

โครงการออกแบบ CORPORATE IDENTITY
สำหรับงานประกวด ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS



โครงการพิเศษฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปะศิลปวัฒนธรรมศาสตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2537-2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต

(นายพิศิษฐ์ วีริยวัฒน์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

นางสาวเสาวภา ศรีทองนาท

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

งานออกแบบ CORPORATE IDENTITY มีอยู่มากมายซึ่งขึ้นอยู่กับวาระและโอกาสที่จะเลือกใช้ตามสมควรกับงานนั้น ๆ งาน CORPORATE IDENTITY มีความสำคัญมากในปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นหน้าตาและเป็นการบ่งบอกถึงลักษณะขององค์กรหรืองานนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร หลายบริษัทยอมทุ่มทุนนับล้านบาทเพียงเพื่อแลกกับงานกราฟฟิค ที่สามารถทำให้บุคคลสามารถจดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อบริษัทหรืองานนั้น ๆ

ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าจึงได้เลือกทำโครงการออกแบบ CORPORATE IDENTITY ที่เกี่ยวข้องกับงาน GRAPHIC DESIGN ได้อย่างเต็มที่ ดั้งนั้นจึงได้สมัครการดำเนินงานประกวดงาน GRAPHIC DESIGN ขึ้น เนื่องจากข้าพเจ้าเห็นว่าจะสามารถนำเอาความรู้ที่ข้าพเจ้าสนใจที่จะศึกษา มาใช้ในการออกแบบได้อย่างเต็มที่ และอีกประการหนึ่งเห็นว่าควรจะมีการจัดงานประกวด GRAPHIC DESIGN ขึ้นอย่างจริงจังในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกแห่งนี้ อันจะเป็นการพัฒนางานทางด้านนี้ให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับทวีปยุโรปหรืออเมริกา ซึ่งงาน GRAPHIC ของเอเชียยังมีการพัฒนาตามหลังทวีปทั้งสองนี้อยู่พอสมควร

โครงการออกแบบ CORPORATE IDENTITY นี้ ข้าพเจ้าเลือกที่จะทำในสาขาที่เกี่ยวกับ CORPORATE IDENTITY สำหรับการจัดงาน หรือ CORPORATE IDENTITY ชั่วคราวเฉพาะงานเท่านั้น ซึ่งมักจะเป็นสาขาที่มักจะไม่ค่อยมีให้เห็นบ่อยครั้งนักทั้งในการออกแบบจริงและในงานวิทยานิพนธ์ การออกแบบจึงจะต้องคำนึงถึงหลักความเป็นจริงและความเหมาะสม เพื่อให้ได้งานที่สมบูรณ์ที่สุดและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ทุกประการ

กำพล ลักษณะจินดา

10 มีนาคม 2538

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์งานเอเชียแปซิฟิก-แปซิฟิก กราฟฟิคดีไซน์อวอร์ด
(ภาษาอังกฤษ) CORPORATE IDENTITY DESIGN PROJECT FOR ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS

ชื่อ นายกำพล ลักษณะจินดา
สาขา ออกแบบสิ่งพิมพ์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์เสาวภา ศรีทองนาก

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของโครงการนี้ คือ เพื่อศึกษาการออกแบบงาน CORPORATE IDENTITY และนำมาสรุปผลการศึกษาดำเนินการ
ทำโครงการที่สามารถตอบสนองผลการศึกษาค้นคว้าที่ได้ศึกษามาแล้ว เช่น การออกแบบตราสัญลักษณ์, การออกแบบโปสเตอร์ เป็นต้น

โครงการที่นำมาใช้เป็นหัวข้อในการออกแบบในครั้งนี้ เป็นโครงการที่สมมติขึ้นมาเพื่อที่จะสามารถทำให้งานที่ออกมาตรงกับ
จุดประสงค์ของโครงการที่ได้ตั้งไว้มากที่สุด โดยใช้ชื่อโครงการว่า ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเห็นสมควร
ที่จะทำโครงการในครั้งนี้ เพราะจะได้ใช้ความรู้ที่ได้ศึกษามาตลอด 4 ปี นำมาออกแบบและแก้ปัญหาในโครงการครั้งนี้ต่อไป

วิธีการค้นคว้าวิจัย

เพื่อให้การทำโครงการในครั้งนี้สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ข้าพเจ้าได้ทำการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาการจัดงานประกวดในลักษณะเดียวกับโครงการในครั้งนี้
2. ศึกษาการทำ CORPORATE สำหรับการจัดงาน
3. ศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำข้อมูลมาประเมินผลและออกแบบงาน
4. ศึกษาสถานที่ ๆ จะจัดงานประกวดเพื่อให้โครงการนี้สมจริงมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิจัย

1. จากการค้นคว้าวิจัย สามารถสรุปได้ว่า CORPORATE IDENTITY มีด้วยกันทั้งหมด 3 แบบ ดังนี้

- CORPORATE IDENTITY สำหรับการจัดงาน
- CORPORATE IDENTITY สำหรับองค์กร ห้างร้าน
- CORPORATE IDENTITY สำหรับสถาบันสำคัญ ๆ โดยเฉพาะ เช่น งานที่เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ เป็นต้น

2. การทำโครงการในแต่ละหัวข้อนั้นควรที่จะศึกษาและทำโครงการนั้น ๆ ให้ออกมาตรงกับภาพลักษณ์และบรรยากาศของงานนั้น ๆ จริง ๆ ดังเช่นโครงการในครั้งนี้ ภาพลักษณ์ของงานจะมีลักษณะที่ไม่จริงจังจนเกินไปและไม่ทวิอหวางจนขาดความน่าเชื่อถือ การออกแบบก็คำนึงถึงการจัดงานเป็นสำคัญ งานจึงจะออกมาดูสนุกและน่าสนใจ ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ในการทำโครงการวิทยานิพนธ์ ควรเลือกหัวข้อให้ตรงกับความรู้ที่ต้องการจะศึกษา นอกจากนั้นแล้วการกำหนดขอบเขตของงานก็มีส่วนในการทำโครงการครั้งนี้ ควรจะมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับเวลาที่กำหนดให้
2. ในแต่ละโครงการ ระยะเวลาในการทำงานจะไม่เท่ากัน บางโครงการใช้เวลามาก บางโครงการใช้เวลาไม่มากนักก็สามารถสรุปผลได้ในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นการพิจารณาวิทยานิพนธ์ในแต่ละครั้งควรคำนึงถึงหัวข้อในแต่ละโครงการแยกเป็นกรณีไป ไม่ควรนำมาพิจารณาโดยการเปรียบเทียบกัน มิฉะนั้นการตัดสินโครงการวิทยานิพนธ์อาจเกิดความผิดพลาดเกิดขึ้นได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการออกแบบ CORPORATE IDENTITY สำหรับงานประชุม ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS ซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. คุณบุณลภ ปุณโณทก Designer Director, Propaganda
2. คุณอาทิตย์ สกุกกันย์ Creative Director, Graphic Department, Manager Media Group
3. คุณสรวิทย์ แยมสรวล Designer Director, Graphic Department, Manager Media Group
4. คุณสุรวิชัย เจริญปัญญา Designer Director, Graphic Department, Manager Media Group
5. พี่ ๆ Designer ทุกคน Graphic Department, Manager Media Group
6. คุณปราง ธาระวานิช
7. คุณสุวรรณ, คุณอุดม และคุณธราตล ลักษณะจินดา

และขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชาศิลปะทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการทำโครงการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

กำพล ลักษณะจินดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
กิตติกรรมประกาศ	
SECTION 1	1
บทนำ	2
ความสำคัญของโครงการ	2
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
ขอบเขตของโครงการ	3
SECTION 2	4
การรวบรวมข้อมูลสำหรับการจัดงาน	5
1. ลักษณะของการจัดงาน	5
1.1 รูปแบบของารประกวด	5
1.2 การจัดงาน	5
2. ลักษณะการประกวด	6
3. ลักษณะของผู้เข้าร่วมประกวด	6
- รายละเอียดการจัดงาน	7
- ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน	8
- ที่ตั้งโครงการศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	10
SECTION 3	13
ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า	14
- ความหมายของเครื่องหมายการค้า	14
- เครื่องหมายการค้า	15
- ข้อดีและข้อเสียของเครื่องหมายแต่ละชนิด	15
- ตัวอย่างเครื่องหมายการค้าต่าง ๆ	16
- ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า	17
- วิธีออกแบบเครื่องหมายการค้า	17
- เทคนิคในการเขียนแบบร่างสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า	18
- ตารางแม่แบบ	18
- ตัวอย่างตารางแม่แบบ (กริด)	19
- สีในการออกแบบสัญลักษณ์	20
- การพิจารณาเลือกแบบเครื่องหมายการค้า	20
ข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบบัตรเชิญและสูจิบัตร	21
- ลักษณะตัวหนังสือในระบบการพิมพ์	22
- แบบตัวพิมพ์ภาษาไทย (แบ่งตามขนาด)	22
- ความสนใจของผู้อ่านที่มีต่อหน้าซ้ายมือและขวามือ	22
- ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุโต้แย้งและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้	22

- การใช้ภาพประกอบในหนังสือ	24
- ระบบการพิมพ์ต่าง ๆ	24
- ข้อมูลเกี่ยวกับกระดาษ	25
- ขนาดของกระดาษ	25
SECTION 4	26
การวิเคราะห์ข้อมูล (การออกแบบ)	27
- CONCEPT งาน	27
การออกแบบตราสัญลักษณ์ของการจัดงาน (LOGO)	28
- สรุปแนวทางการออกแบบ LOGO	28
- แบบตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสมบูรณ์	29
- การเลือก TYPE สำหรับ LOGO	31
การออกแบบ STATIONERY	35
การออกแบบ POSTER	37
การออกแบบบัตรเชิญ	38
- ขอบเขตของงาน	38
- รูปแบบของงาน	38
- ส่วนประกอบต่าง ๆ ของบัตรเชิญ	39
การออกแบบสูจิบัตร	45
- ขอบเขตของงาน DESIGN	45
- รูปแบบของงาน	45
- ส่วนประกอบต่าง ๆ ของบัตรเชิญ	45
SECTION 5	51
สรุปผลการทำงานและข้อเสนอแนะ	52
บรรณานุกรม	53



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SECTION 1

บทนำ

งาน GRAPHIC DESIGN ในปัจจุบันนี้ สามารถแบ่งแยกออกได้เป็นหลายสาขา และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามโลกที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตจนถึงปัจจุบัน อันมีผลทำให้เกิดงาน GRAPHIC DESIGN ที่หลากหลายและได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในปัจจุบันอย่างกลมกลืนดังนั้นการศึกษาทางด้าน GRAPHIC DESIGN จึงจำเป็นต้องศึกษาในแต่ละสาขาให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพราะงาน GRAPHIC DESIGN ในแต่ละสาขานั้นมีความซับซ้อนและต้องอาศัยทักษะความชำนาญและการเรียนรู้ฝึกฝนอย่างมากจึงจะสามารถเข้าถึงหลักของการออกแบบในแต่ละสาขาอย่างแท้จริง

CORPORATE IDENTITY เป็นอีกสาขาหนึ่งที่มีปัจจุบันมีความสำคัญมาก หลาย ๆ บริษัทยอมทุ่มทุนมหาศาลเพียงเพื่องาน GRAPHIC เหล่านี้ จะสามารถทำให้ผู้คนจดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรืองานของตน งาน CORPORATE IDENTITY เป็นงานที่ต้องอาศัยทักษะและความชำนาญในการออกแบบสูงมาก ต้องมีการศึกษาค้นคว้าวิจัย เพื่อให้ได้ผลที่ดีที่สุดสำหรับออกแบบเพื่องานนั้น ๆ ตามแต่ละประเภท

ขั้นตอนของการค้นคว้าก็คือการกำหนด CONCEPT, THEME และขอบเขตของการออกแบบ (DESIGN PROCESS) จะต้องศึกษาลักษณะของงานและกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเสียก่อน จึงจะสามารถออกแบบได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ การค้นคว้าในโครงการนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลของงานประกวดต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น THE ONE SHOW, IDN DESIGN AWARDS, BAD AWARDS เป็นต้น เพื่อที่จะนำมาเป็นต้นแบบในอันที่จะนำข้อมูลของแต่ละงานมาศึกษาหาข้อดี-ข้อเสีย เพื่อที่จะนำมาสรุปและประเมินผลเพื่อจัดงาน ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS และอีกส่วนหนึ่งก็คือการค้นคว้าหลักการออกแบบเบื้องต้นสำหรับงาน CORPORATE ซึ่งเมื่อได้ศึกษาข้อมูลทั้งสองส่วนนี้แล้ว จึงจะเป็นการวิเคราะห์และสรุปตามขบวนการที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยจะเป็นไปตามความสำคัญ วัตถุประสงค์ของโครงการและขอบเขตของงานดังต่อไปนี้

ความสำคัญของโครงการ

1. เนื่องจากการที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาทางด้านกราฟิก การออกแบบสิ่งพิมพ์ รวมถึงได้ศึกษาวิชาการโฆษณาและวิชาจิตวิทยาตามหลักสูตรของภาควิชาศิลปะ ทำให้ข้าพเจ้าได้ตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบและขบวนการในการออกแบบที่ถูกต้องอันจะมีผลทำให้การออกแบบงานโครงการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ มีความถูกต้องและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ได้จริง

