สายคาดกล่อง ในการผูกกล่องอาหารให้ปลอดภัย สวยงามเป็นการแสดงความใส่ใจและการดูแลเอาใจใส่ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นมืออาชีพ
5. จัดอาหารส่งได้ปลอดภัย สายคาดกล่อง ช่วยรักษาสภาพของกล่องอาหารให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัย ป้องกันการกระแทกและการเปิดกล่อง ลดความเสี่ยงขณะจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ได้มากขึ้น (ปรพโยชน์ของสายคาดกล่อง. 2566 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.tumtook.com>)

สต็อกเกอร์

แผ่นป้ายที่ติดกับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้พบเห็นรู้ว่าเราคือใคร ยกตัวอย่างเช่น ก่อนหน้านี้เราเคยขายสินค้าในตลาด ลูกค้ากินแล้วชอบ แต่ไม่มีสต็อกเกอร์สินค้าลูกค้าไม่รู้ว่าเราเป็นใคร เวลากลับมาซื้ออีกครั้ง หากร้านไม่เจอ ทำให้เราเสียโอกาสในการขายสินค้าปัจจุบันสต็อกเกอร์ฉลากสินค้า และแพ็คเกจจิ้ง ไม่เพียงแค่บอกรายละเอียดสินค้าหรือข้อมูลผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่เป็นการโฆษณาทั้งตัวผลิตภัณฑ์ และ โลโก้สินค้าให้ดูน่าสนใจ และช่วยเพิ่มยอดขายสินค้า ยิ่งไปกว่านั้นเราสามารถใส่สต็อกเกอร์ฉลากสินค้าและแพ็คเกจจิ้งเป็นเครื่องมือทางการตลาด ร่วมกับเครื่องมือทางการตลาดชนิดอื่นเช่น การ

ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขายและการตลาดทางตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจต่อสินค้าและเกิดความ ต้องการซื้อ (ความรู้เกี่ยวกับสติกเกอร์. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.dmeedia.com>)

ความสำคัญของสติกเกอร์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็นับได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อตัวแบรนด์ และต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้คนได้ง่ายตั้งแต่แรกเห็น การใช้สติกเกอร์เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยเพิ่มความสวยงามให้ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ได้ ซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังมีประโยชน์สติกเกอร์สินค้าอีกมากมายที่ช่วยส่งเสริมต่อทั้งตัวแบรนด์และผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าที่คิด คือ

1. เพิ่มความน่าสนใจให้ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์สติกเกอร์สินค้าที่จะสามารถมองเห็นได้เป็นอันดับต้น ๆ คงหนีไม่พ้นการช่วยสร้างความโดดเด่นให้ภาพรวมของสินค้า ซึ่งนอกจากการเลือกติดสติกเกอร์ที่มีสีสันสดใส หรือมีดีไซน์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์จะช่วยเพิ่มความน่าดึงดูดใจให้เหล่าผู้บริโภคตั้งแต่แรกเห็นแล้ว ยังสามารถเสริมความแข็งแรงให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่จดจำง่าย สร้างความคุ้นตาคุ้นใจให้เกิดขึ้น เพื่อเป็นตัวเลือกแรกเมื่อนึกถึง และเห็นง่ายเมื่อต้องการกลับมาซื้อซ้ำ

2. บ่งชี้ถึงคุณภาพ สติกเกอร์สินค้ายังสามารถแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ทั้งโลโก้ ราคา เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน หรือรายละเอียดเฉพาะของสินค้าแต่ละตัวว่ามีจุดประสงค์ในการใช้งานอย่างไร รวมถึงสามารถแจ้งถึงวัตถุดิบ วัสดุในการผลิต และข้อควรระวังในการใช้งาน ซึ่งนับว่าเป็นข้อดีสติกเกอร์สินค้าที่สามารถสร้างความตระหนักรู้ต่อคุณภาพของสินค้า แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมของราคา และเป็นการป้องกันอันตราย หรือปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้าผิดวิธีจนทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการได้อีกด้วย

3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ การส่งเสริมภาพลักษณ์ ถือเป็นอีกหนึ่งข้อดีสติกเกอร์สินค้าที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อแบรนด์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสติกเกอร์เป็นสิ่งแรก ๆ ที่ผู้บริโภคจะมองเห็นได้ง่ายบนบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น การออกแบบให้ดูดีและมีการเลือกใช้ตัวกระดาษสติกเกอร์ที่เหมาะสมคงทน มีประสิทธิภาพ จึงช่วยเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมภาพรวมของแบรนด์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ทั้งตัวสินค้าและแบรนด์ได้มากขึ้น

4. ป้องกันผลิตภัณฑ์ นี่อาจจะเป็นประโยชน์สติกเกอร์สินค้าที่ไม่ค่อยมีใครคาดคิด เพราะนอกจากข้อดีที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ฉลากหรือสติกเกอร์สินค้าสามารถนำมาเพิ่มการป้องกันสินค้าได้อีกชั้นเมื่อจำเป็น โดยการนำมาใช้เพื่อปิดทับผลิตภัณฑ์ให้แน่นหนา เช่น การนำมาติดไว้บนบรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อป้องกันการเปิดกล่องอาหารโดยไม่ตั้งใจ หรือการนำมาติดทับบนสินค้าที่ต้องทำการส่งในรูปแบบของพัสดุจดหมาย รวมถึงสามารถช่วยรับประกันได้ถึงความปลอดภัยจากการนำมาคาดบนผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการเปิดก่อนการใช้งาน เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าของเราจะไม่ถูกใครเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค (ความสำคัญของสติกเกอร์ (ความสำคัญของสติกเกอร์. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.bookandbox.com>)

ประเภทของสติกเกอร์

สติกเกอร์ที่เราคุ้นเคย ไม่ว่าจะเป็นบนบรรจุภัณฑ์ ตามร้านเครื่องเขียน ฉลากต่างๆ แท้จริงแล้วแบ่งได้เป็นหลายชนิด ขึ้นกับการดึงคุณลักษณะที่เราต้องการจะใช้ การเลือกสติกเกอร์นั้นจึงสำคัญ เพราะเป็นหนึ่งในวัสดุที่มักใช้สำหรับพิมพ์โลโก้ของแบรนด์ต่างๆ ชนิดของกระดาษสติกเกอร์ มีด้วยกันหลายประเภท ได้แก่

1 .สติกเกอร์กระดาษแบบขาวด้าน มีผิวสีขาวเนื้อด้านคล้ายผิวกระดาษ A4 หรือกระดาษปอนด์ทั่วไปจึงสามารถนำมาขีดเขียนด้วยปากกากลางไปได้ คุณสมบัติทนความร้อนได้ดี แต่ฉีกขาดและเปื่อยยุ่ยได้ง่ายเหมือนเนื้อกระดาษทั่วไป จึงไม่ทนน้ำและความชื้น มีราคาที่ไม่สูงมาก เหมาะกับการติดบนฉลากสินค้าที่ไม่ใช่ประเภทของเหลวหรือภาชนะที่ไม่ได้สัมผัสกับน้ำและความชื้น เช่น บาร์โค้ด, ฉลากบอกวันหมดอายุ, ติดบนผลไม้ สามารถทนความร้อนได้ราว 90 องศาเซลเซียส แล้วการเคลือบกับลามิเนตจะช่วยให้กันน้ำได้มากขึ้น

2. สติกเกอร์กระดาษแบบขาวมัน ด้วยคุณสมบัติที่ดีกว่าแบบขาวด้านที่เขียนได้เหมือนกระดาษ จึงมีราคาที่สูงกว่า เพราะสติกเกอร์ชนิดนี้มีผิวที่มันเงาและสามารถกันน้ำได้ในระดับหนึ่ง เหมาะกับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มที่แช่เย็น มีโอกาสโดนความชื้นได้บ้าง แต่ยังไม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องจุ่ม แช่ หรือสัมผัสกับน้ำเป็นเวลานาน นอกจากสีขาวแล้ว ยังมีที่เป็นสีเงิน สีทอง และสีอื่นๆ

3. สติกเกอร์พีพี ชนิดขาวเงา, มันใส, ขาวด้าน สติกเกอร์ชนิดที่เนื้อไม่ใช่กระดาษ แต่เป็นพลาสติก จึงทนทานต่อแรงฉีกขาดและมีผิวที่มันเงาสวยงามเป็นพิเศษ สามารถกันน้ำได้ ซึ่งความสามารถในการกันน้ำหรือกันชื้นและกันความร้อน แต่ทนทานมากกว่าชนิด พีวีซี หลายเท่า สามารถใช้ร่วมกับเทคนิคพิเศษได้หลากหลาย เช่น สปอต ยูวี, พิมพ์ฟอยล์ หรือไดคัท เพิ่มความ

สวยงามได้ด้วยการเคลือบ ยูวี เงาม จึงเข้ากันได้ดีกับการนำไปติดฉลากครีมทาหน้า, ขวดแชมพูครีมขนาดต่างๆ

4. สติกเกอร์พีวีซี ชนิดขาวเงา, มั่นใส, ขาวด้าน, หลังเทา และชนิดกาเวเหนียวพิเศษ เป็นเนื้อพลาสติกคล้ายกับชนิดพีพี สามารถกันน้ำได้มากถึง 100% และทนความร้อนได้ถึง 40-60 องศาเซลเซียส เหมาะกับสินค้าได้มากมายหลายผลิตภัณฑ์ ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับแสงแดด ความร้อน ความเย็น และความชื้นสูง จึงทนทานมาก เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานกลางแจ้งได้ดี และยังให้ผลเอฟเฟกต์ความมันเงาได้ดี สามารถใช้ได้ทั้งโลโก้, เครื่องใช้ไฟฟ้า, แกลลอน ถังน้ำมัน, แก้วน้ำ, กระจกรถยนต์, และเป็นสติกเกอร์โฆษณา

5. สติกเกอร์พีอีที สติกเกอร์ชนิดทนทานต่อความร้อน มีราคาสูง แต่คุ้มค่ากับความทนทานที่ได้ สามารถใช้ได้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีอุณหภูมิสูงและยังกันน้ำได้ดีถึง 100% โดยอุณหภูมิที่ทนได้ถึง 140-200 องศาเซลเซียส ใช้ควบคู่กับเทคนิคพิมพ์ได้หลากหลายเช่นกัน แต่ไม่นิยมเคลือบลามิเนต

6. สติกเกอร์กันปลอมแปลง เป็นสติกเกอร์สำหรับสินค้ามีราคา ที่ต้องการรักษามาตรฐานสูง จึงมีราคาค่อนข้างสูงเช่นกัน ตัวอย่างเช่น สติกเกอร์ วอยด์กันปลอมสีเงินเงาและเงินด้านไม่มีลาย แต่ยังคงคุณภาพในการกันความร้อนและกันน้ำ และคุณสมบัติเฉพาะตัวคือเมื่อลอกออกจะทิ้งคราบลายตัวอักษร เมื่อใช้แสงไฟส่องจะมองเห็นเป็นสีรุ้ง

7. สติกเกอร์สูญญากาศ สติกเกอร์ที่ใช้ติดกระจกรถยนต์, ติดกระจกโชว์หน้าร้าน, บัตรจอดรถ ทนน้ำและความร้อนได้ในระดับหนึ่ง แต่ไม่นิยมให้โดนน้ำ ทนความร้อนได้ประมาณ 40-60 องศาเซลเซียส สามารถนำไปได้คัทก่อนใช้งานได้ ใช้เวลาผลิตไม่นาน แต่ไม่นิยมนำไปเคลือบ

8. สติกเกอร์ซีทรู เป็นสติกเกอร์ที่มีราคาค่อนข้างสูง ติดได้บนกระจกกลม เมลล์ กระจกหน้าร้านต่างๆ ซึ่งคุณสมบัติเฉพาะตัวคือพรางสายตาให้ฝั่งหนึ่งมองทะลุไปยังอีกฝั่งด้านในไม่ได้ แต่จากด้านในสามารถมองออกไปด้านนอกได้ เปียกน้ำ กันน้ำได้ดี ทนความร้อนได้ 40-60 องศาเซลเซียส

9. สติกเกอร์ดีทีเอฟ เทคนิคสกรีนโลโก้แบบใหม่ เป็นการพิมพ์ยูวีลงบนแผ่นฟิล์มพิเศษด้วยเครื่องพิมพ์ยูวี จากนั้นสามารถนำแผ่นฟิล์มติดลงบนสินค้าแล้วลอกออกได้ทันที ตัวโลโก้จะมีลักษณะนูนและเงา ทำให้โลโก้สวยมีมิติ สีสดคม เหมือนงานพิมพ์ยูวี ใช้กับสินค้าได้หลายประเภท ทั้งงานพรีเมียม งานแก้ว วัสดุทรงโค้ง สามารถนำ UV DTF ไปติดได้ทุกจุด ช่วยแก้ปัญหาในเรื่องของตำแหน่งโลโก้ สำหรับความคงทน สามารถเช็ด ล้างน้ำหรือน้ำยาล้างจานได้ปกติ ไม่หลุดลอก

ระบบพิมพ์ที่รองรับการพิมพ์สติ๊กเกอร์ ต้องมีความสอดคล้องกันด้วย โดยสติ๊กเกอร์ในรูปแบบ ขาวมัน, ขาวด้าน, และแบบพีพี (PP) จะเหมาะกับการพิมพ์ระบบดิจิทัลออฟเซต ส่วนแบบพีวีซี (PVC) ควรพิมพ์ด้วยระบบอิงค์เจ็ท แม้แต่การพิมพ์ด้วยระบบเลเซอร์เพรส ก็สามารถรองรับได้กับกระดาษ สติ๊กเกอร์แทบทุกชนิดได้เช่นกัน และยังตัดแปลงร่วมกับการพิมพ์เทคนิคพิเศษได้ทั้งการ สปอต ยูวี, ปุ่มพอยล์, หรือการไคคัท (ชนิดกระดาษสติ๊กเกอร์. 2562 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://papermore.co>)

หลักการออกแบบสติ๊กเกอร์

1. รู้จักกลุ่มเป้าหมาย การคำนึงถึงลูกค้าเป็นอย่างแรกนับว่าเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการ ออกแบบสินค้าทุกชนิด แน่นนอนว่าสติ๊กเกอร์ หรือฉลากสินค้าก็เช่นกัน ยิ่งคุณรู้จักผู้บริโภคมากเท่าไร ก็จะทำให้การออกแบบง่ายขึ้น โดยนึกถึงแรงจูงใจในการจับจ่ายว่าอะไรที่จะทำให้ยอมเสียเงิน หรือ อะไรที่จะมีความโดดเด่นสะดุดตาพอที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ รวมถึงการสำรวจ ตลาดแบรนด์คู่แข่งก็สำคัญ ไม่ควรใช้สี หรือมู้ดแอนดโทนที่ใกล้เคียงกันจนทำให้เกิดความสับสน

2. คำนึงถึงการใช้งานจริง แน่นนอนว่าบางแบรนด์อาจไม่ได้มีสินค้าให้เลือกซื้ออยู่เพียงรูปแบบ เดียว เช่น อาจมีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม ทรงเหลี่ยม เป็นทรงหลอด สติ๊กเกอร์สินค้าจึงควรถูก ออกแบบให้ง่ายต่อการนำไปปรับใช้ เช่น เน้นโทนสีที่เรียบง่าย ลายเส้นที่เข้ากันได้ดีกับหลายรูปทรง เป็นต้น เพื่อให้สะดวกต่อการนำไปปรับใช้เข้ากับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ

3. เลือกวัสดุที่เหมาะสม การเลือกพื้นผิวให้เข้ากับแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากในบางครั้งผลิตภัณฑ์ของคุณอาจต้องการใช้วัสดุของสติ๊กเกอร์สินค้าที่พิเศษกว่า ปกติ เช่น หากเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในห้องน้ำ หรืออยู่ในสภาวะเปียกชื้นก็ควรเลือกเป็นพื้นผิวกัน น้ำที่ทนทานต่อการใช้งาน

4. คำนึงถึงองค์ประกอบโดยรวม ไม่ควรทำการออกแบบโดยนึกถึงภาพความสวยงามของ สติ๊กเกอร์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน ทั้งสีของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ หลังจากติดสติ๊กเกอร์ลงไปว่าจะมีความเข้ากันหรือไม่ หรือกลืนกันจนดูไม่โดดเด่น ซึ่งทั้งหมดนี้จะ ส่งผลถึงภาพลักษณ์โดยรวม เช่น หากทำสติ๊กเกอร์ลงบนขวดน้ำใสที่เห็นสีน้ำด้านใน ก็ควรออกแบบ สติ๊กเกอร์ด้วยสีที่ตัดกันเพื่อให้เห็นรายละเอียดในสติ๊กเกอร์ได้ชัดเจน เป็นต้น (หลักการออกแบบสติ๊กเกอร์. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.bookandbox.com>)