2. CORPORATE เป็นสาขาหนึ่งของการออกแบบ GRAPHIC DESIGN ซึ่งปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก CORPORATE นั้นสามารถแยกย่อยเป็นหลาย ๆ แบบตามแต่ความเหมาะสมว่าจะไปใช้เพื่อองค์กรใดและจุดประสงค์อะไร การออกแบบ CORPORATE นี้ DESIGNER จะต้องทำการศึกษาค้นคว้า รวมถึงต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวและความรู้ความชำนาญอย่างสูง เพราะการที่จะทำงานในสาขานี้ให้ออกมาได้ดีนั้นเป็นสิ่งที่น่าท้าทายความสามารถของข้าพเจ้าเป็นอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อศึกษาการออกแบบสิ่งพิมพ์กราฟิก ในสาขาการออกแบบ CORPORATE สำหรับการจัดงานขนาดใหญ่

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์ (LOGO) โดยใช้ชุดตัวอักษรภาษาอังกฤษทั้งหมด
2. ออกแบบ STATIONERY ของงาน 1 ชุด ประกอบด้วย
 - หัวจดหมาย
 - ซองจดหมาย
3. ออกแบบบัตรเชิญสำหรับการร่วมงาน
4. ออกแบบโปสเตอร์ของงาน
5. ออกแบบสูจิบัตรของงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ลักษณะของการประกวด

การประกวดในครั้งนี้เป็นการประกวดงาน GRAPHIC DESIGN ทั้งหมด โดยสามารถแบ่งเป็นรางวัลสำหรับผู้ชนะเลิศในแต่ละประเภทได้ดังนี้

1. BEST OF GRAPHIC DESIGN สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา GRAPHIC DESIGN
2. BEST OF CALENDAR สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา การออกแบบปฏิทิน
3. BEST OF DIRECT MAIL สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา GRAPHIC สำหรับการขายตรง
4. BEST OF PACKAGING DESIGN สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา ออกแบบผลิตภัณฑ์
5. BEST OF ILLUSTRATION สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา ภาพประกอบสำหรับงาน GRAPHIC DESIGN
6. BEST OF TYPOGRAPHY สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา การออกแบบตัวอักษร
7. BEST OF POSTER สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา โปสเตอร์
8. BEST OF CORPORATE สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา GRAPHIC ชุดเพื่อองค์กร
9. BEST OF ANNUAL REPORT สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา รายงานประจำปี
10. BEST OF BOOK DESIGN สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา การออกแบบหนังสือ
11. BEST OF P.O.P สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา GRAPHIC ณ จุดขาย
12. BEST OF OUT DOOR MEDIA สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา GRAPHIC DESIGN กลางแจ้ง, ภายนอก
13. BEST OF EDITORIAL สำหรับผู้ชนะเลิศงานสาขา หน้าบทบรรณาธิการ

รางวัลในแต่ละประเภทจะมีรางวัลเดียวคือ GOLD AWARD ซึ่งทางการประกวดจะถือว่างานที่เข้ารอบสุดท้ายทั้งหมดจะได้รับรางวัลรองชนะเลิศเท่ากันทุกรางวัล

3. ลักษณะของผู้เข้าประกวด

ผู้เข้าประกวดจะต้องเป็น DESIGNER หรือทำงานในสายที่เกี่ยวข้องและต้องอยู่ในประเทศสมาชิก รวมถึงงานที่ได้พิมพ์เผยแพร่ออกมาแล้วจะต้องได้ใช้ภายในภูมิภาคนี้ภายในระยะเวลา 1 ปี นับตั้งแต่วันตัดสิน

ประเทศที่เป็นสมาชิกได้แก่

- ประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชียทั้งหมด รวมถึงรัฐอิสระที่แยกตัวมาจากสหภาพโซเวียตเดิม เช่น ญี่ปุ่น, ไทย, ฮ่องกง, สิงคโปร์ ฯลฯ
- ประเทศที่อยู่ในแถบมหาสมุทรแปซิฟิก เช่น ประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

เมื่อมีการตัดสินจากคณะกรรมการแล้ว ผู้ที่ได้รับรางวัลจะได้รับการเชิญให้เข้าร่วมงานประกาศผลรอบสุดท้ายที่ประเทศไทย ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในวันที่ 12-13 กันยายน 2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อมีการตัดสินใจจากคณะกรรมการแล้ว ผู้ที่ได้รับรางวัลจะได้รับการเชิญให้เข้าร่วมงานประกาศผลรอบสุดท้ายที่ประเทศไทย ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
ในวันที่ 12-13 กันยายน 2538

รายละเอียดของการจัดงาน

Day one.

8:30 - 9:00 AM	Welcome and Opening Remarks
(15 Minutes)	President of Asia Pacific Graphic Designers Club
(15 Minutes)	Thailand Graphic Designers Club
9:00 - 10:30 AM	Asia Pacific Graphic Design in the year 2,000
10:30 - 10:45 AM	BREAK
10:45 - 12:00 AM	General Discussion.
12:00 - 1:45 PM	BUFFET LUNCHEON
1:30 - 2:15 PM	Over view
2:15 - 2:45 PM	The way of graphic design education
2:45 - 3:00 PM	BREAK
3:00 - 4:00 PM	Graphic Design and Asia Culture
4:00 - 5:00 PM	General Discussion
Evening	Reception

Day two.

5:00 - 9:45 PM	Over view
9:45 - 10:00 PM	Closing Remarks

รายละเอียดของงานทั้งหมดนี้จะแจ้งไว้ในบัตรเชิญ เพื่อให้ผู้ร่วมงานได้รู้ถึงกำหนดการของงานในส่วนต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน

ชื่อสถานที่จัดงาน ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

สถานที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่บนถนนรัชดาภิเษก มีเนื้อที่ทั้งหมด 47 ไร่ 74 ตารางวา ในบริเวณที่ดินของกระทรวงการคลังที่โอนคืนมาจาก โรงงานยาสูบ มีสภาพแวดล้อมดี สามารถเดินทางระหว่างศูนย์ฯ และโรงแรมชั้นหนึ่งที่ตั้งรายรอบได้สะดวก และในกรณี ที่การจราจรแออัด ก็สามารถเลี่ยงไปใช้เส้นทางระหว่างถนน พระราม 4 และถนนสุขุมวิทได้โดยผ่านเข้าทางโรงงานยาสูบ นับเป็นทำเลที่มีแนวโน้มเป็นศูนย์กลางที่สำคัญของกรุงเทพฯ ในอนาคตอีกแห่งหนึ่ง

ความต้องการพื้นฐานที่ต้องการใช้งานศูนย์ประชุม มี 4 ประการ

1. การประชุมผู้ว่าการธนาคารโลก และกองทุนการเงินระหว่างประเทศประจำปี 2534 และการประชุมระดับโลกที่สำคัญอื่น ๆ
2. การประชุมสัมมนาระดับนานาชาติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสมาคมส่งเสริมการประชุมระดับนานาชาติ (ไทย) รวมทั้งการประชุมอื่น ๆ ที่จะจัดขึ้นในภูมิภาคเอเชีย
3. การจัดแสดงสินค้านานาชาติของกรมส่งเสริมการส่งออก และการแสดงสินค้าระดับภูมิภาค
4. การประชุม การแสดงทั่วไป และการจัดแข่งขันกีฬา

รายละเอียดของศูนย์ประชุม

องค์ประกอบภายในศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ประกอบด้วยอาคารหลัก 4 อาคาร ต่อเนื่องถึงกันหมดภายใต้หลังคาผืนเดียวกันแผ่ ขยายในทางราบ มีพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 65,000 ตารางเมตร แบ่งออกเป็น

อาคาร A มีสองชั้น เป็นเนื้อที่โล่งกว่า 2,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยโถงทางเข้าชั้นล่าง ซึ่งมีเคาน์เตอร์ยานพาหนะ ตัวแทนสาย การบิน ที่ทำการไปรษณีย์ สาขานาคร ที่ทำการศูนย์โทรคมนาคม และส่วนโถงต้อนรับชั้นสองที่มีเนื้อที่โล่งกว้างไร้เสากว่า 2,000 ตารางเมตร เหมาะสำหรับใช้เป็นห้องจัดนิทรรศการ เป็นที่ตั้งของงานประติมากรรมเสาช้างและลูกโลก เป็นงานศิลปะที่แสดงถึงความเป็นศูนย์กลางของโลก โดยอาศัยรูปแบบของเสาองรับลูกโลกเป็นสัญลักษณ์สากล แต่มีการเพิ่มเติมองค์ประกอบตามประเพณีนิยมแบบไทยโบราณคือ ใช้รูปช้างประจำทิศ ดัดแปลงเป็นหัวเสาเป็นจุดค้ำจุนรูปโลก

ในส่วนของอาคารเดียวกันนี้ ยังมีมุมพักผ่อนที่ผสมผสานการตกแต่งอย่างไทยอีสาน

อาคาร B เป็นอาคารสามชั้น ประกอบด้วยห้องประชุมขนาดใหญ่ เป็นพื้นที่กว้างไร้เสาขนาด 4,900 ตารางเมตร รองรับผู้เข้าประชุม ได้ 5,000 คน พื้นรับน้ำหนักได้ถึง 1,700 กิโลกรัมต่อตารางเมตร สามารถวางและเคลื่อนย้ายวัสดุขนาดหนักมาใช้ภายในห้องได้สะดวก ห้องนี้ ยังปรับใช้งานได้หลายรูปแบบทั้งการจัดประชุม การสัมมนา จัดเลี้ยง งานแสดงสินค้า เพราะมีผนังเลื่อนพับเก็บได้ แบ่งขอยออกเป็นห้องเล็ก ๆ ได้สามห้องเพื่อใช้งานได้พร้อม ๆ กัน

นอกจากนี้ภายในอาคารเดียวกันยังมีห้องประชุมเล็กจำนวน 4 ห้อง เนื้อที่ห้องละประมาณ 260 ตารางเมตร ภายในห้องมีการติดตั้งโสต-ทัศนูปกรณ์และระบบเสียงสำหรับการแปลและห้องเหล่านี้ยังเปิดใช้ต่อเนื่องกันได้เป็น 2 ชุด ขนาดเนื้อที่ประมาณห้องละ 520 ตารางเมตร สำหรับผู้ เข้าร่วมประชุมจำนวน 500 คน

อาคาร C เป็นอาคาร 4 ชั้นที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นห้องจัดนิทรรศการที่สามารถปรับใช้เป็นส่วนสำนักงานได้ และเป็นส่วนของลานอเนกประสงค์ 1 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

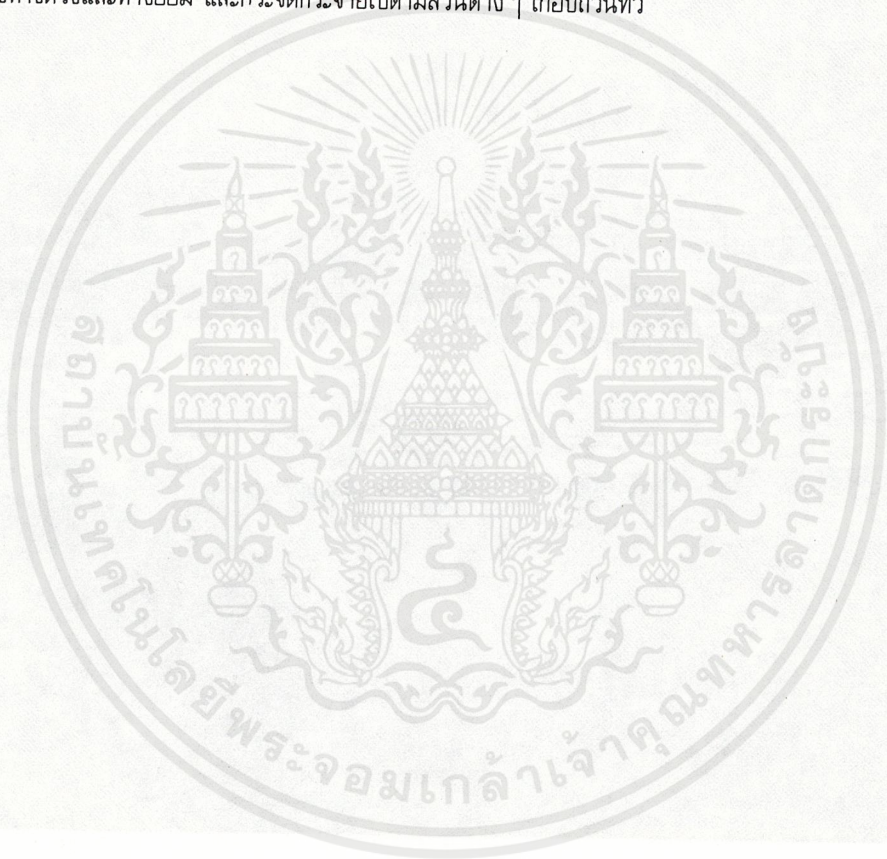
อาคาร D เป็นอาคาร 3 ชั้นที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นโถงจัดนิทรรศการเช่นกัน และเป็นส่วนของลานอเนกประสงค์ 2

ทั้งสองอาคารมีส่วนที่เชื่อมต่อกันเป็นโดมหน้าห้องประชุมใหญ่, ลานอเนกประสงค์ 1, ลานอเนกประสงค์ 2, รวมทั้งส่วนทางเดิน เป็นพื้นที่ต่อเนื่องกันประมาณ 5,500 ตารางเมตร ใช้เป็นบริเวณจัดนิทรรศการได้ตามแต่โอกาส

ส่วนของลานอเนกประสงค์ 1 มีการตกแต่งอาณาบริเวณให้มีบรรยากาศตลาดไทยล้านนาทางเหนือ ส่วนลานอเนกประสงค์ 2 เป็นบรรยากาศแบบไทยทักซัน