5. กำหนดคอนเซปต์ในการออกแบบ ก่อนจะทำการออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้า ขั้นแรกจะต้อง วางคอนเซปต์ในการออกแบบขึ้นมาเสียก่อน ว่าต้องการให้สติ๊กเกอร์สินค้านี้มีรูปแบบเป็นอย่างไร โดย ต้องให้สอดคล้องไปกับตัวผลิตภัณฑ์ และบุคลิกของผลิตภัณฑ์ เช่น หากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์จาก

สมุนไพรรักษา และมีความโบราณเป็นจุดขาย คอนเซ็ปท์ในการออกแบบก็อาจเป็นแนววินเทจ หรือใช้รูปวาดสไตล์ไทยเข้ามาช่วยทำให้การออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้าสามารถถ่ายทอดตัวตนของ สินค้าออกมาได้

6. กำหนด Mood & Tone เมื่อวางคอนเซ็ปท์การออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้าได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการกำหนด mood & tone หรือภาพรวมที่สอดคล้องกันในการออกแบบ ว่าควรจะใช้สีโทนไหน เช่น เอิร์ธโทน พาสเทล และโทนสีเหล่านั้น จะใช้สีอะไรเป็นสีหลักและสีรองบ้าง ซึ่งในเรื่องของการใช้สีนี้ อาจเลือกคู่สีที่ไปด้วยกันได้ เช่น สีฟ้าอ่อนกับสีชมพูมเย็น หรืออาจเป็นคู่สีที่คอนทราสต์กัน อย่างสุดขีด เพื่อสร้างความแตกต่างก็ได้เช่นกัน เช่น สีส้มแทนเจอรินกับสีเหลืองสด และยังคงต้องใส่ใจในเรื่องของทฤษฎีสีด้วย เพราะการใช้สีต่าง ๆ นั้นมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้คน เช่น สติ๊กเกอร์สินค้าสีฟ้าหรือสีโทนเย็น เหมาะกับผลิตภัณฑ์สปา เพราะจะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจเมื่อมองเห็นสติ๊กเกอร์สินค้า นับเป็นการที่สติ๊กเกอร์สินค้าสามารถตอบโจทย์ตัวตนของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

จากนั้นก็ต่อมาก็คือตัวอักษรที่จะใช้ว่าจะมีรูปแบบเป็นอย่างไร เช่น จากตัวอย่างในข้อ 1 หากเป็นสินค้าสไตล์ไทย ก็อาจใช้ตัวอักษรแบบไทยโบราณ หรือตัวอักษรลายมือสไตล์ไทย ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างบุคลิกลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับสติ๊กเกอร์สินค้าได้มากขึ้น

นอกจากนี้ยังต้องวางแผนด้วยว่าภาพกราฟิกที่ใช้จะมีรูปแบบหรือลายเส้นเป็นอย่างไร เช่น ใช้ภาพกราฟิกสไตล์ภาพวาดพู่กัน หรือใช้ภาพกราฟิกสไตล์โมเดิร์นที่มีเส้นสายตัดกันชัดเจน ซึ่งทั้งสองขั้นตอนในช่วงแรกนี้จะช่วยกำหนดแนวทางการออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้าไม่ให้หลงทาง และช่วยให้มองเห็นภาพรวมของการออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้าได้

7. กำหนดรูปร่างและขนาดของสติ๊กเกอร์สินค้า ควรกำหนดรูปร่างและขนาดของสติ๊กเกอร์สินค้าที่จะใช้ติดลงบนบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจน โดยวัดขนาดของบรรจุภัณฑ์ออกมาก่อน พร้อมทั้งดูว่าพื้นที่ที่จะติดสติ๊กเกอร์สินค้าควรอยู่ในตำแหน่งใด และควรมีขนาดเท่าใดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น ติดตรงกลางถุงหรือติดรอบขวดทั้งหมด และควรดูว่ารูปร่างสติ๊กเกอร์สินค้าแบบใดจะเหมาะกับตัวบรรจุภัณฑ์ และสไตล์การออกแบบที่วางไว้มากที่สุด เช่น สติ๊กเกอร์สินค้าทรงกลมอาจเหมาะกับกล่องเค้ก หรือขวดและกระปุกที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก หรือสติ๊กเกอร์สินค้าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เหมาะกับติดรอบขวดสินค้า เป็นต้น

8. การวางองค์ประกอบในการออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้า เมื่อกำหนดคอนเซ็ปต์และ mood & tone ในการออกแบบได้แล้ว ก็จะต้องมีการกำหนดการวางองค์ประกอบในการออกแบบสติ๊กเกอร์สินค้าขึ้นมา ว่าภาพกราฟิก โลโก้ และรายละเอียดของสินค้า ควรจะต้องนำไปวางไว้ตรงส่วนไหนบนสติ๊กเกอร์สินค้าบ้าง

และนอกจากการวางองค์ประกอบหลัก ๆ บนสติ๊กเกอร์สินค้าแล้ว ยังสามารถใช้ภาพกราฟิกอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรอย่างชัดเจน เข้ามาช่วยเสริมการออกแบบได้อีกด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์คางคกทอด มีรูปคางคกเป็นองค์ประกอบหลัก และอาจวางภาพองค์ประกอบรอง เป็นทะเลคลื่น อยู่ข้าง ๆ ตัวคางคกด้วยก็ได้ จะทำให้สติ๊กเกอร์สินค้าดูมีเรื่องราว และมีเสน่ห์มากขึ้น

9. เลือกประเภทกระดาษและประเภทของการพิมพ์เมื่อวางคอนเซ็ปต์ วาง mood & tone รวมถึงรูปทรงของสติ๊กเกอร์สินค้า และองค์ประกอบในการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญไม่แพ้กัน คือการเลือกประเภทของกระดาษ และประเภทของการพิมพ์ให้สอดคล้องกับการออกแบบและคอนเซ็ปต์ทั้งหมด เช่น หากออกแบบในสไตล์วินเทจ หรือมินิมอล ก็เหมาะที่จะใช้กระดาษที่มีเทกซ์เจอร์แบบธรรมชาติ และใช้การพิมพ์แบบดำน เพื่อให้สติ๊กเกอร์สินค้าไม่ดูทันสมัยจนเกินไป หรือหากสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีความหรูหรา ก็ควรเลือกกระดาษอาร์ตมัน และใช้การพิมพ์แบบฟอยล์เงิน หรือฟอยล์ทองบนสติ๊กเกอร์สินค้า ก็จะช่วยให้สติ๊กเกอร์สินค้ามีความน่าสนใจและดูหรูหรามากขึ้น (เทคนิคการออกแบบฉลากสินค้า. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.allinoneprinting.co.th>)

ข้อดี ข้อเสียของสติ๊กเกอร์

ข้อดี ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีในสายตาการจดจำร้านของลูกค้า สร้างความประทับใจต่อการมองเห็น

ข้อเสีย อาจเกิดการชำรุดง่าย สีหลุด จากการเขียนช่วน โดนน้ำ หรือรอยยับ

ระบบสี

1. ระบบสี CMYK เป็นระบบสีที่ใช้ในอุตสาหกรรมกราฟิกเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น พิมพ์หนังสือ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ กล่อง บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ หรืองานวินิลทั่วไป ก็ใช้ระบบสีแบบ CMYK

CMYK ย่อมาจาก
Cyan (ฟ้า)
Magenta (แดงอมม่วง)
Yellow (เหลือง)
Key (สีดำ ไม่ได้ใช้ B Black)

อย่างที่ได้อธิบายไปตอนต้นระบบสี CMYK นั้นเหมาะสำหรับงานพิมพ์ หรือเข้าใจง่าย ๆ ว่างานที่อย่างที่ต้องพิมพ์ออกมาเราจะใช้ระบบสีเป็น CMYK

CMYK เป็นการพิมพ์โดยการนำสีทั้ง 4 สี มารวมกันแล้วเกินภาพต้นฉบับที่เราต้องการ ระบบการพิมพ์ 4 สีเป็นระบบที่นิยมใช้กันมากโดยทั่วไป ทั้ง งานโปรเตอร์ แผ่นพับ หรืองานไวเนล แต่งานหนังสือบางครั้งก็จะพิมพ์ 4 สี แค่ปกหนังสือเนื้อในนั้น จะพิมพ์เพียงแค่สีดำ หรือ พิมพ์ 2 สีเป็นอีก 1 สีที่ผสมระหว่าง K บวกกับอีก 1 สี (CMY) นั้นเอง

การกำหนดค่าสีในงานที่จะทำการส่งโรงพิมพ์ เราจะเรียงจากค่าสี CMYK เท่านั้น เพราะถ้าเราเลือกค่าจาก RGB ที่เป็น #CCC สีที่ออกมานั้นจะผิดเพี้ยนไปจากหน้าจอที่เราเห็น เราจึงต้องกำหนดแบบ CMYK เช่น C = 100 M = 0 Y = 100 K = 0 เราก็จะได้ค่าสีที่แน่นอนสำหรับงานพิมพ์ การกำหนดสีของ CMYK กำหนดได้แต่ละสี คือ 0-100

2. ระบบสี RGB เป็นระบบสีที่เราคุ้นเคยกันมามากกว่าระบบสีแบบ CMYK ซึ่งเราพบเห็นได้บ่อยในงาน เช่น เว็บไซต์ สื่อโฆษณาแบบออนไลน์ หรืออีเมลทางการตลาด โดยสรุปง่าย ๆ คืองานที่ใช้แสดงผลบนหน้าจอ โดยไม่ต้องการพิมพ์ออกมา สำหรับ Graphic ก็จะต้องรู้ก่อนเป็นอันดับแรกว่างานที่เราทำนั้นจะนำไปใช้รูปแบบไหนเพื่อกำหนดระบบสี โดยการกำหนดค่าสี RGB นั้นมีความกว้างของสีมากกว่าระบบสีแบบ CMYK สามารถเลือกได้ถึง 2-16 ล้านสีซึ่งจะมีสีที่ผสมกันทั้งหมด 3 สี โดยชื่อเรียก

ระบบสี RGB นั้นย่อมาจาก
Red (สีแดง)
Green (สีเขียว)
Blue (สีน้ำเงิน)

การกำหนดค่าสีนั้นจะกำหนดได้ตั้งแต่ 0-255 (CMYK 0-100) เช่น R = 0 G = 174 B = 239 หรือ Code สีที่เราคุ้นชินกันที่ขึ้นต้นด้วยเครื่องหมาย # นั้นเอง #00aeef

การเปรียบเทียบระบบสีทั้ง 2 แบบเราจะเห็นข้อสังเกตว่าระบบสี RGB นั้นจะให้ความสดใส มากกว่าเพราะมีช่วงของสีที่กว้างกว่าระบบสีแบบ CMYK สำหรับการใช้นั้นเราจะต้องเลือกให้ดีก่อนการออกแบบว่าเราจะเอางานไปใช้ในระบบใด หากนำงาน RGB ไปพิมพ์ ก็จะทำให้สีเพี้ยนออกมาไม่ตรงตามที่ออกแบบไว้ หรือหากนำงานออกแบบระบบ CMYK ไปใช้ในงานสีออนไลน์ก็จะทำให้ภาพออกมาสีเพี้ยนเช่นกัน (ระบบสี. 2560 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.nupress.grad.nu.ac.th>)

ระบบการพิมพ์ในปัจจุบัน

การพิมพ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีหลากหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทงานพิมพ์จะมีความเหมาะสมกับการใช้งานที่แตกต่างกันไป และมีลักษณะของการพิมพ์ที่ต่างกัน ดังนั้นถ้าเราเลือกประเภทงานพิมพ์ให้ตรงกับงาน ก็จะทำให้เราได้ออกงานพิมพ์ที่ดี มีคุณภาพ ออกมาสวยงามตรงตามความต้องการ เทคโนโลยีการพิมพ์ในปัจจุบันที่ยังคงได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน มี 7 ประเภท ดังนี้

1. พิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์ หรือพรินเตอร์ต่อพ่วงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยสามารถสั่งพิมพ์ได้โดยตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งงานพิมพ์ประเภทนี้ เป็นงานพิมพ์ที่มีปริมาณไม่มาก พิมพ์ครั้งละจำนวนน้อยๆ นอกจากนี้ยังสามารถเปลี่ยนภาพ หรือแก้ไขข้อความได้บ่อยๆ

งานที่เหมาะสมกับงานพิมพ์ดิจิทัล ได้แก่ นามบัตร แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ รายงาน ปรินต์ยูนิฟอนท์ วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

2. พิมพ์ออฟเซต (Offset Printing) พิมพ์แบบออฟเซต เป็นการพิมพ์พื้นราบ ที่สามารถพิมพ์ลงบนกระดาษหรือวัสดุอื่น ๆ ได้หลากหลาย เหมาะสำหรับการพิมพ์ครั้งละมาก ๆ วิธีการ คือใช้ระบบและหลักการนำก้าน้ำมันไม่รวมตัวกัน โดยสร้างเยื่อน้ำไปเกาะอยู่บนบริเวณไร่ภาพของแผ่นแม่พิมพ์เมื่อรับหมึก หมึกจะไม่เกาะน้ำแต่จะไปเกาะบริเวณที่เป็นภาพแล้วถูกถ่ายลงบนผ้าและกระดาษพิมพ์ต่อไป ซึ่งเป็นการพิมพ์ที่เน้นรายละเอียดการพิมพ์สูงมาก มีเครื่องพิมพ์หลายขนาด

งานที่เหมาะสมกับงานพิมพ์ออฟเซต เช่น นามบัตร ใบปลิว แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ โปสการ์ด บัตรเชิญ หนังสือ วารสาร นิตยสาร แคตตาล็อก งานพิมพ์ใช้ในสำนักงาน ฯลฯ

3. พิมพ์อิงค์เจ็ท (Inkjet) เป็นงานพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์แบบพ่นหมึก โดยการพ่นหมึกออกมาเป็นหยดเล็ก ๆ ลงบนกระดาษ เมื่อสั่งพิมพ์ตัวเครื่องจะคำนวณตำแหน่งจุดของภาพรวม และพ่นสีหมึกที่ประมวลผลไว้อย่างแม่นยำตามรูปแบบไฟล์งานที่ใส่เข้าไป ทำให้ภาพออกมาชัดเจนและคมชัด ซึ่งงานพิมพ์ประเภทนี้สามารถสั่งพิมพ์ได้ทั้งงานขนาดเล็กและงานขนาดใหญ่ ไม่จำกัดขนาดบนกระดาษ เหมาะสำหรับนำมาใช้ทั้งงานภายในและงานภายนอกอาคาร

งานที่เหมาะสมกับงานพิมพ์อิงค์เจ็ท เช่น ป้ายแบนเนอร์ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา บิลบอร์ด โฆษณาติดข้างรถต่างๆ ตลอดจนงานพิมพ์ตกแต่งตามอีเว้นท์ต่างๆ

ระบบการสกรีน

งานสกรีนโดยหลักๆแล้วจะมี 3 ประเภท คือ

1. งานสกรีนแบบ Silk Screen เป็นการพิมพ์สกรีนโดยต้องใช้บล็อกในการสกรีน โดยกำหนดเป็น 1 สี ต่อ 1 บล็อก หากต้องการงานสกรีน 4 สี ต้องใช้ 4 บล็อก ซึ่งเหมาะกับการพิมพ์เสื้อ สกรีนเสื้อจำนวนมาก, สกรีนแก้วใส, สกรีนแก้วพลาสติก เนื่องจากเมื่อสร้างบล็อกขึ้นมาบล็อกหนึ่งแล้วสามารถนำไปสกรีนเสื้อ, สกรีนแก้วใส, สกรีนแก้วพลาสติก ได้จำนวนมาก

ข้อดี สามารถสกรีนบนวัสดุได้หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า ไม้ MDF เหล็ก ถูผ้าดิบ แก้วใส แก้วพลาสติก และอื่นๆอีกมากมาย เหมาะกับงานสกรีนในปริมาณมาก เนื่องจากต้นทุนต่อการสกรีนเสื้อ 1 ตัวจะถูกลง ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดงานสกรีน โดยสามารถกำหนดขนาดงานสกรีน ได้ตั้งแต่ 0.5 เซนติเมตร จนถึง 4 เมตร ซึ่งในกรณีที่งานสกรีนมีขนาดใหญ่ ขนาดบล็อกที่ใช้ต้องมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย ซึ่งถ้าบล็อกมีขนาดใหญ่ ควรจะมีจำนวนชิ้นงานในปริมาณมาก เพื่อให้ต้นทุนต่อชิ้นงานนั้นถูกลง

ข้อเสีย เนื่องด้วยงานสกรีนแบบ silk screen เป็นการนำสีมาสกรีนตามบล็อกที่ได้สร้างไว้ งานสกรีนจึงมีโอกาสแตกสาย หรือหลุดลอกได้ หากไม่ดูแลรักษาหรือใช้งานผิดวิธี