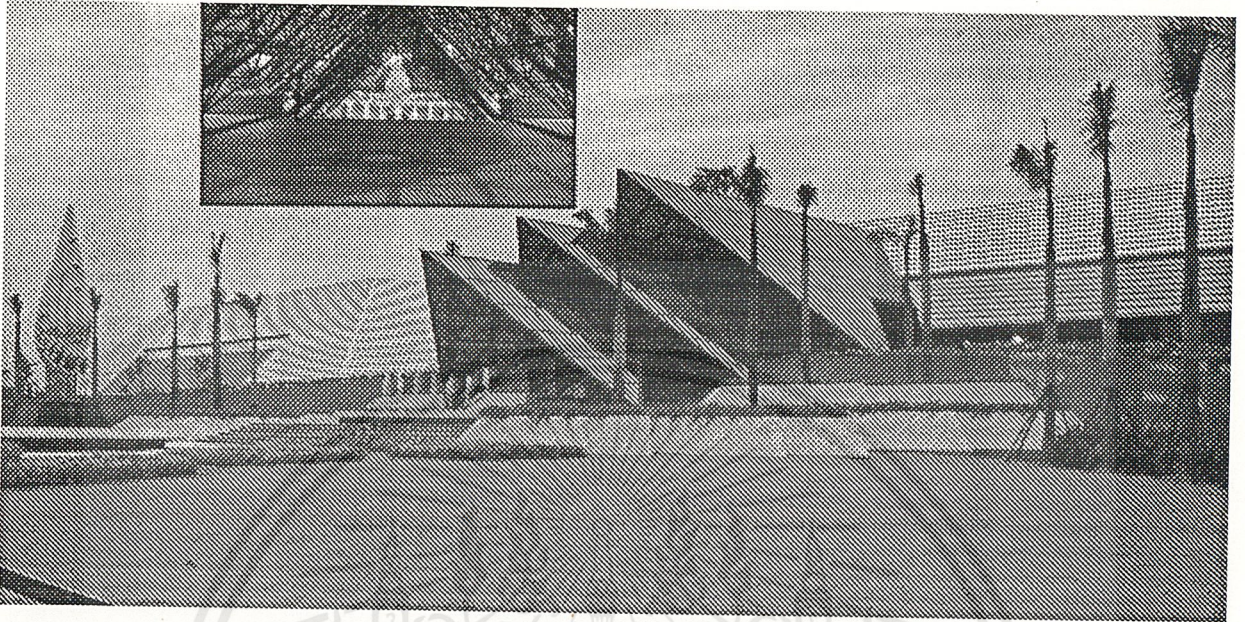
นอกจากนี้ยังมีภัตตาคารขนาดใหญ่ตกแต่งด้วยศิลปะไทยขนาดกลาง บรรจุได้ 450 ที่นั่ง ส่วนห้องอาหารบริเวณชั้นล่างของอาคาร B เป็นห้องอาหารขนาด 600 ที่นั่ง และมีส่วนเฉลียงภายนอกอาคารที่สามารถจัดที่นั่งได้อีก 450 ที่นั่ง

ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มีเพียงจะเป็นหน้าตาของปวงชนชาวไทยเท่านั้น หากปฐมเหตุจากการจัดสร้างสถานที่แห่งนี้ บันดาลรายได้มหาศาลเข้าประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม และกระจุกกระจายไปตามส่วนต่าง ๆ เกือบถ้วนทั่ว

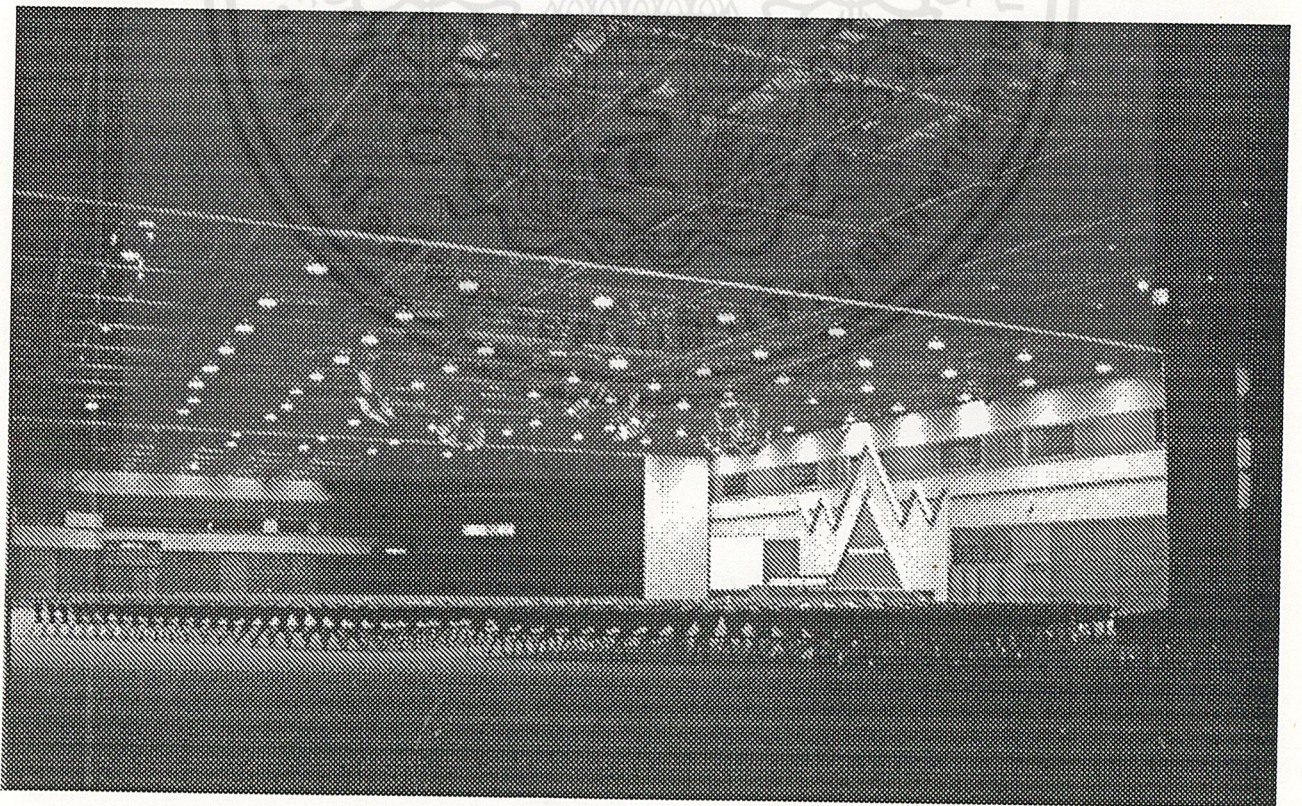


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

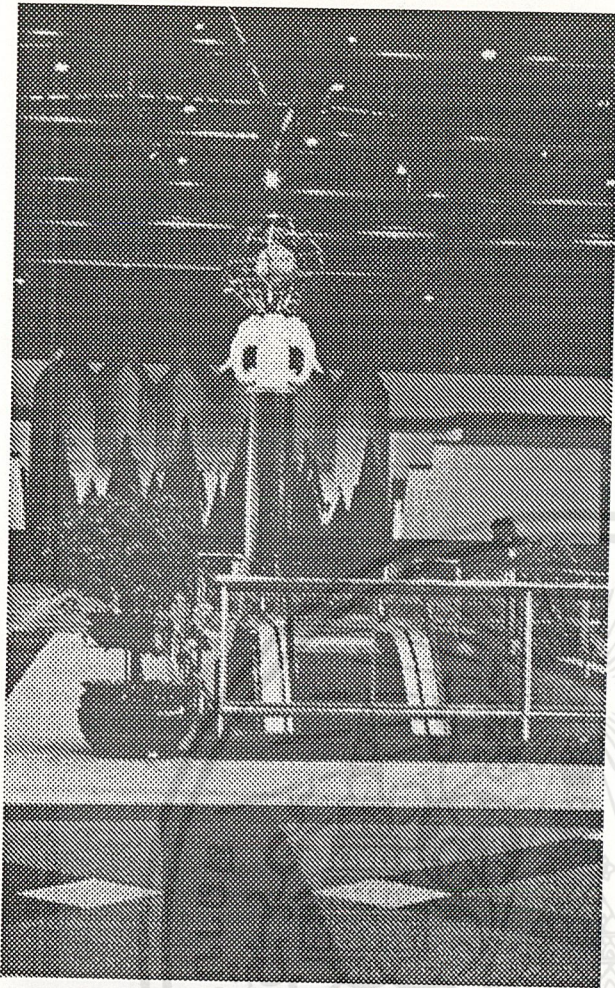


ห้องประชุมใหญ่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประติมากรรมเสาจักรวาล



ห้องประชุมใหญ่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
โถงแสดงนิทรรศการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECTION 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SECTION 3

ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า¹

ข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ประกอบการออกแบมมีดังนี้

1. ความหมายของเครื่องหมายการค้า¹

เครื่องหมายการค้า

มาตรา 3 ตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้ (ถ้าตัวบทมิได้แสดงให้เห็นเป็นอย่างอื่น) คำว่า 'เครื่องหมาย' ให้ความหมายถึงอันคิดขึ้นตรา คำจำหน่าย ใบสลาก ตั๋ว นามลายมือชื่อ คำ ตัวหนังสือ ตัวเลข หรือชুমุมนุ่มแห่งสิ่งเหล่านี้

คำว่า 'เครื่องหมายการค้า' หมายความว่า เครื่องหมายซึ่งใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อสำแดงว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยได้ทำขึ้น โดยการเลือก โดยทำคำรับรอง โดยทำการค้าขายสินค้านั้น หรือโดยเป็นผู้เสนอขาย

มาตรา 4 ท่านว่าสิ่งอันกล่าวต่อไปนี้เป็นสาระสำคัญ ต้องมีสิ่งหนึ่งเป็นอย่างน้อยอยู่ในเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้

(1) ชื่อบริษัท ชื่อเอกชนหรือชื่อห้าง แสดงโดยลักษณะพิเศษหรือจะเพาะ

(2) ลายชื่อของผู้จดทะเบียน หรือชื่ออยู่ในตำแหน่งของผู้นั้นมาก่อนในกิจการค้าขายนั้น

(3) คำที่ประดิษฐ์ขึ้นคำหนึ่งหรือหลายคำ

(4) คำเดียวหรือหลายคำอันไม่ได้ถึงลักษณะหรือคุณสมบัติแห่งสินค้าโดยตรงและตามความหมายอันเข้าใจกันโดยธรรมดา

ไม่เป็นชื่อในภูมิ

ศาสตร์ หรือ นามสกุล

(5) เครื่องหมายอื่น ๆ อันมีลักษณะบ่ง จะเพาะ แต่ท่านว่า ชื่อ ลายมือชื่อ คำ ๆ หนึ่งหรือหลายคำ อันมิได้อยู่ภายในวรรค (1) (2) (3) และ

(4) นั้น ถ้ามิได้มีหลักฐานมาแสดงว่ามีลักษณะบ่งจะเพาะ ก็มีได้รับจดทะเบียน

ตามความหมายแห่งมาตรานี้ คำว่า 'ลักษณะบ่งจะเพาะ' หมายความว่า นำมาทำให้เหมาะเพื่อจะใช้ให้เห็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าอันติดกับสินค้าของผู้อื่น

มาตรา 5 ในเครื่องหมายการค้าหรือส่วนแห่งเครื่องหมายการค้าอัน ท่านห้ามมิให้ใช้

(1) ตราหลวง หรือตราราชการ องหลวง องราชการ หรือองชาติ

(2) พระบรมราชาภิเษย และตัวอักษรย่อพระบรมราชาภิเษย

(3) พระรูปพระเจ้าแผ่นดิน พระมหาลี พระบรมวงศานุวงศ์ฝ่ายหน้า ฝ่ายในในพระราชวงศ์ปัจจุบัน

(4) พระราชลัญจกร และลัญจกรในราชการ

(5) ตราเครื่องหมายราชอิสริยาภรณ์

(6) เครื่องหมายกาชาด หรือชื่อกาชาด หรือกาเยเนวา

(7) เครื่องหมายอย่างใด ๆ อันขัดต่อรัฐประศาสนนโยบาย หรือศีลธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(8) ภาพอันคิดขึ้นให้เป็นอย่างเดียวกับ หรือคล้ายคลึงกับเหรียญ ใบสำคัญ คู่่มือ หรือประกาศนียบัตร อันได้ให้เป็นรางวัลในการแสดงพิพิธภัณฑท์ ซึ่งรัฐบาลสยาม หรือรัฐบาลต่างประเทศ หรือประชาบาลได้จัดตั้งให้มีขึ้น นอกจะได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่่มือ หรือประกาศนียบัตรเช่นนั้นเป็นรางวัลสำหรับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้น

(9) รูปคนที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยเขาไม่ได้ให้อนุญาต หรือรูปคนที่ตาย โดยไม่ได้รับความยินยอมของบุพพการี ผู้สืบสันดาน สามี และภริยา

เครื่องหมายชนิดต่าง ๆ

เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ซิมโบล (Symbols) เป็นเครื่องหมายที่เฉพาะรูปภาพ ใช้กับกิจการของบริษัทหน่วยงานต่าง ๆ สามารถให้ความหมายด้วยตัวเองโดยไม่มีตัวหนังสือเลย เช่น เครื่องหมายบริษัทเชลล์ หรือเครื่องหมายของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น
2. พิกโตกราฟ (Pictographs) เป็นเครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับการสาธารณะ โดยไม่มีตัวหนังสือประกอบเป็นการใช้ภาพแทนคำพูด เช่น เครื่องหมายหน้าห้องน้ำ เป็นภาพ ชาย-หญิง หรือเครื่องหมายบอกทางไป
3. เลตเตอร์มาร์ค (Lettermarks) เป็นเครื่องหมายที่แต่ตัวหนังสือ ใช้กับกิจการของบริษัทและหน่วยงานต่าง ๆ โดยจะต้องเป็นตัวย่ออ่านเรียงเป็นคำไม่ได้ เช่น เครื่องหมายของบริษัท สามเอ็ม เป็นต้น
4. โลโก้ (Logos) เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสือ อ่านเป็นคำได้ หรือเป็นชื่อเฉพาะ เช่น เครื่องหมายบริษัทบาจา เป็นต้น
5. คอมบิเนชันมาร์ค (Combination marks) เป็นเครื่องหมายที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือผสมกัน ใช้ในกิจการของบริษัท สโมสร สมาคมต่าง ๆ เช่น เครื่องหมายของรองเท้าไนกี้
6. เทรดมาร์ค (Trademarks) คือเครื่องหมายทั้ง 5 ชนิดที่กล่าวมาและได้รับการจดทะเบียนแล้ว