2. งานสกรีนแบบ Digital เป็นการพัฒนาขึ้นไปอีกขั้น โดยใช้วิธีการสกรีนแบบพิมพ์ภาพลงไปยังเสื้อผ้าโดยตรงด้วยเครื่องพิมพ์เสื้อผ้าโดยเฉพาะ หรือเรียกอีกอย่างว่าระบบ DTG (Direct to Garment) ซึ่งจะได้งานสกรีนที่สวยงาม คมชัด ไร้ข้อจำกัดเรื่องสีของเสื้อที่ต้องการสกรีน เนื่องจากสกรีนได้บนเสื้อทุกสีไม่ว่าจะเป็นเสื้อสีอ่อนหรือเสื้อสีเข้ม เป็นงานสกรีนที่สกรีนบนเสื้อโดยตรง งาน

สกรีนซึมเข้าเนื้อผ้า ระบายอากาศได้ดี สกรีนได้บนเสื้อทุกสี นิยมสกรีนบนเสื้อ Cotton 100% งานสกรีนเรียบเนียนไปกับเนื้อผ้า เทคโนโลยีการสกรีนแบบ DTG เป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ที่สุดในการสกรีนเสื้อ

ข้อดี สามารถพิมพ์ลงบนเนื้อผ้าได้หลากหลาย ไม่จำกัดสี สามารถสกรีนได้หลากหลายสีสัน โดยไม่มีข้อจำกัด พิมพ์งานจำนวนน้อยได้ เนื่องจากการสกรีนลงบนเสื้อผ้าโดยตรง ไม่ต้องใช้บล็อกในการสกรีน

ข้อเสีย ราคาสูงกว่างานสกรีนแบบ DTF

3. งานสกรีนแบบ Transfer, Sublimation, Flex และ DTF โดยเครื่องรีดร้อน (Heat Press)

3.1 งานสกรีนแบบ Transfer เป็นการสกรีนโดยพิมพ์ลงบนกระดาษหรือรูปภาพที่ต้องการสกรีนลงบนกระดาษทรานเฟอร์ ด้วยหมึก Pigment แล้วนำมาสกรีนบนเสื้อด้วยเครื่องรีดร้อน (Heatpress) โดยภาพหรือลวดลายบนกระดาษทรานเฟอร์ จะสกรีนติดลงบนเสื้ออย่างสวยงาม

ข้อดี สามารถสกรีนจำนวนน้อยได้ ไม่จำกัดสีที่ใช้สกรีน

ข้อเสีย ไม่ใช่สามารถใช้เตารีด รีดลงบนเสื้อด้านที่สกรีนภาพได้โดยตรง ต้องรีดโดยการกลับด้าน งานสกรีนมีโอกาสแตก หลุดลอก เนื่องจากการสกรีนโดยภาพหรือลวดลายติดอยู่บนพื้นผิวของเนื้อผ้าไม่ได้ซึมซับเข้าไปเนื่องงานสกรีนจะมีลักษณะแข็งๆ

3.2 งานสกรีนแบบ Sublimation เป็นงานสกรีนโดยพิมพ์ลงบนกระดาษหรือรูปภาพที่ต้องการสกรีนลงบนกระดาษซับลิเมชั่น ด้วยหมึก sublimation โดยเฉพาะ แล้วนำมาสกรีนบนเสื้อผ้า แก้ว เซรามิก กระจก พวงกุญแจ หรือวัสดุอื่นๆได้หลากหลาย ด้วยเครื่องรีดร้อน (Heat press) โดยสีซับลิเมชั่นเมื่อโดนความร้อน จะเกิดการระเหยเข้าไปยังเนื้อผ้าหรือวัสดุที่ต้องการสกรีน ทำให้สีสัสนั้นซึมซาบเข้าไปในเนื้องานสกรีน ทำให้ได้ชิ้นงานที่สวยงาม คงทน ไม่หลุดลอก

ข้อดี สามารถสกรีนจำนวนน้อยได้ ไม่จำกัดสีที่ใช้สกรีน เนื้อผ้าที่สกรีนมีความอ่อนนุ่ม ใส่สบาย สีสัสนซึมซับเข้าใยผ้า หรือเนื้อวัสดุโดยตรง สามารถซักได้ปกติ ไม่หลุดลอก สกรีนได้ไม่จำกัดสี สกรีนแบบโลโก้ได้ เหมาะกับงานสกรีนบนแก้ว กระจก เซรามิก หรือเคสมือถือแบบสกรีนเต็มรอบ

ข้อเสีย มีข้อจำกัดในเรื่องของสีเสื้อ และเนื้อผ้าที่ใช้ในงานสกรีน คือสามารถสกรีนได้เฉพาะเสื้อสีอ่อนและเนื้อผ้า TK (Polyester) หรือ TC (Polyester + Cotton) เท่านั้น ไม่สามารถ

สกรีนลงบนผ้าสีเข้มหรือเนื้อผ้าฝ้าย (Cotton 100%) เนื่องจากการระเหยของสี ไม่สามารถซึมซับเข้าเนื้อผ้าฝ้ายได้ สกรีนได้เฉพาะชิ้นงานที่รองรับงานสกรีนประเภทนี้โดยเฉพาะ เช่น แก้วมัคแบบ PhotoMug โดยที่แก้วเซรามิกทั่วไปจะไม่สามารถสกรีนแบบ Sublimation ได้

3.3 งานสกรีน DTF (Direct to Film) เป็นงานสกรีนที่พิมพ์บนแผ่นฟิล์ม ก่อนจะนำไปรีดร้อนบนเสื้อ พิมพ์ได้ไม่จำกัดสี สกรีนบนเสื้อได้ทุกสี และสกรีนบนเสื้อ Cotton 100% ได้ แต่บริเวณงานสกรีนจะปิดการระบายอากาศ เนื่องจากเป็นงานสกรีนแบบทึบ รีดแปะบนตัวเสื้อ

ข้อดี ไม่ต้องใช้บล็อกสกรีน สามารถสกรีนจำนวนน้อยได้ งานสกรีนมีความโดดเด่นสวยงาม สกรีนได้หลากสี สกรีนได้ทุกรูปแบบ สามารถสกรีนได้บนวัสดุที่หลากหลาย เช่น เสื้อยืด TK,TC,Cotton เสื้อโปโล ถุงผ้า หมวก

ข้อเสีย งานสกรีน DTF จะปิดการระบายอากาศของเนื้อผ้าในบริเวณที่สกรีน

3.3 งานสกรีนแบบ Flex เป็นงานสกรีนที่ทำการตัดไดคัทบนชิ้นงานต่างๆ เช่น กำมะหยี่ เป็นรูปทรงต่างๆ หรือตัวอักษร และนำมารีดร้อนบนเสื้อ หมวก ถุงผ้า หรือวัสดุต่างๆ

ข้อดี ไม่ต้องใช้บล็อกสกรีน สามารถสกรีนจำนวนน้อยได้ ไม่มีขั้นต่ำ สกรีนบนชิ้นงานผ้าได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น เสื้อ หมวกผ้า ถุงผ้า

ข้อเสีย เนื่องจากการรีดร้อนบนชิ้นงานผ้า จึงมีโอกาสหลุดลอกได้ ถ้าเป็นการตัดชิ้นงานบนกำมะหยี่ เนื้อกำมะหยี่มีอายุการเก็บค่อนข้างสั้น และจะเปื่อยยุ่ยได้ถ้าเก็บไว้นานๆ เหมาะกับงานที่มี order สั่งทำที่สินค้าที่จำหน่ายออกตลอด

4. งานสกรีนแบบ Vacuum (Sublimation) เป็นการสกรีนในส่วนของ Sublimation อีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะใช้วิธีอบความร้อนคล้ายเตาอบ และใช้วิธีการดูดอากาศออกเป็นระบบสุญญากาศ วิธีนี้ต้องใช้ตัวโมลด์ที่เหมาะสมกับวัสดุที่สกรีน โดยใช้กระดาษซับลิเมชั่นติดไว้ที่ตัววัสดุด้วยเทปกั้นร้อนก่อน จากนั้นทำการรัดตัวโมลด์กับตัววัสดุให้แน่น แล้วนำไปใส่ในเครื่อง Vacuum ที่ผ่านการอุ่นเครื่องมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 นาที ในส่วนของเศษมือถือจะมีโมลด์เฉพาะเคส เฉพาะรุ่น ให้ได้เลือกใช้งาน

ข้อดี เหมาะกับงานสกรีนแก้วเซรามิก, เคสโทรศัพท์มือถือ, กระจบอกน้ำ, จาน และวัสดุของแข็งต่างๆ สามารถสกรีนพร้อมกันในปริมาณมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบเครื่อง Vacuum ที่ใช้

ข้อเสีย ต้องใช้โมลต์ในการรัดหรือโอบรอบวัสดุให้แน่น ซึ่งวัสดุบางอย่างจะไม่มีโมลต์ โดยเฉพาะ จึงจะต้องใช้เทปกั้นร้อนพันรอบๆวัสดุนั้นๆแทน ซึ่งจะใช้เทปในปริมาณมาก หากวัสดุนั้นมีขนาดใหญ่ ไม่สามารถใช้สกรีนบนผ้าได้

5. งานสกรีนแบบ Laser เป็นการยิงเลเซอร์ลงบนผิววัสดุ เพื่อลอกพื้นผิววัสดุออกให้เป็น ลวดลายหรือตัวอักษรตามต้องการ งานสกรีนประเภทนี้มีข้อจำกัดตรงที่ไม่สามารถสกรีนภาพถ่าย หรือ ภาพหลายสีได้ แต่จะเป็นลายเส้นสีเงิน นิยมสกรีนบนชิ้นงานสแตนเลส เช่น แก้วสแตนเลส กระจกบอ น้ำสแตนเลส

ข้อดี เหมาะกับงานสกรีนบนพื้นผิวสแตนเลส การยิงเลเซอร์ สกรีนชิ้นงานได้รวดเร็ว ทนทาน เนื่องจากเป็นการลอกผิวของวัสดุออก ให้เห็นสีเงินของพื้นผิวสแตนเลสด้านใน ทำให้งาน สกรีนประเภทนี้ มีความทนทาน ไม่หลุดลอก (เนื่องจากสกรีนแบบลอกผิวออกไปแล้ว)

ข้อเสีย ไม่สามารถสกรีนภาพที่มีรายละเอียดมากๆได้ จะสกรีนได้เพียงลายเส้น เหมาะ กับโลโก้ลายเส้น ลวดลาย หรือตัวอักษร ไม่สามารถสกรีนบนชิ้นงานผ้าหรือเซรามิกได้ นิยมสกรีน บนสแตนเลส หรือที่รองแก้วไม้คอร์ก

6. งานสกรีนแบบ UV เป็นการสกรีนด้วยหมึก UV และเครื่องสกรีน UV สกรีนบนชิ้นงานได้ หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเคสมือถือ พื้นผิวพลาสติก พื้นผิวซิลิโคน แก้วสแตนเลส งานสกรีน UV จะมีความทนทานต่อการล้างและการขีดขูดสูงมาก รวมถึงมีการเคลือบผิวงานสกรีน ทำให้ชิ้นงานมีความ หรุหราบและพรีเมียม

ข้อดี เหมาะกับงานสกรีนบนพื้นผิวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นพลาสติก ซิลิโคน หรือสแต เลส สกรีนได้หลากหลายสี ไล่สีได้ เหมือนงานสกรีนซับลิเมชั่น แต่งานสกรีน UV จะดีกว่า Subliamtion ตรงที่สกรีนบนพื้นผิวที่มีสีส้นได้ เช่น แก้วสแตนเลสสีส้นต่างๆ ต่างกับงานสกรีนซับลิ เมชั่น ที่สกรีนได้เฉพาะพื้นผิวสีขาว สีเงิน หรือสีโรสโกลด์ (บนวัสดุที่รองรับเฉพาะ) เท่านั้น (งานสกรีน มีที่แบบ. 2561 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.shakehandscreen.com>)

7. การปัก นิยมนำมาปักบนเสื้อยูนิฟอร์ม เสื้อนักเรียน สินค้าพรีเมียมอื่นๆ ที่ต้องการให้มีความคงทนแม้ผ่านการใช้งานเป็นเวลานาน

ข้อดี มีความคงทนมาก เป็นการเพิ่มลูกเล่นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น หมวก กระเป๋า เป็นต้น
ข้อเสีย มีราคาสูง ไม่สามารถปักงานที่มีลายละเอียดหรือ ตัวอักษรที่เล็กมากมีขนาดที่กำหนด

ไว้อยู่ และใช้เวลาในการปัก มีข้อจำกัดเรื่องสีของเส้นด้าย อาจจะได้สีที่ไม่ถูกใจนัก (ระบบการสกรีน. 2563 : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.winnaargarment.com>)

การซื้อสื่อ

ราคาของการออกแบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กรหรือแบรนด์ธุรกิจ ต้องพิจารณาจากองค์ประกอบทั้งหมดภายใต้การออกแบบ ไม่ว่าจะเป็น ตราสัญลักษณ์ หรือสื่อต่างๆ รวมถึงเทคนิควิธีการผลิต และความง่ายของการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาออกแบบ

การออกแบบอัตลักษณ์ทั้งหมด จะได้คำตอบแทนหลักหมื่นเป็นต้นไป ขึ้นอยู่กับขอบเขตของงานต่างๆ หลังจากส่งมอบงานให้กับเจ้าของธุรกิจแล้ว ลิขสิทธิ์ทุกอย่างจะเป็นของทางร้านทันที ที่เซ็นต์สัญญา ไม่สามารถจะดัดแปลงทำซ้ำ หรือทำการอะไรที่ละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ทั้งหมดได้อีก รวมถึงทุกแบรนด์ในตลาดธุรกิจ

กฎเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ

ในการทำอัตลักษณ์ ควรคำนึงถึงปัจจัยหลายๆอย่างของความถูกต้อง ทั้งทางกฎหมายและศีลธรรม กล่าวคือ องค์ประกอบต่างๆของอัตลักษณ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ต้องเป็นการออกแบบใหม่ ไม่ลอกเลียนผลงานหรือละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น คำบรรยายของสื่อต้องไม่กล่าวเกินจริง รวมถึงกฎการติดตั้งควบคุมป้ายหรือสื่อตามข้อบัญญัติต่างๆด้วย ดังนี้

กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญากับโลโก้

1. การออกแบบโลโก้หรือ จดโดเมนเนมและนำไปใช้ในโลโก้เน็ต ไม่ได้หมายความว่าเราจะมีสิทธิ์หรือเป็นเจ้าของโลโก้ นั้น และถ้ามีผู้นำไปใช้ คุณจะไม่สามารถฟ้องร้องได้ หากคุณไม่ได้ไปจดทะเบียนการค้า

2. เครื่องหมาย TM ไม่ได้แปลว่าโลโก้ นั้นจะจดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วต้องมีเครื่องหมาย [®] ย่อมาจาก Registered Trademark

3. ลิขสิทธิ์ไม่ต้องจดทะเบียน งานออกแบบโลโก้หรือที่เกี่ยวกับงานกราฟิกดีไซน์ไม่ต้องจดทะเบียน เพราะลิขสิทธิ์จะเป็นของเจ้าของงานที่สร้างงานนี้ขึ้นมา แต่ถ้าในต่างประเทศ จะมีสิทธิบัตรซึ่งจะต้องจดทะเบียนแต่จะควบคุมในสินค้า/บริการบางประเภทเท่านั้น

4. งานกราฟิกดีไซน์ไม่ว่าจะเป็น งานออกแบบโลโก้ , งานออกแบบฉลาก , งานออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือแม้แต่ซอฟต์แวร์ ไม่สามารถจดลิขสิทธิ์ได้

5. การนำภาพมาจากอินเทอร์เน็ตที่มีเครื่องหมาย © หมายถึงการนำภาพเหล่านั้นมาใช้ต้อง ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเว็บไซต์นั้นก่อน

6. ฟอนต์ที่ตีไซเนอร์ออกแบบมา ถ้าเป็นฟอนต์ฟรี บางฟอนต์ไม่ได้รับอนุญาตให้มาใช้ในเชิงธุรกิจได้

7. การที่เวลาเราสมัครสมาชิกและมีการยอมรับข้อตกลง นั้นหมายความว่า ทางเจ้าของเว็บไซต์สามารถนำแบบหรือผลงานของเราไปดัดแปลงได้

8. ถ้าคุณต้องการใช้ของฟรีต้องใช้เป็นลักษณะ Freeware, Open source หรือ Free licensed เท่านั้น