ข้อดีและข้อเสียของเครื่องหมายแต่ละชนิด

1. ซิมโบล

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ง่ายและสะดุดตา

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนได้ (ซ้ำกัน) และสิ้นเปลืองมากในการพัฒนารูปแบบที่ดี

2. พิกโตกราฟ

ข้อดี เป็นสากลนำไปใช้ได้ไหนก็ได้ (อธิบายด้วยภาพ)

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนเมื่อนำไปใช้ในที่ชนบทธรรมเนียมต่างกันมาก ๆ

3. เลตเตอร์มาร์ค

ข้อดี เป็นชื่อย่อของบริษัทซึ่งงานแก่การจดจำ

ข้อเสีย ต้องใช้ทุนสูงในการออกแบบ และมีการแข่งขันมาก

4. โลโก้

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ไม่ซ้ำใครและทำได้ง่าย

ข้อเสีย มีการซ้ำซ้อนในการมอง และจำได้ยาก

5. คอมบิเนชันมาร์ค

ข้อดี ใช้เป็นเครื่องหมายที่สื่อความหมายที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ข้อเสีย ซับซ้อนมากในการออกแบบ

ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า

โดยทั่วไป เครื่องหมายการค้าทั้งหลาย ทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ

1. มุ่งรักษาประโยชน์ของเจ้าของกิจการ
2. ทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าและบริการได้

ประโยชน์ในทางอ้อมของเครื่องหมายการค้า ยังมีอีกหลายประการ เช่น ทำหน้าที่เป็นตัวเตือนความจำทำให้สินค้านั้นดูน่าเชื่อถือ เพราะคนไทยหลาย ๆ คนชอบสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ นอกจากนี้ก็เป็นตัวช่วยสื่อความหมายให้ลูกค้าได้รู้ว่าสินค้าหรือกิจการนั้นเป็นอะไร เช่น เครื่องหมายของบริษัทการบิน ซึ่งมักจะเอารูปนกมาเป็นเครื่องหมายการค้า เพราะรูปนกมีความหมายว่าเป็นการบินบางบริษัทยังออกแบบเครื่องหมายรูปนกบวกกับความเร็วเข้าไปอีกด้วย

เพื่อให้เครื่องหมายการค้าทำประโยชน์ให้กับกิจการค้าได้มากที่สุด ผู้ออกแบบควรจะศึกษาเสียก่อนว่าสินค้านั้น หรือกิจการค้านั้นเป็นอะไร ผู้ซื้อหรือใช้บริการเป็นบุคคลประเภทใด ผู้ซื้อหรือใช้บริการเป็นบุคคลประเภทใด ผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการนี้ทางภาษาศาสตร์จะเรียกว่า กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาก่อนจะทำการออกแบบ เราจะต้องศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายของเรา จะอยู่ในวัยไหน มีอาชีพอะไร เป็นส่วนใหญ่ การศึกษาอยู่ในระดับเฉลี่ยชั้นใด ฐานะการเป็นอยู่เป็นเช่นไรสินค้านั้นจะจำหน่ายคนในเมืองใหญ่หรือเมืองเล็ก ขายให้แก่ชาวต่างชาติ หรือคนในประเทศ ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศด้วยหรือไม่ และรสนิยมของผู้ซื้อสินค้าเป็นอย่างไร¹

วิธีการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการที่นักออกแบบจะทำการออกแบบสิ่งใดก็ตาม เขาจะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบ ซึ่งบางครั้งอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่โดยรวม ๆ แล้ว เราสามารถแบ่งขั้นตอนในการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การออกแบบเบื้องต้น เป็นการออกแบบโดยการร่างภาพขนาดเล็ก ๆ มาก ๆ เพื่อแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบออกมา วิธีนี้เรียกว่า Preliminary หรือ Thumbnails
2. ขั้นกลั่นกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากการออกแบบเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก, ออกแบบใหม่, ตรวจสอบ, ขยาย หรือทำให้ดีขึ้น วิธีนี้เรียกว่า Refinement หรือ Rough
3. ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบ เปรียบเทียบเพื่อหาแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า ขั้นตอนที่ 3 นี้เรียกว่า Analyze หรือ Comps
4. ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง (โดยได้รับการตัดสินใจจากลูกค้าผู้ให้ออกแบบ) ขั้นนี้เรียกว่า Decide หรือ Print

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคนิคในการเขียนแบบร่างสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า¹

สำหรับเครื่องมือเครื่องใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้านั้น นักออกแบบพบว่า ปากกาหัวล็กทลาด (Felt) หรือ Markerpen จะใช้ได้ดีกว่าดินสอในการร่างรูป ปากกานั้นเราสามารถเลือกขนาดความหนาของเส้นได้ และพื้นที่กว้างของ Solid Tone จะถูกต่อเติมอย่างรวดเร็วเพื่อที่จะได้สัญลักษณ์ที่แน่นอนตามที่เขียนขึ้น การทำแบบอีกวิธีหนึ่งที่ได้ผลคือการตัดกระดาษมาทดลองกับพื้นขาว แบบนี้เราสามารถจัดหรือเลื่อนกระดาษได้ ซึ่งจะมองเห็นชัดเจนกว่าการนึกในภาพ เทคนิคในการทำสัญลักษณ์มีอีกหลายวิธี แต่ส่วนใหญ่ก็ขึ้นอยู่กับความถนัดของนักออกแบบเองว่าจะใช้วิธีใด ในการออกแบบไม่ควรออกแบบอย่างเลื่อนลอยควรหาข้อกำหนดให้กับงานออกแบบ เช่นการออกแบบอยู่ในทรงเรขาคณิต คือมีตัวขอบเขตเป็นตัวกำหนด

ตารางแม่แบบ (Grids)²

ตารางแม่แบบ หรือเรียกง่าย ๆ ว่ากริด มีความจำเป็นต่อการออกแบบสัญลักษณ์มาก กระดาษตารางกราฟที่สร้างขึ้นมาเป็นพิเศษเหล่านี้เห็นได้ชัดเหมือนกับโครงไม้แบบในการสร้างตึกการเลือกความหนาของเส้น ตำแหน่งและทิศทางถูกกำหนดโดยชนิดของตาราง และ จะช่วยให้เรามีทางเลือกมากมายในการออกแบบผลงานของเราออกมา วิธีใช้กริดนี้จะจำกัดขอบเขตการออกแบบของเราเกินไป ถ้าเราไม่ทำแบบร่างขึ้นมาก่อน ฉะนั้นการใช้กริดควรใช้เมื่อได้แบบร่างแล้ว และนำแบบนั้นมาเข้าระบบกริด มันจะทำให้แบบนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามที่จำเป็น เพื่อความเหมาะสมในการออกแบบ

ความหมายของกริด ในแง่ของศิลปะและการออกแบบ หมายถึงตารางซึ่งสร้างขึ้นมาให้เป็นตัวโครงสร้างหรือเป็นแม่แบบ (Pattern) เพื่อช่วยให้งานที่ออกแบบนั้นสมบูรณ์ มีหลักง่ายและสะดวกเรียบร้อยยิ่งขึ้น กริดสามารถสร้างขึ้นมาได้หลายแบบ ขึ้นอยู่กับงานที่จะออกแบบ อาจจะเป็นตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตารางที่เกิดจากเส้นทแยงมุม หรือเป็นตารางที่เกิดจากเส้นวงกลมก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเกิดจากเส้นตรงมากกว่า จะมีรูปแบบซ้ำ ๆ กันหรือเหมือนกันหลายรูปในพื้นที่เดียวกันที่เรากำหนดขึ้นก็ได้

1 สมรรค คุ่มสุวรรณ : วิทยานิพนธ์การออกแบบกราฟิกสำหรับใช้ในบริเวณส่วนของผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานดอนเมือง : ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณลาดกระบัง ปีการศึกษา 2525 หน้า 22

2 ประเสริฐ จันทร์ประดับฟ้า : วิทยานิพนธ์เรื่องการออกแบบกราฟิกสำหรับโรงแรมบางกอกพาเลซ : ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2524 - 2525 หน้า 37

สีในการออกแบบสัญลักษณ์

การเลือกใช้สีในการออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้า ต้องทราบถึงกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน เพราะบุคคลในวัยต่างกันย่อมมีความรู้สึกในเรื่องสีต่างกัน เช่น เด็ก ๆ ชอบสีที่เป็นสีเข้ม สีแปร๊ด ๆ จะเห็นว่าของเล่นเด็ก ของเล่นอนุบาลมีสีเข้ม ๆ พวกแม่สีเป็นส่วนใหญ่ เช่น เขียว แดง น้ำเงิน เหลือง สีเข้ม ๆ ทั้งนั้น แต่เด็กก็ชอบสีเหล่านี้ เมื่อเป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวขึ้นมาก็ชอบสีสดใส เช่น ชมพู ฟ้ามุสลิมเมื่อล่วงเข้ามาวัยมีอายุก็มักเปลี่ยนมาชอบสีทึบ ๆ ทึม ๆ เช่น สีน้ำตาล เทา ส้มเกต ดูจากการเลือกสีเครื่องแต่งกายของสุภาพสตรีในวัยต่างกันออกไป¹

นอกจากจะเลือกสีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภคแล้ว การเลือกสีที่เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ให้เข้ากับกิจการและบริการก็จะสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีได้อีก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างความรู้สึกของสีที่ไปเกี่ยวข้องกับความรู้สึกมนุษย์โดยตรงมีดังนี้²

สีเทา	ให้ความรู้สึก เครื่องขรีม สุภาพ เป็นผู้ดี เรียบร้อย
สีดำ	ให้ความรู้สึก ลึกลับ มีด ทุกข์โศก บาบ
สีขาว	ให้ความรู้สึก สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากมลทิน
สีแดง	ให้ความรู้สึก ตื่นเต้น ระวัง สนุก อันตราย อบอุ่น
สีเหลือง	ให้ความรู้สึก เบี้ยว ร่าเริง ดีใจ อำนาจ ความมั่งคั่ง
สีแดง	ให้ความรู้สึก มั่งคั่งสมบูรณ์ ความสวย ความสุข ความหวาน อบอุ่น
สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึก สุภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น
สีม่วง	ให้ความรู้สึก เศร้า ความรัก ความมีฐานะอันตรศกดี
สีเขียว	ให้ความรู้สึก ร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย

การพิจารณาเลือกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการออกแบบเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ มักจะมีผลงานเกิดขึ้นมากกว่า 1 แบบจำเป็นต้องนำผลงานเหล่านั้นมาพิจารณาคัดเลือกเพื่อนำแบบที่เหมาะสมที่สุดไปพัฒนาแก้ไขให้ดีขึ้นไปอีก หรือพิจารณานำไปใช้ต่อไปการพิจารณาเลือกแบบเครื่องหมายอาจพิจารณาจากตารางตัดสินเครื่องหมาย³ CHECKPOINTS IN DECIDING UPON A MARK* ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 9 ข้อคือ

1. Suitability of the mark's content

คือความเหมาะสมของเครื่องหมาย, ความหมายของเครื่องหมาย เข้ากับจุดประสงค์ของบริษัทหรือไม่

2. Suitability to the media to be used

คือความเหมาะสมกับสิ่งที่เราเอาไปใช้ เช่น ในการพิมพ์ ในการทำป้ายนิออน ใช้นิเทศน์ และอื่น ๆ สามารถใช้ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ และแผนงานของบริษัทและกรรมวิธีการผลิต เช่น เครื่องหมายนั้นต้องนำไปหล่อเป็นตัวการนำไปย่อ การขยาย จะมีผลเปลี่ยนแปลงหรือไม่

1 ศ.กัธร สติกรล ประดิษฐ์หนังสือและการพิมพ์ ความรู้สึกในแง่สี หน้า 152 มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2526

2 จากบทความของ อาจารย์รัตน์ อัดถาวร หนังสือ 'ส่วนประกอบเกี่ยวกับกรออกแบบ' เรียบเรียงโดย อรศิริ ปาณินท์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2516

3 จากวิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบกราฟิกและโฆษณาพร้อมข้อเชิงรอยล สแตนดาร์ด 111 หน้า 69 โดยนางสาวโลมสุดา วรภัทรวรรณ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2523

3. Distinctiveness

ความมีลักษณะพิเศษ เครื่องหมายมีความพิเศษดึงดูดความสนใจ เป็นงานสร้างสรรค์หรือไม่ มองแล้วสะดุดตาและจดจำได้ในขณะมองในเวลาสั้น ๆ หรือไม่

4. Contemporaneity

ความอยู่ได้เหมือนเดิม เครื่องหมายนั้นจะมีความรู้สึกว่ายู่ง่ายได้นานโดยไม่ล้าสมัยในระยะเวลาอย่างน้อย 5-10 ปีหรือไม่และต้องไม่เป็นการออกแบบที่แสดงถึงความนิยมในปัจจุบันในขณะออกแบบ

5. Memorability

ความสามารถที่จะอยู่ในความทรงจำ ก่อให้เกิดความทรงจำได้นานและชัดเจนหรือไม่สามารถจดจำได้เมื่อเห็นเพียงครั้งเดียวหรือไม่ง่ายแก่การบอกเล่า และง่ายต่อการนำไปวาดหรือนำไปเขียนต่อ

6. Reliability

น่าไว้วางใจ คือเครื่องหมายนั้นบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นบริษัทที่น่าไว้วางใจ และไม่มีภัยต่อสังคมเช่นธนาคาร ในกรณีนี้ตัดสินได้ยากถ้าเป็น

Abstract

7. Utility

สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่เกิดความสับสน เมื่อมองมุมผิดไปจากเดิม และรวมได้ดีกับ Logotype ของบริษัท

8. Relevance

สามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทในความเป็นสากลนิยมได้ถ้าเป็นนโยบายของบริษัท ถ้าเป็น Mark สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องแสดงถึงลักษณะประจำท้องถิ่น นั้นอย่างชัดเจน

9. Color individuality

มีสีเฉพาะ จะตั้งใจให้สีแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันของบริษัทหรือไม่ความแตกต่างนั้นมีความหมายหรือไม่จะดีหรือไม่ดีเมื่อใช้หลายสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบบัตรเชิญและสูจิบัตร

ลักษณะตัวหนังสือในระบบการพิมพ์

ลักษณะรูปตัวหนังสือที่ใช้ในการพิมพ์โดยทั่วไป ตัวหนังสือจะเป็นตัวหนังสือไทยหรือหนังสืออะไรก็ตาม เมื่อนำมาใช้พิมพ์ เราแยกใช้เป็นสองกลุ่ม คือ

- 1.Display face
- 2.Book face

Display face เป็นตัวหนังสือตัวโต ๆ เอามาใช้ในการบรรยายหัวเรื่อง จุดประสงค์ใหม่ของตัวหนังสือพวกนี้เอามาใช้สำหรับเรียกความสนใจบอกเรื่องราว ฉะนั้นตัวหนังสือแบบนี้ในการออกแบบเราจะออกแบบมาเพื่อเรียกความสนใจจากผู้อ่านเรื่องนั้นเมื่อเห็นหัวเรื่องอะไรและบางครั้งการออกแบบรูปหนังสือเราก็ถือจุดสำคัญว่าการเรียกร้องความสนใจนั้นสำคัญกว่าเรื่องอื่น แม้หนังสือจะอ่านยากไปบ้างก็ไม่ใช่ไร Bookface หรือ Booktype ใช้สำหรับเรียงเนื้อเรื่องทั้งหลายทั้งปวงที่ปรากฏในหนังสือเล่มนั้น ตัวหนังสือลักษณะนี้ จำเป็นที่จะต้องออกแบบให้อ่านง่าย อ่านได้สะดวก

แบบตัวพิมพ์ภาษาไทย (แบ่งตามขนาด)

ลักษณะของตัวหนังสือไทย ที่ใช้ในการพิมพ์นั้น ถ้าพูดถึงตามขนาดแล้วอาจจะแบ่งได้ 4 ประเภทคือ

- 1.ตัวจั่ว
- 2.ตัวธรรมดา
- 3.ตัวกลาง
- 4.ตัวโป่ง

ตัวจั่ว คือตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 14-15 พอยท์ ปกติแล้วเราใช้สำหรับ Foot note เป็นส่วนใหญ่ คือข้ออธิบายเรื่องราวข้างบน แต่บางครั้งหนังสือพิมพ์ก็ใช้ตัวจั่วเป็นตัวเนื้อเรื่องเหมือนกัน ตัวธรรมดาเป็นตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 18-21 พอยท์ ใช้สำหรับเป็นตัวเรียงเนื้อเรื่องโดยเฉพาะตัวกลางมีขนาด 28 พอยท์ ตัวโป่ง มีขนาดโตกว่า 24 พอยท์ขึ้นไป เช่น โป่ง 32 โป่ง 36 โป่ง 40

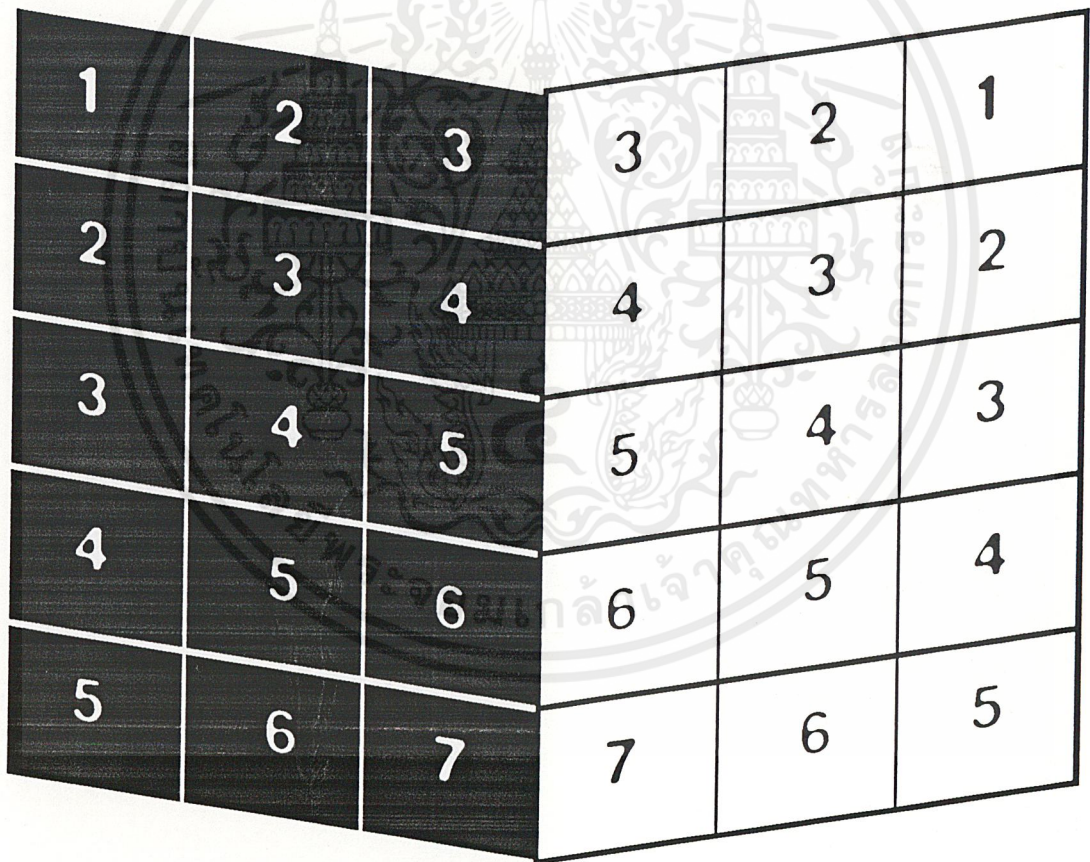
ความสนใจของผู้อ่านที่มีต่อหน้าซ้ายมือและขวามือ

ในตอนแรกของการออกแบบหนังสือหรือแมกกาซีน คนเรามีความรู้สึกว่าหน้าขวามือสำคัญกว่าเพราะเป็นหน้าที่อยู่บนปกหนังสือ เมื่อปิดปกและเมื่อเปิดอ่านทีละแผ่นแล้วสายตาจะตกลงบนหน้าขวามือก่อนเสมอไป จึงได้กำหนดให้หน้า 1 เป็นหน้าขวามือการออกแบบหนังสือในยุคแรก ๆ ได้ย้ำความสำคัญที่หน้าขวามือมากกว่าซ้ายมือ การขึ้นบทใหม่ ขึ้นเรื่องใหม่มักขึ้นที่หน้าขวามือ ภาพที่ดี การเล่นตัวหนังสือหัวเรื่องก็ดี เริ่มที่ขวามือทั้งสิ้นหน้าซ้ายมือโดยมากมักปล่อยแบบไปตามอัตโนมัติ คือเป็นหน้าที่มีเรื่องต่อจากหน้าขวามือก็เรียงเป็นคอลัมน์หรือเป็นหน้าต่อไป โดยมีได้ออกแบบอย่างไรเป็นพิเศษแต่ความรู้สึกอันนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากการศึกษาถึงลักษณะการอ่านหนังสือแมกกาซีนและหนังสือเล่ม เราทราบว่าในขณะหนึ่งผู้อ่านจะเห็นหน้าซ้ายมือและขวามือพร้อมกัน ทุก ๆ ช่วงตอนของการอ่านหนังสือ เมื่อเป็นดังนั้น นักออกแบบหนังสือในยุคหลัง ๆ ได้เกิดความคิดว่าสายตาจะตกที่ใดก่อนไม่สำคัญ แต่เมื่อในช่วงขณะหนึ่งผู้อ่านจะต้องเห็นหน้าซ้ายมือและขวามือ สองหน้าพร้อมกัน การออกแบบจึงได้ถือว่าหน้าทั้งสองหน้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยการเล่นตัวหัวเรื่องคาบเกี่ยวกันบ้าง ทำให้สองหน้านั้นผูกพันกันเป็นหน่วยเดียวกันเมื่อเป็นดังนี้ ลักษณะการเขียนหนังสือไทยเราเขียนจากซ้ายไปขวา ผู้อ่านก็จะต้องมาเริ่มต้นอ่านจากหน้าซ้ายมือการออกแบบก็ต้องมีจุดย่ำทางหน้าซ้ายมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ให้เด่นชัดขึ้น ความสำคัญของหน้าซ้ายมือก็มากขึ้น ในลักษณะของการออกแบบหนังสือใหม่ ๆ นี้หน้าซ้ายมือและหน้าขวามือจะมีความสำคัญพอ ๆ กัน หรือบางทีหน้าซ้ายมือจะมีความสำคัญและเรียกร้องความสนใจได้มากกว่าหน้าขวามือเสียอีกก็มี เมื่อทางหนังสือออกดูสองหน้าพร้อม ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นแมกกาซีน หนังสือพิมพ์หรือหนังสือเล่ม ผู้อ่านจะสนใจมุมของขอบบนด้านริมสุดมากกว่าที่แห่งอื่น แล้วความสนใจจะน้อยลงไปตามลำดับ ในเมื่อตำแหน่งของหน้าเลื่อนต่ำลงมาด้านล่างและความสนใจจะน้อยลงไปตามลำดับในเมื่อความสนใจค่อยเลื่อนไปตรงรอยพับตรงกลาง ถ้าจะเขียนเป็นภาพจะได้ดังนี้

ภาพแสดงความสนใจที่ผู้อ่านมีต่อหน้าซ้ายและขวาของหนังสือ



หน้าซ้ายมือ

หน้าซ้ายมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้ภาพประกอบในหนังสือ

การนำภาพมาใช้ในการจัดทำหนังสือมีจุดประสงค์ใหญ่อยู่ 2 ประการคือ

1. เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน เพราะผู้อ่านย่อมสนใจมองดูภาพมากกว่ามองดูตัวหนังสือโดยทั่วไป
2. เพื่ออธิบายเรื่องราว เพราะความคิดบางอัน การบรรยายด้วยตัวหนังสือแต่เพียงอย่างเดียว อาจเข้าใจได้ยาก แต่ถ้าหากได้มีภาพประกอบแล้ว ก็จะอธิบายให้เข้าใจได้ยาก แต่ถ้าหากได้มีภาพประกอบแล้ว ก็จะอธิบายให้เข้าใจความคิดและเรื่องราวได้ดียิ่งขึ้น

ระบบการพิมพ์แบบต่าง ๆ

วิธีพิมพ์แบบพื้นฐานมีอยู่ 5 วิธี

การจำลองต้นฉบับหนังสือหรือภาพออกเป็นจำนวนมาก ๆ ในลักษณะที่เรียกกันว่า การพิมพ์นั้น มีวิธีทำได้มากมายหลายวิธีแต่อาจรวมแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 5 ประเภท คือ

1. การพิมพ์จากแม่พิมพ์นูน (Letter Press Printing หรือ Relief printing)

การพิมพ์วิธีนี้ แม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์ส่วนที่พิมพ์จะนูนออกมา ส่วนที่ไม่ใช้พิมพ์จะลดต่ำลงไป เมื่อเอาหมึกทาบนแม่พิมพ์ หมึกจะเกาะติดกระดาษเฉพาะส่วนที่นูนสูงขึ้นมาเท่านั้น เมื่อใช้แรงกด กดกระดาษลงบนแม่พิมพ์ หมึกจะเกาะติดกระดาษเป็นสิ่งที่พิมพ์ตามที่ต้องการการพิมพ์วิธีนี้จะให้คุณภาพทางการพิมพ์ดีมากสำหรับตัวหนังสือและภาพลายเส้น และมีคุณภาพดีสำหรับภาพลายสกรีนและภาพสีธรรมชาติ การพิมพ์วิธีนี้ใช้พิมพ์งานตั้งแต่งานเล็ก เช่น นามบัตร บัตรเชิญ การ์ด โบว์เสร็จ โบป्लीว หนังสือยก หนังสือเล่ม และหนังสือพิมพ์นอกจากพิมพ์บนกระดาษแล้วอาจพิมพ์บนผ้า บนพลาสติกก็ได้ด้วย ปริมาณการพิมพ์อาจเป็นจำนวน สิบ ร้อย พัน หมื่น เป็นแสนและหลาย ๆ แสน

2. การพิมพ์จากแม่พิมพ์พื้นแบน (Planographic Printing)