ดังนั้นเมื่อคุณมาออกแบบโลโก้ของเราแล้ว ก่อนนำไปใช้จริง ให้ไปตรวจสอบโลโก้ก่อนว่าไปซ้ำกับใครหรือผิดกฎหมายอะไรหรือเปล่า รวมไปถึงการจดทะเบียนทางการค้า เพื่อที่งานออกแบบโลโก้ของเราจะได้ไม่สูญเปล่า (กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญากับโลโก้. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.design365days.com>)

เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายและจดทะเบียนไม่ได้ มีดังนี้

มาตรา 8 เครื่องหมายการค้าที่มีหรือประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ ห้ามมิให้รับจดทะเบียน

1. ตราแผ่นดิน พระราชลัญจกร ลัญจกรในราชการ ตราจักรี ตราเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ตราประจำตำแหน่ง ตราประจำกระทรวง ทบวง กรม หรือตราประจำจังหวัด

2. ธงชาติของประเทศไทย ธงพระอิสริยยศ หรือธงราชการ

3. พระปรมาภิไธย พระนามาภิไธย พระปรมาภิไธยย่อ พระนามาภิไธยย่อ หรือนามพระราชวงศ์

4. พระบรมฉายาลักษณ์ หรือพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ พระราชินี หรือรัชทายาท(5) ชื่อ

5. คำ ข้อความ หรือเครื่องหมายใด อันแสดงถึงพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือพระราชวงศ์

6. ธงชาติหรือเครื่องหมายประจำชาติของรัฐต่างประเทศ ธงหรือเครื่องหมายขององค์การระหว่างประเทศ ตราประจำประมุขของรัฐต่างประเทศ เครื่องหมายราชการและเครื่องหมายควบคุมและรับรองคุณภาพ สินค้าของรัฐต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศหรือชื่อและชื่อย่อของรัฐ

ต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ของรัฐ
ต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศนั้น

7. เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายกาชาด นามกาชาด หรือกาเงินีวา

8. เครื่องหมายอื่นใดอันได้รับเป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าที่รัฐบาลไทย ส่วน
ราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐของประเทศไทย รัฐบาลต่างประเทศ หรือองค์การ
ระหว่างประเทศได้จัดให้ขึ้น เว้นแต่ผู้จดทะเบียนจะได้รับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง
ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายเช่นนั้น เป็นรางวัลสำหรับสินค้านั้น และใช้เป็นส่วนหนึ่งของ
เครื่องหมายการค้านั้น แต่ทั้งนี้ ต้องระบุปฏิทินที่ได้รับรางวัลด้วย

9. เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือรัฐประศาสน
บาย

10. เครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ตามหลักเกณฑ์ที่
รัฐมนตรีประกาศกำหนด หรือคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดใน
ความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าไม่ว่าจะได้จดทะเบียนไว้แล้วหรือไม่ก็ตาม

11. เครื่องหมายที่คล้ายกับ (1) (2) (3) (4) (5) (6) หรือ (7)

12. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น (เครื่องหมาย
การค้า. ไม่ปรากฏปี : ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://tgcthailand.com>)

กฎกระทรวงว่าด้วยการควบคุมป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับป้ายตามกฎหมายว่าด้วยการ
ควบคุมอาคาร พ.ศ.2558

1. หมวด 4 ลักษณะ ขนาด ระยะ ความสูง และแนวรั้ว

1.1 ข้อ 8 ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่อาคารต้องไม่บังช่องระบาย อากาศ
หน้าต่างประตูหรือทางหนีไฟ

1.2 ข้อ 9 ป้ายบนหลังคาหรือดาดฟ้าของอาคาร เว้นแต่ป้ายชื่ออาคารที่สูงไม่เกิน 3 เมตรให้
เป็นไปตามข้อกำหนด ดังนี้

- ไม่ล้ำออกนอกแนวผนังรอบนอกของอาคาร

- ความสูงของป้ายไม่เกิน 6 เมตร และมีความสูงของป้ายและอาคารรวมกันไม่เกิน 30
เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน

- มีพื้นที่ป้ายไม่เกิน 75 ตารางเมตรเพื่อประโยชน์ในการคิดระยะร่นของอาคารตามที่
กำหนดไว้ตามข้อ 44 ของกฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติ

ควบคุม อาคาร พ.ศ. 2522 ในกรณีที่ป้ายอยู่บนหลังคาหรือคานฟ้าของอาคารให้ถือว่าป้ายนั้นเป็นส่วนหนึ่งของ อาคารโดยคิดรวมเป็นความสูงของอาคารด้วย

1.3 ข้อ 10 ป้ายที่ยื่นจากผนังอาคารให้เป็นไปตามข้อกำหนดดังนี้

- อาคารที่ไม่มีกันสาด ให้ยื่นจากแนวอาคารได้ไม่เกิน 60 เซนติเมตร และส่วนต่ำสุดต้องสูงจากพื้นหน้าอาคารนั้นไม่น้อยกว่า 3.25 เมตร อาคารที่มีกันสาดให้ยื่นจากแนวอาคารเหนือกันสาด ได้ไม่เกิน 2 เมตร หรือไม่เกินแนวกันสาดแล้วแต่ระยะใดจะน้อยกว่า

- ความสูงของป้ายต้องไม่เกิน 1 ใน 3 ส่วนของความสูงของอาคาร แต่ต้องไม่เกิน 15 เมตร

- ส่วนสูงสุดของป้ายต้องไม่เกินจุดสูงสุดของผนังอาคารด้านที่ติดตั้งป้ายนั้น

1.4 ข้อ 11 ป้ายที่ติดตั้งเหนือกันสาดและไม่ได้ยื่นจากผนังอาคาร ให้ติดตั้งได้โดยมีความสูงของป้าย

1.5 ข้อ 12 ป้ายที่ติดตั้งใต้กันสาดให้ติดตั้งแนวผนังอาคารและต้องสูงจากพื้นหน้าอาคารนั้นไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร ในกรณีที่ไม่สามารถติดกับผนังได้โดยตรงให้ติดห่างจากผนังได้ไม่เกิน 30 เซนติเมตร

1.6 ข้อ 13 ป้ายโฆษณาสำหรับโรงมหรสพให้ติดตั้งขนานกับผนังอาคารโรงมหรสพแต่จะยื่นห่างจากผนังได้ไม่เกิน 50 เซนติเมตร หรือ หากติดตั้งป้ายบนกันสาดจะต้องไม่ยื่นล้ำแนวปลายกันสาด นั้นและความสูงของป้ายทั้งสองกรณีต้องไม่เกินความสูงของอาคาร

1.7 ข้อ 14 สิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ติดตั้งอยู่บนพื้นดินโดยตรงให้ทำด้วย วัสดุทนไฟทั้งหมด

1.8 ข้อ 15 ป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ติดตั้งอยู่บนพื้นดินโดยตรง ต้องมีความสูง 30 เมตร มีความยาวไม่เกิน 32 เมตร และห่างจากแนวเขตที่ดินของตนหรือป้ายอื่นไม่น้อยกว่าความสูงของป้าย เว้นแต่จะก่อสร้างห่างจากแนวเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 6 เมตร และได้รับความยินยอม เป็นหนังสือจากเจ้าของที่ดินข้างเคียงด้านนั้น

1.9 ข้อ 16 ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ ถนน สาธารณะเมื่อวัดในทางราบให้มีระยะห่างระหว่างขอบป้ายกับถนนสาธารณะ ดังนี้

- ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ให้ขอบป้าย ห่างจากกึ่งกลาง ถนน สาธารณะอย่างน้อย 6 เมตร

- ถนนสาธารณะที่มีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตร แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้ขอบป้าย ห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

- ถนนสาธารณะที่มีความกว้างเกิน 20 เมตร ให้ขอบป้ายห่างจากเขตถนน สาธารณะ อย่างน้อย 2 เมตร (รัฐพงษ์ ศิลากุล. 2560 : หน้า 31-33)

กรณีศึกษา : การออกแบบอัตลักษณ์ร้านครัวทักษิณ ตะวันนา

การออกแบบอัตลักษณ์ให้กับร้านครัวทักษิณ ตะวันนา เป็นการสร้างสิ่งแสดงถึงความมีตัวตนของร้าน ที่สร้างความแตกต่าง ให้กับร้านนั้น การวางกลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารความเป็นตัวตนไปสู่ผู้บริโภค เป็นสิ่งที่นักออกแบบควรศึกษา เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ในการออกแบบอัตลักษณ์ ทำให้เกิดความหลากหลายเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสามารถบอกถึงสถานะ แนวทางการดำเนินธุรกิจ องค์กรหรือธุรกิจนั้นๆจึงต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงตัวตนและความโดดเด่นขององค์กรของตน