การพิมพ์วิธีนี้ แม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์จะเป็นพื้นแบน โดยอาศัยปฏิกิริยาทางเคมีทำให้ส่วนที่ต้องการรับหมึก ส่วนที่ไม่ต้องการพิมพ์ไม่รับหมึก เมื่อเอาหมึกทาบนแม่พิมพ์หมึกจะเกาะติดอยู่เฉพาะส่วนที่ต้องการพิมพ์เท่านั้น และเมื่อเอาแรงกด กดกระดาษลงบนแม่พิมพ์หมึกก็จะเกาะติดกระดาษขึ้นไป ก็จะได้สิ่งพิมพ์ตามต้องการ การพิมพ์วิธีนี้จะให้คุณภาพทางการพิมพ์ดีสำหรับตัวหนังสือและภาพลายเส้น และดีมากสำหรับภาพลายสกรีน และภาพสีธรรมชาติ การพิมพ์วิธีนี้ ใช้พิมพ์ ใช้พิมพ์ใบโฆษณา โปสเตอร์ แผนที่ หนังสือเล่ม หนังสือยก หนังสือแมกกาซีน นอกจากพิมพ์บนกระดาษแล้วยังใช้พิมพ์บนผ้าบนสังกะสี ผ้าลายดอกต่าง ๆ กล่องไล่สินค้าที่เป็นสังกะสีก็มักใช้พิมพ์ด้วยวิธีนี้ ปริมาณการพิมพ์มักจะมีพิมพ์ จากจำนวนหลาย ๆ พัน เป็นหมื่น เป็นแสน เป็นหลาย ๆ แสน

3. การพิมพ์จากแม่พิมพ์ที่เป็นร่องลึก (Gravure หรือ Intaglio)

การพิมพ์วิธีนี้ ส่วนที่ต้องการพิมพ์จะถูกแกะเป็นร่องลึกลงไปบนแม่พิมพ์ เมื่อจะพิมพ์เอาหมึกทาบนแม่พิมพ์ หมึกจะมีลักษณะค่อนข้างเหลว จะฝังตัวอยู่ในร่องที่แกะไว้ในแม่พิมพ์แล้วก็เช็ดหมึกที่ติดอยู่บนผิวหน้าแม่พิมพ์ออกให้หมดให้เหลือไว้แต่เฉพาะหมึกที่อยู่ในร่องบนแม่พิมพ์แล้วใช้แรงกดกระดาษลงบนแม่พิมพ์ หมึกนี้จะเกาะติดกระดาษขึ้นไป ก็จะได้สิ่งพิมพ์ตามที่ต้องการ การพิมพ์วิธีนี้ให้คุณภาพทางการพิมพ์ดีเยี่ยมทั้งตัวหนังสือ ภาพลายเส้น ภาพลายสกรีน และภาพสีธรรมชาติ การปลอมแปลงก็ทำได้ยาก การพิมพ์เอกสารสำคัญ เช่น ธนบัตร แสตมป์ พันธบัตร ใช้พิมพ์ของที่ต้องการคุณภาพสูง เช่น การจำลองภาพเขียนของช่างเขียนที่มีชื่อเสียง และใช้พิมพ์สิ่งที่พิมพ์เป็นปริมาณมาก ๆ นอกจากพิมพ์บนกระดาษแล้วยังใช้พิมพ์บนผ้าบนพลาสติกได้อีกด้วยปริมาณการพิมพ์มักใช้พิมพ์ของที่มีปริมาณมาก ๆ เป็นหลาย ๆ หมื่น เป็นแสนเป็นล้าน หลาย ๆ ล้าน หรือของที่ต้องการคุณภาพสูงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การพิมพ์จากแม่พิมพ์ลายฉลุ (Stencil)

การพิมพ์วิธีนี้ใช้แผ่นพิมพ์เป็นแผ่นบาง ๆ ที่ทึบหมึกผ่านไม่ได้ โดยการฉลุรูปรอยต่าง ๆ ที่พิมพ์ลงบนแผ่นแม่พิมพ์ให้ทะลุเพื่อให้หมึกผ่านได้ เมื่อจะพิมพ์ก็เอาแผ่นพิมพ์นี้ ไปทาบบนกระดาษ หรือวัตถุที่จะพิมพ์ แล้วเอาหมึกทาบนแผ่นแม่พิมพ์ หมึกก็จะซึมผ่านรอยฉลุลงไปเกาะติดกระดาษ เราจะได้สิ่งพิมพ์ตามที่ต้องการ

การพิมพ์วิธีนี้ให้คุณภาพทางการพิมพ์ค่อนข้างดีสำหรับตัวหนังสือ ภาพลายเส้น และภาพลายสกรีน ภาพสีธรรมชาติอยู่ในเกณฑ์พอใช้แต่ก็ต้องเบี่ยงภาพง่าย ๆ ภาพลายสกรีนหรือภาพสีธรรมชาติที่ยาก ๆ จะพิมพ์โดยวิธีนี้ไม่ได้ การพิมพ์วิธีนี้ใช้สำหรับการพิมพ์โปสเตอร์ แผ่นโฆษณา ใบปลิว เป็นต้น นอกจากใช้พิมพ์กระดาษแล้ว อาจใช้พิมพ์บนผ้า เช่นการพิมพ์ผ้าปาเต๊ะใช้พิมพ์โดยวิธีนี้ อาจพิมพ์บนสังกะสี บนไม้ บนแก้ว เช่นขวดแก้วน้ำอัดลมโดยทั่วไปใช้พิมพ์ด้วยวิธีนี้ และอาจพิมพ์บนพลาสติกได้ด้วย ปริมาณการพิมพ์ ใช้สำหรับปริมาณเป็นสิบ เป็นร้อย เป็นพัน และหลาย ๆ พัน

5. การพิมพ์ด้วยแสง (Photographic Printing)

การพิมพ์วิธีนี้เป็นแบบเดียวกับการอัดรูป ไม่ใช่ใช้หมึกพิมพ์ แม่พิมพ์เป็นแผ่นฟิล์ม negative เอาตั้งวางทับลงบนกระดาษหรือวัตถุที่จะพิมพ์ซึ่งเคลือบด้วยน้ำยาไวแสง แล้วเปิดแสงส่องอัดภาพลงบนวัตถุที่เคลือบน้ำยาไวแสงนั้น แล้วนำกระดาษหรือวัตถุที่พิมพ์ไปล้างในน้ำยาเคมี ก็จะได้ภาพตามที่ต้องการจะพิมพ์ การพิมพ์วิธีนี้ มักใช้พิมพ์งานที่มีปริมาณไม่มาก และต้องการคุณภาพสูง ปริมาณการพิมพ์ตั้งแต่สองสามชิ้นขึ้นไป ถ้าเป็นปริมาณมาก ๆ ขึ้นไปแล้ว มักใช้การพิมพ์วิธีอื่นดีกว่า

ข้อมูลเกี่ยวกับกระดาษ

กระดาษที่ใช้สำหรับงานพิมพ์ มีคุณสมบัติต่าง ๆ กันออกไปตามลักษณะการใช้งาน เช่น

กระดาษปรู๊ฟ เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ป่น มีราคาถูก คุณภาพต่ำ เก็บไว้ได้ไม่นาน ใช้สำหรับหนังสือราคาถูกหรือหนังสือพิมพ์

กระดาษปอนด์ เป็นกระดาษคุณภาพสูง ฟอกเนื้อกระดาษให้ขาวเป็นพิเศษ เป็นกระดาษใช้พิมพ์งานที่มีคุณค่า เช่นประกาศนียบัตร

กระดาษฟอกขาวหรือกระดาษปอนด์ เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมีฟอกให้ขาว ผลิตเป็นกระดาษเพื่อใช้หรือพิมพ์ ใช้ทำสมุด และพิมพ์หนังสือโดยทั่วไป

กระดาษแอร์เมล เป็นกระดาษที่ทำด้วยเยื่อเคมี แต่ทำให้เป็นแผ่นบาง เพื่อใช้เป็นกระดาษเขียนจดหมายส่งทางอากาศให้มีน้ำหนักน้อย

กระดาษสีน้ำตาลทอของ ทำจากเยื่อซัลเฟต มีสีน้ำตาลมีความเหนียวมาก ใช้ทำเป็นกระดาษทอของ ทำถุงบรรจุสินค้าต่าง ๆ

กระดาษขับ ทำจากเยื่อไม้โซดายึดตัวกับหลวม ๆ เพื่อให้หมึกติดง่าย

กระดาษวาดเขียน เป็นกระดาษปอนด์ขาว แต่ให้มีเนื้อกระดาษรับสีได้ง่าย และมีผิวเหมาะกับการระบายสี ดูดสี ได้โดยง่าย

กระดาษอาร์ต เป็นกระดาษที่ได้มีการเคลือบผิวหน้าให้มีผิวเรียบมัน เพื่อใช้ในการพิมพ์ภาพ

กระดาษกลอง ด้านหน้ามีลักษณะเป็นกระดาษปอนด์ แต่ด้านหลังทำด้วยเยื่อไม้ป่น หรือไม่ก็ทำด้วยเยื่อกระดาษเก่า มีสีคล้ำ

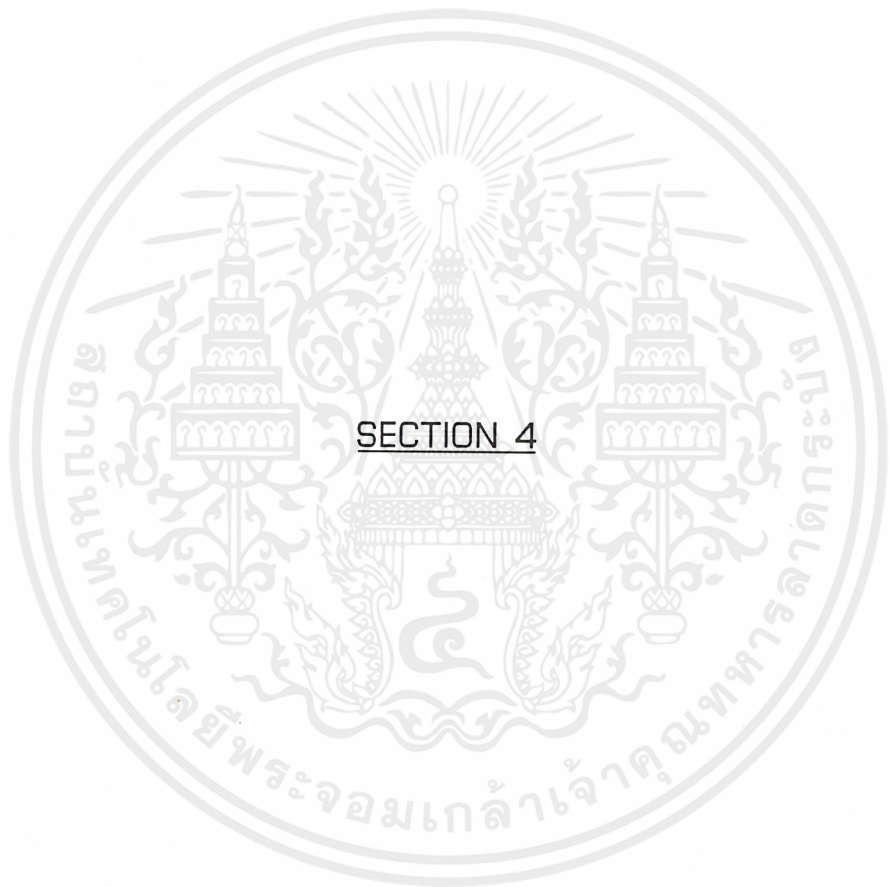
ขนาดของกระดาษ

ขนาดของกระดาษที่ได้มาตรฐานของไทยที่นิยมผลิตออกสู่ท้องตลาดมีอยู่ 2 ขนาด

1. ขนาด 31" คูณ 43"
2. ขนาด 24" คูณ 35"

ในการออกแบบงานในการพิมพ์ ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดของกระดาษด้วย ผู้ออกแบบควรใช้เนื้อที่ของกระดาษให้เป็นประโยชน์และลงตัวมากที่สุด อย่าพยายามให้เหลือเศษมาก เพราะเศษเหล่านี้ถ้ารวมกันเข้ามาก ๆ จะเป็นกระดาษที่เสียไปจำนวนไม่น้อย ซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECTION 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SECTION 4

การวิเคราะห์ข้อมูล (การออกแบบ)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้ไปศึกษาค้นคว้ามา สามารถสรุปผลและกำหนดแนวทางและ CONCEPT สำหรับการออกแบบงานได้ดังต่อไปนี้

CONCEPT ของงาน

การที่นักออกแบบสามารถถ่ายทอดความคิดต่าง ๆ ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาให้กลายเป็นความจริงได้นั้น จำเป็นต้องใช้สื่อที่จะถ่ายทอดสิ่งที่ตนเองคิดให้ออกมาโดยตรงตามที่วาดฝันไว้ และสื่อหนึ่งที่มีมักจะถูกใช้ถ่ายทอดความคิดมากที่สุดก็คือดินสอ ซึ่ง DESIGNER ส่วนใหญ่ก็มักจะถ่ายทอดความคิดของตนด้วยดินสอ ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นในการที่จะเป็นแนวความคิดก่อนที่งานนั้น ๆ จะได้รับการพัฒนาเพื่อให้เป็นงานที่สมบูรณ์ต่อไป และเรียกการทำงานขั้นตอนนี้ว่า "SKETCH DESIGN" ซึ่งงานที่ดีมากมายก็มักจะเริ่มต้นจากปลายดินสอแท่งเล็ก ๆ ที่เราใช้กันอยู่นั่นเอง ยิ่งความยาวของดินสอได้ถูกเหลาให้สั้นลงมากเท่าไร เชื่อได้ว่ามีความคิดมากมายได้ถูกถ่ายทอดออกมาเช่นกัน

ดังนั้น CONCEPT ของงานนี้ ได้นำเอาดินสอสั้น ๆ ที่ถูกใช้งานแล้วมาเป็นสัญลักษณ์แทนความคิด (IDEA) ที่ถูกใช้ ซึ่งงานที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้เชื่อว่า DESIGNER เหล่านั้นต่างต้องใช้ความคิดมากมายกว่าจะเป็นงานที่ดีเยี่ยมเหมาะสมกับการได้รับรางวัลในครั้งนี้