โดยในการออกแบบอัตลักษณ์ให้กับร้านครัวทักษิณ ตะวันนา มีการวางแผนในการใช้สื่อ คือนำเอาป้ายที่ออกแบบ ตกแต่งและวางตามจุดต่างๆของร้านตั้งแต่บริเวณหน้าร้าน จนถึงข้างในร้าน รวมถึงป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่จะนำมาใช้ในการบอกโซน บอกตำแหน่งและข้อห้ามต่างๆภายในร้าน นำสื่อบริการที่ออกแบบมาใช้งานบริการลูกค้าจริง และนำเอาตราสัญลักษณ์มาใช้ในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ อย่างเช่น เปลี่ยนภาพโปรไฟล์ในแฟนเพจเฟซบุ๊ก เป็นต้น เพื่อเป็นการสื่อสารตัวตนใหม่ที่ชัดเจนของร้านให้กลุ่มเป้าหมายจดจำและประทับใจ ซึ่งองค์ประกอบต่างๆของอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นจะถูกออกแบบผ่านหลักการออกแบบ ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยมาอย่างถี่ถ้วน พร้อมทั้งศึกษากลุ่มเป้าหมายถึงพฤติกรรม ความชอบความสนใจเกี่ยวกับร้านครัวทักษิณ ตะวันนา นำไปสู่ชิ้นงานต่างๆของอัตลักษณ์ ซึ่งจะมีสีสันทันทีโดดเด่น จดจำง่าย มีตัวอักษรประจำร้าน ที่ใช้จัดวางในสื่อต่างๆแล้ว มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นปึกแผ่นที่ร่วมสมัยอย่างสวยงาม

กลยุทธ์ในการวางระบบอัตลักษณ์

การออกแบบอัตลักษณ์ร้านครัวทักษิณ ตะวันนา จะเป็นการออกแบบอัตลักษณ์ในประเภท อัตลักษณ์เดียว จะใช้ชื่อตราสัญลักษณ์แบบเดียว รวมถึงรูปแบบการสื่อสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติตนของพนักงานก็จะดำเนินไปในรูปแบบเดียวกัน ร้านจะแสดงอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียว สำหรับบริการทั้งหมดของร้าน ซึ่งทำให้สะดวกต่อการบริหารการสื่อสาร และทำให้อัตลักษณ์ของร้าน แข็งแกร่ง เนื่องจากครัวทักษิณ ตะวันนา ยังไม่มีผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจในเครือ จึงเหมาะกับการจะเป็นอัตลักษณ์เดียว นำเสนอความเป็นปึกแผ่นผ่านอาหารและเสียงเพลงที่เป็นจุดเด่นของร้านอย่าง ตรงไปตรงมา

องค์ประกอบสำคัญภายใต้อัตลักษณ์ ซึ่งคือ ตราสัญลักษณ์ สี และตัวอักษร จะออกแบบเป็น

1. ตราสัญลักษณ์ จำนวน 1 แบบ ประเภท Emblem Logo ใช้ภาพ ตัวอักษร สัญลักษณ์ในการ ออกแบบในรูปทรงเรขาคณิต ช่วยสร้างการจดจำได้ดีให้ด้านตราภาพจำต่อกลุ่มเป้าหมาย
2. สี จะใช้คู่สีตรงข้าม สีที่ตัดกันเด่นชัด สื่อถึงความสนุกสนาน ของร้านครัวทักษิณ
3. ตัวอักษร จะใช้ตัวอักษรตัวพิมพ์ภาษาไทยสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายคนไทยถิ่นใต้ใน กรุงเทพมหานครโดยตรง

สื่อตกแต่งร้าน จะออกแบบเป็น ป้ายกล่องไฟ ซึ่งเป็นป้ายประเภทป้ายไฟ LED ป้ายไฟชนิดนี้ จะมีความโดดเด่นสวยงาม นอกจากนี้ยังสามารถทำได้หลายรูปแบบ เหมาะกับการไปติดตั้งเป็น ป้าย ตั้งหน้า เพราะมีความสว่างไสว สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแม้ในเวลากลางคืนหรือจะนำมาทำเป็นป้าย ไฟโลโก้เพื่อตกแต่งภายในร้านก็ได้ ป้ายกล่องไฟจึงมีประสิทธิภาพเข้ากับร้านอาหารทั้งร้านเหล่าที่เปิด ตอนกลางคืนมากที่สุด ดังนั้น จึงออกแบบเป็น

4. ป้ายกล่องไฟตราสัญลักษณ์ตกแต่งในร้าน ขนาด 30x30 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ

รวมไปถึงระบบป้ายสัญลักษณ์ต่างๆภายในร้าน ที่ใช้เป็นป้ายข้อห้าม ใช้รูปแบบประเภทวัสดุ ตามความเหมาะสมของแต่ละบริเวณ

5. ธงญี่ปุ่น ขนาด 50x150 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ พิมพ์ระบบ 4 สี เพื่อความสีสดคมชัด บนกระดาษไฟโต้ จะได้งานที่ละเอียด
6. ชู่มทางเข้า ขนาด 250x400 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ พิมพ์ระบบ 4 สี เพื่อสีที่สดคมชัด พิมพ์ 4 สี บนผ้า

7. ป้ายสแตนดาร์ดระเบียบ ขนาด 60x160 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ พิมพ์ระบบ 4 สี เพื่อความสีสดคมชัด บนกระดาษไฟโด้ จะได้งานที่ละเอียด

8. ระบบป้ายสัญลักษณ์ ออกแบบเป็น ป้ายกฎระเบียบเกี่ยวกับข้อต่างๆ ใช้เป็นสติ๊กเกอร์ PVC สะดวกต่อการแปะทั่วร้าน กันน้ำได้ดี ได้แก่ ป้ายห้ามทะเลาะวิวาท ป้ายห้ามอาเจียนในร้าน ป้ายห้ามสูบบุหรี่ ขนาด 11.5x26 เซนติเมตร จำนวนละ 1 แบบ

9. ป้ายสัญลักษณ์ห้องน้ำชาย/หญิง แบบพลาสติก ทนต่อแรงกระแทก ทำสีได้ง่าย ขนาด 15x40 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ

10. แบ็คดรอป ขนาด 230x600 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ พิมพ์ระบบ 4 สี เพื่อสีที่สดคมชัด

และยังมีสื่อส่งเสริมบริการของร้าน ที่จะออกแบบให้มีความเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน สวยงาม และสื่อสารความเป็นได้ ออกแบบเป็น

11. เมนูอาหารและเครื่องดื่ม เข้าเล่มแบบปกแข็ง ความหนาของกระดาษอยู่ระหว่าง 160-350 แกรม กางปีกผีเสื้อ มีความสวยงามดูดี สามารถกางออกได้สุด 180 องศา จัดวางให้มีความโดดเด่นน่าอ่าน แต่ไม่อึดอัดจนเกินไป ขนาด 21x29.7 เซนติเมตร จำนวน 1 เล่ม

12. บัตรฝากเหล้า ขนาด 5.5x9 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ พิมพ์บนกระดาษอาร์ต 160 แกรม

13. สายคาดกล่องอาหาร แบบกระดาษการ์ด มีแข็งแรงกว่ากระดาษธรรมดาและ มีความพรีเมียม ขนาด 5.5x44 เซนติเมตร จำนวน 1 แบบ

14. แก้วเปียร์ ติดสติ๊กเกอร์ DTF UV เหมาะแก่การติดวัสดุแก้วเรียบ มีความทนทาน หนุนสวยงาม

15. ถุงหิ้ว สกรีนหรือติดสติ๊กเกอร์ PP ใส สีสวย เนียนตา ช่วยลดต้นทุนในการผลิต

และสุดท้ายยูนิฟอร์มของพนักงาน จะออกแบบเป็น

16. เสื้อยืดคอกลม สกรีนลายหน้าหลัง สวมใส่สบาย มีความคล่องตัว ระบายอากาศและซับเหงื่อได้ดี จำนวน 1 แบบ

17. หมวกแก๊ป สกรีนตราสัญลักษณ์ของร้านหน้าหลัง จำนวน 1 แบบ

18. ผ้ากันเปื้อนครึ่งตัว สกรีนลายและตราสัญลักษณ์ จำนวน 1 แบบ

ทั้งหมดนี้ คือ องค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่จะออกแบบให้กับร้านครัวทักษิณ ตะวันนา เพื่อสื่อสารความเป็นตัวตนของร้านสู่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