จากการได้ศึกษาข้อมูลการจัดงานทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่าการจัดงานแต่ละครั้งนั้นจะมีการตั้งชื่อ CONCEPT งานที่เหมาะสมกับการจัดงานในคราวนั้น ๆ และมักจะเป็นชื่อหลักที่ใช้สำหรับการนำไปประชาสัมพันธ์งาน และจะมีชื่องานจริง ๆ เป็นตัวบอกกว่างานนั้นคืองานอะไร

ตัวอย่างเช่น

การประชุมซีเอ็มโปเซียมแพทย์ของประเทศอเมริกา

- ชื่อการจัดงาน ROCHE RESEARCH (ROCHE เป็นชื่อของบริษัทผู้จัดงาน)
- ชื่อ CONCEPT งาน ONE OF A KIND

ซึ่งการออกแบบ DESIGNER ได้ใช้ CONCEPT งานมาเป็น GIMMICK ในการออกแบบและจะเปลี่ยน CONCEPT งานในทุกปีที่จัด

จากตัวอย่างดังกล่าว สามารถนำมาเป็นแนวทางในการสรุปลักษณะการจัดงานได้ดังนี้

- ชื่อการจัดงาน ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS
- ชื่อ CONCEPT งาน THE BEST ONE

ซึ่งชื่อ CONCEPT งานนั้นได้แนวความคิดมาจาก

1. ลักษณะของการมอบรางวัลที่มีเพียงรางวัลเดียวสำหรับผู้ชนะเลิศ
2. ลักษณะของงานที่ได้รับการยกย่องว่ายอดเยี่ยมที่สุดในแต่ละประเภท
3. ลักษณะของการจัดงานครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่มีการจัดงานประกวดงาน GRAPHIC DESIGN ในภูมิภาคแห่งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบตราสัญลักษณ์ของการจัดงาน (LOGO)

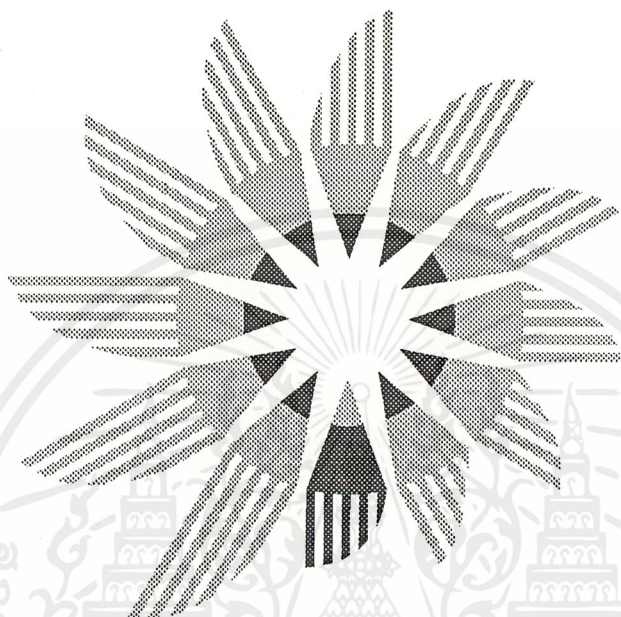
เนื่องจากการจัดงานในแต่ละครั้ง LOGO ของงานเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถบอกงานนั้นมีลักษณะเป็นเช่นไร งานระดับไหน ประเภทใด ดังนั้น การออกแบบ LOGO จึงถือว่าเป็นตัวแทนบอกถึงงานเหล่านั้นเลยทีเดียว การออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสม ความสวยงาม และความหมายที่แสดงถึงการจัดงานนั้น ๆ อยู่ด้วย ตัวอย่างของงาน LOGO ของการจัดงาน ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นงาน CORPORATE สำหรับการจัดงานที่ดีมากหลาย ๆ งาน เช่น LOGO ของกีฬาโอลิมปิก, การแข่งขันฟุตบอลโลก, งานเอ็กซ์โป เป็นต้น อันเป็นตัวอย่างงานที่ดีที่จะสามารถนำมาเป็นต้นแบบในการศึกษาและเปรียบเทียบเพื่อนำผลที่ได้มาสรุปผล เพื่อที่จะนำเอาแนวทางที่ได้มาจัดงานในโครงการวิทยานิพนธ์นี้

สรุปแนวทางในการออกแบบ LOGO ได้ดังนี้

1. LOGO ต้องแสดงถึงความเป็น ASIA และสื่อให้เห็นถึงความเป็นตะวันออก
2. LOGO ต้องแสดงถึงความสนุกสนานตื่นเต้น การแข่งขัน การประกวด การเปรียบเทียบ และมีบรรยากาศของการจัดงาน แต่ต้องไม่หวือหวาจนขาดความน่าเชื่อถือ
3. LOGO ต้องสื่อให้เห็นถึงความเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับงานกราฟฟิค ซึ่งเป็นลักษณะของการจัดงานในครั้งนี้
4. LOGO ต้องสื่อความหมายชัดเจนตาม CONCEPT ที่ตั้งไว้
5. LOGO ต้องมีความสากลที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีสมบูรณ์ที่สุดทั้งรูปแบบและความหมาย



ตราสัญลักษณ์ที่เลือกใช้นี้ สามารถสื่อถึงความหมายดังต่อไปนี้

1. FORM มีลักษณะเป็นงาน DOUBLE MEANING (ภาพสองนัย) ซึ่งจะมีอยู่ 2 FORM รวมอยู่ด้วยกัน

1.1 FORM ดินสอ

มีลักษณะเป็นงาน GRAPHIC โดยแทนการถ่ายทอดความคิดของ GRAPHIC DESIGNER ดินสอจะมีขนาดสั้นลงและมีทิศทางเข้าสู่ศูนย์กลาง อันสอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า ดินสอที่สั้นลงนั้นจะสามารถบ่งบอกเรื่องราวและความคิดของผู้ใช้ และมันจะสั้นลงเรื่อย ๆ ตามการใช้งาน ซึ่งในที่นี้หมายถึงการถ่ายทอดความคิดของ DESIGNER นั่นเอง

1.2 FORM ของดวงอาทิตย์

ซึ่งแทนความเป็นเอเชียและตะวันออก

FORM โดยรวมจะมีทิศทางสู่ศูนย์กลาง แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการเข้าหาจุดสูงสุดของงาน (จุดศูนย์กลาง) นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สี ที่ใช้มีสองสี คือ สีแดง (เลือดนกก) และสีเหลืองทอง

2.1 สีแดง (เลือดนกก รหัสสี Y 100-M 100-C 20-BL 50)

ให้ความรู้สึกถึงความสุข ความอบอุ่น มั่งคั่งสมบูรณ์ ความสวยงาม ความหนักแน่น แทนความหมายถึงผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศและผลงานชนะเลิศประเภทต่าง ๆ

2.2 สีเหลืองทอง (รหัสสี Y 50-M 20-C 20)

ให้ความรู้สึกถึงความร้อนแรง ตื่นเต้น ตีใจ อำนาจ แทนความหมายถึง ดวงอาทิตย์ ตะวันออก ความตื่นเต้นและการจัดงาน

ทั้งสองสีเป็นสีที่นำมาจากจิตรกรรมฝาผนังของไทยโบราณที่มักจะใช้ทั้งสองสีนี้เสมอในการเขียนภาพเล่าเรื่องราว ดังนั้นข้าพเจ้าจึงได้นำเอาสีทั้งสองมาใช้ออกแบบครั้งนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือก TYPE สำหรับ LOGO

ตัว TYPE ที่เหมาะสมกับ LOGO ที่ออกแบบไว้แล้วนั้น ควรจะเป็นตัว TYPE ที่มีลักษณะที่ไม่แข็งจนเกินไป เนื่องจาก LOGO เป็น FORM ที่มีลักษณะแข็ง ดังนั้นการเลือก TYPE ที่มีลักษณะ FREE FORM ก็จะช่วยให้ลักษณะของ LOGO นั้นมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะมีการผสมผสานกันระหว่างความแข็งและความอ่อน ซึ่งเป็นไปตามหลักของการออกแบบ (CONTRAST & HARMONY) ทำให้ LOGO มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ตัว TYPE ของ CONCEPT การจัดงานได้เลือก TYPE ตระกูล REACTOR ซึ่งจะมีลักษณะเป็น FREE FORM และลักษณะคล้ายกับการเขียนด้วยดินสอ (ที่ยังไม่ได้เหลา) ซึ่งตรงกับแนวความคิดที่ตั้งไว้ จึงได้เลือก TYPE นี้มาใช้กับ CONCEPT ของการจัดงาน



นอกจากรูปฟอร์มแล้ว สีที่ใช้กับตัว TYPE นี้ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้การรวมกันระหว่าง TYPE กับ LOGO เป็นไปได้อย่างกลมกลืน สีที่ใช้จึงเป็นสีเดียวกับ LOGO คือ สีเหลืองทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัว TYPE ของชื่อการจัดงานได้เลือก TYPE ตระกูล BLUR LIGHT มีลักษณะเป็นกึ่ง FREE FORM เพราะ TYPE ตระกูลนี้ จะมีลักษณะ อ่อนนุ่มแต่ยังคงลักษณะ FORM ของตัว TYPE อย่างเด่นชัด ยังคงอ่านง่าย และนำมาจัดเป็นคำเรียงได้โดยเข้าชุดกัน สีที่ใช้กับตัว TYPE นี้ ได้นำเอาสีมาจาก LOGO เพื่อให้เข้าชุดกัน สีที่ใช้คือ สีแดง (เลือดนก)



ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS 36 POINT

ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS 27 POINT

ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS 20 POINT

ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS 15 POINT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรวมกันระหว่างตราสัญลักษณ์ (LOGO) กับแบบตัวอักษร (TYPE FACE)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรวมกันระหว่างตราสัญลักษณ์ (LOGO) กับแบบตัวอักษร (TYPE FACE) โดยแทนคำสี่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ STATIONERY

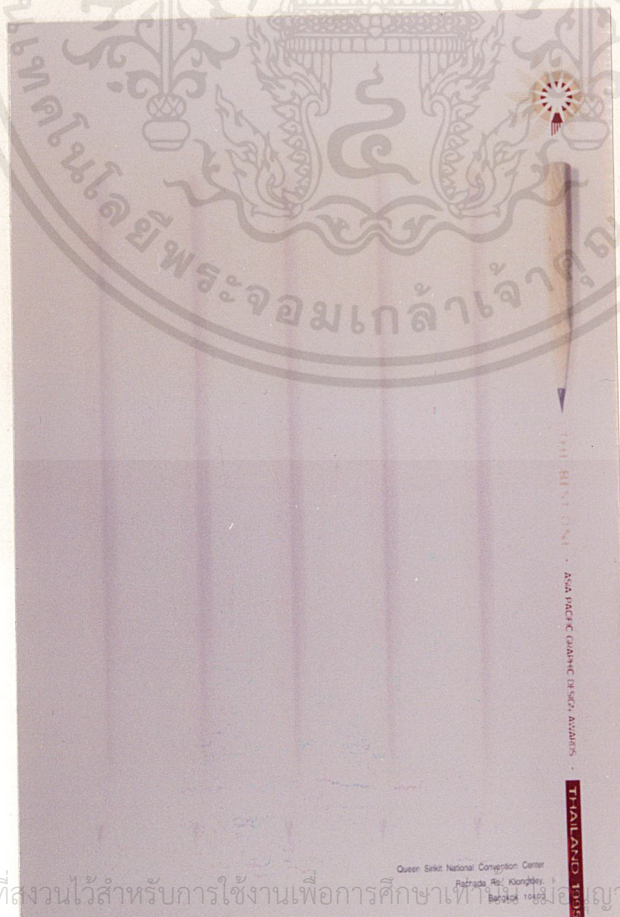
STATIONERY เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ CORPORATE IDENTITY เพื่อจะดูถึงความเหมาะสมของ LOGO ในอันที่จะสื่อสารหรือแสดงถึงบริษัทหรืองานนั้น ให้เห็นเด่นชัด. การจัดการกราฟิค STATIONERY ควรดูเรียบง่าย ไม่รบกวนข้อความที่จะต้องใส่ลงไป และยังคงมีความสวยงาม มีความน่าสนใจและดึงดูดการออกแบบจึงนำเอา CONCEPT ของงานมาออกแบบให้มี RELEVANT กับงานชุดอื่น อีกทั้งยังต้องเป็นไปตามหลักการออกแบบ STATIONERY ที่ติดตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

กำหนดขอบเขตของการออกแบบตาม CONCEPT งานได้ดังนี้

1. ต้องมี LOGO ชัดเจน
2. ต้องมีชื่อ CONCEPT งาน ชื่องาน และชื่อสถานที่จัดงานอย่างเด่นชัด
3. ต้อง RELEVANT กับงานชุดอื่น ๆ
4. ต้องมีความสวยงาม แปลกตา และน่าสนใจ

กระดาษเขียนจดหมาย

มีขนาด 21X30 ซม. พิมพ์บนกระดาษ CONQUEROR ขนาด 100 แกรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น กรุณาอย่านำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซองจดหมาย

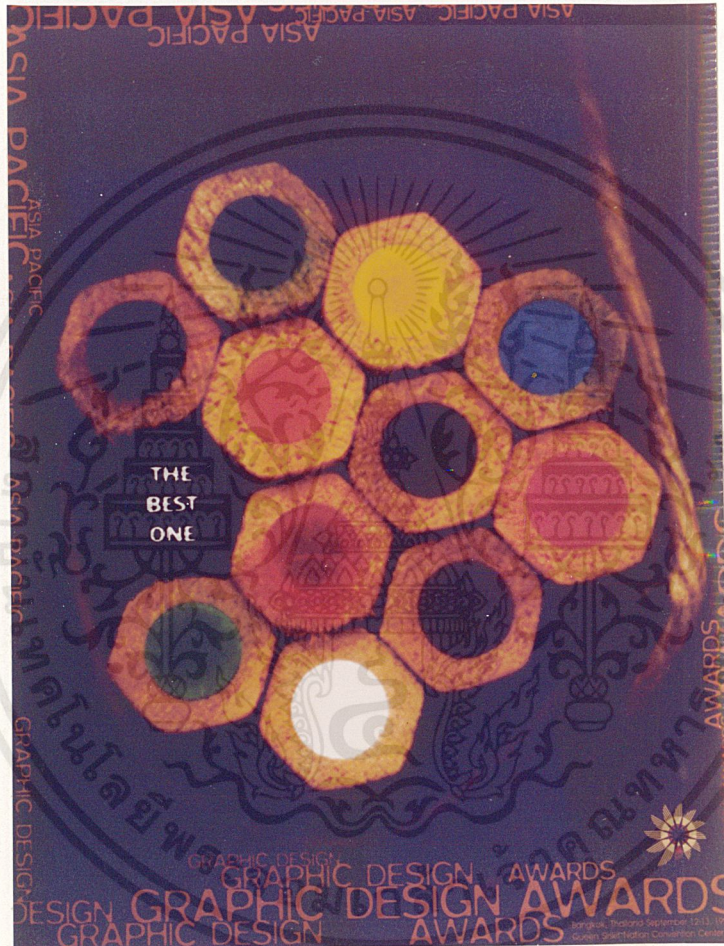
จะมีลักษณะเช่นเดียวกับกระดาษเขียนจดหมาย มีขนาด 11.5X23.5 ซม. พิมพ์บนกระดาษ CONQUEROR ขนาด 120 แกรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ POSTER

POSTER เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ CORPORATE IDENTITY จะเป็นการนำเอา CONCEPT ของงานมาเป็นตัวบอกรื่องราว โนโปสเตอร์ งานที่ออกมาจะเป็นภาพดินสอสีกลมมั่วรวมกันอยู่ แต่มีอยู่แท่งหนึ่งที่ถูกต้องไปใช้ นั่นคือดินสอแท่งนั้นจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป เพราะดินสอที่ถูกถ่ายทอดความคิดนั้นถือว่ามีความหมายมากกว่าดินสอที่ไม่ได้ใช้



จากภาพสามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้

1. ภาพดินสอกลมมั่วรวมกัน หมายถึง การที่ทุกคนมั่วความคิดอยู่ในหัว แต่ถ้ามันไม่ได้รับการปลดปล่อยหรือถ่ายทอดออกมา มันก็จะไม่มีประโยชน์ งานดี ๆ ก็จะไม่เกิด
2. ภาพของดินสอที่ถูกใช้ หมายถึง สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุด เนื่องจากว่ามันได้ถูกนำมาใช้งาน ใช้สื่อความหมายแทนที่ IDEA จะได้รับการถ่ายทอดแล้วงานดี ๆ ก็จะเกิดขึ้นมา บริเวณที่ดินสอแท่งนี้ถูกต้องไปใช้ จะมี COPY เขียนว่า THE BEST ONE ซึ่งเป็นชื่อของ CONCEPT การจัดงานนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ บัตรเชิญ

เนื่องจากงาน ASIA PACIFIC GRAPHIC DESIGN AWARDS เป็นงานกราฟิกดีสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ทำงานทางด้านนี้ ดังนั้น การออกแบบบัตรเชิญจึงควรที่จะมีอะไรที่น่าสนใจที่จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นให้หันมาสนใจ

ขอบเขตของงาน DESIGN

1. ควรจะมีความหลากหลาย มีสีสัน และต้องสื่อความหมายตาม CONCEPT งานอย่างชัดเจน แต่ต้องไม่ทื่อหวางจนขาดความน่าเชื่อถือ

2. ต้องมีความน่าสนใจและแตกต่างไปจากบัตรเชิญทั่วไป

3. ต้องคำนึงถึงฟังก์ชันในการใช้รวมถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง

เมื่อได้แนวทางในการออกแบบทั้งสามข้อนี้แล้ว ก็ให้นำเอา CONCEPT ของงานมา DESIGN ให้สัมพันธ์กับแนวทางของงานที่ได้ตั้งไว้

รูปแบบของงาน

จะเป็นบัตรเชิญขนาด 11X23 ซม. มีลักษณะที่เป็นบัตรเชิญรูปเล่มเล็ก ๆ สามารถใช้ร่วมกับ STATIONERY ที่ออกแบบไว้ได้ สามารถใส่ลงในซองจดหมายและส่ง MAIL ไปได้เลย

รายละเอียดข้างในบัตรเชิญมีดังนี้

1. บอกวัตถุประสงค์ของการจัดงาน
2. บอกรายละเอียดของงาน กำหนดการต่าง ๆ
3. เป็นไปรษณียบัตรสำหรับตอบกลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประกอบต่าง ๆ ของบัตรเชิญ

1. ปก

จะเน้นความเรียบง่าย แต่มี GIMMICK เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ จะมี COPY ว่า LIBERATE YOUR IDEA! ซึ่งมีความหมายว่า ถ้าไม่ดึงดินสอออกก็จะเปิดบัตรเชิญไม่ได้ (ดินสอแทน IDEA ที่ถูกใช้)

ปกหน้าและปกหลัง



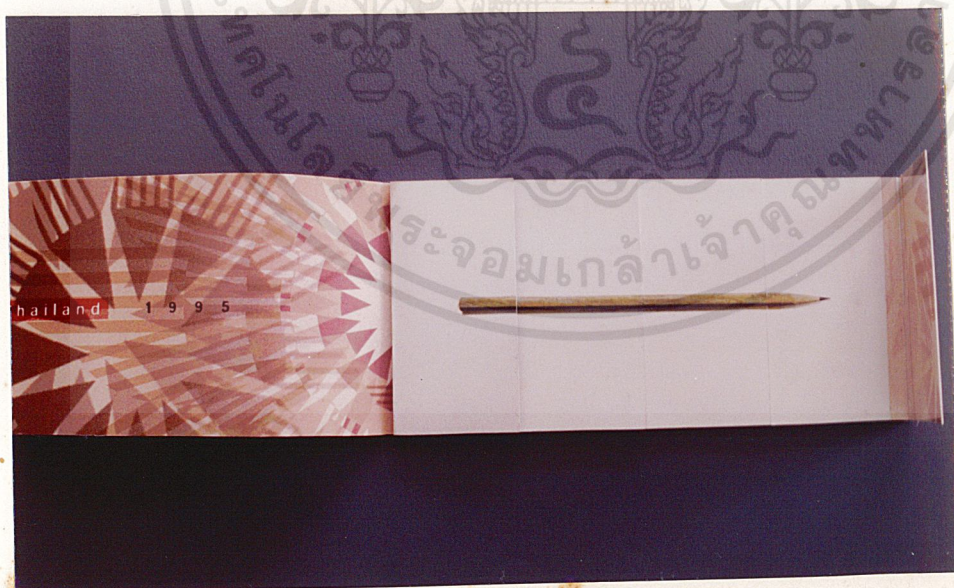
ปกหน้าและปกหลัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปกใน

จะ CONTRAST กับปกเพื่อให้งานดูมีจังหวะในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ส่วนที่เป็นรายละเอียดของงาน

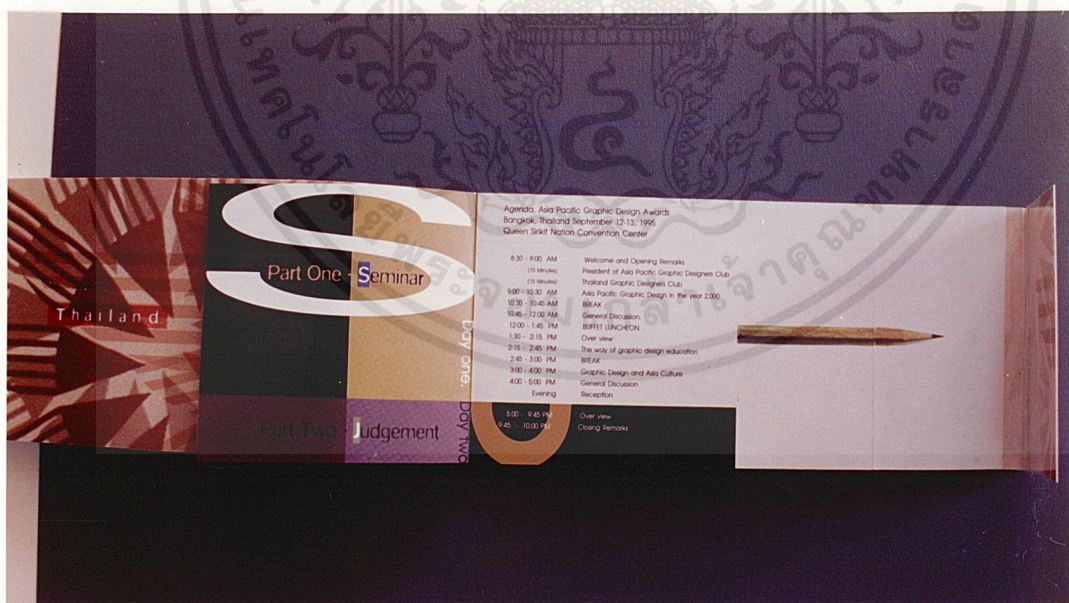
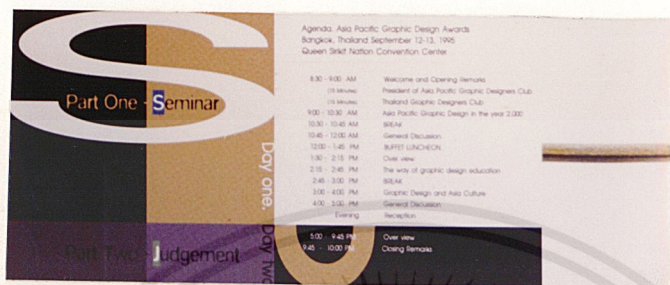
จะมีด้วยกันทั้งหมด 4 ส่วน โนแต่ละส่วนจะมีรายละเอียดของงานดังที่กล่าวมาแล้ว เมื่อยังไม่เปิดภาพของทุกส่วนจะรวมกันเป็นดินสอด่างยาว 1 แท่ง และเมื่อเปิดทีละหน้า ดินสอด่างจะมีขนาดสั้นลงเรื่อยๆ

ส่วนที่ 1 จะเป็นหน้า MESSAGE บอกจุดประสงค์ของการจัดงาน



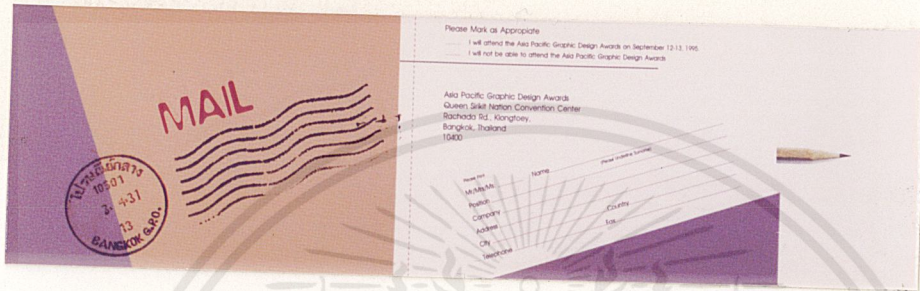
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 จะเป็นหน้ากำหนดการของงาน



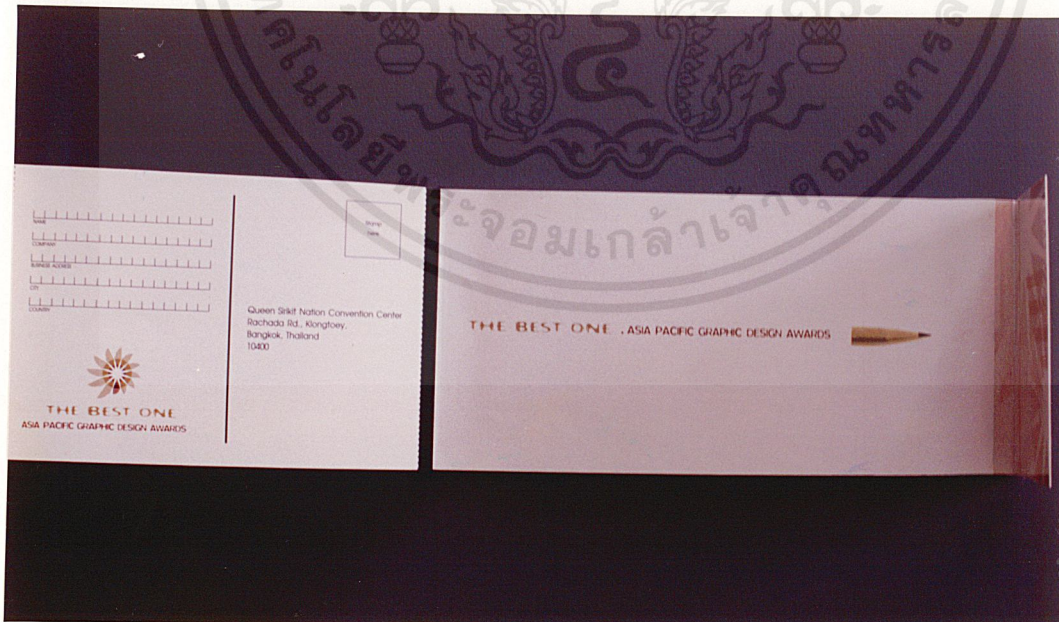
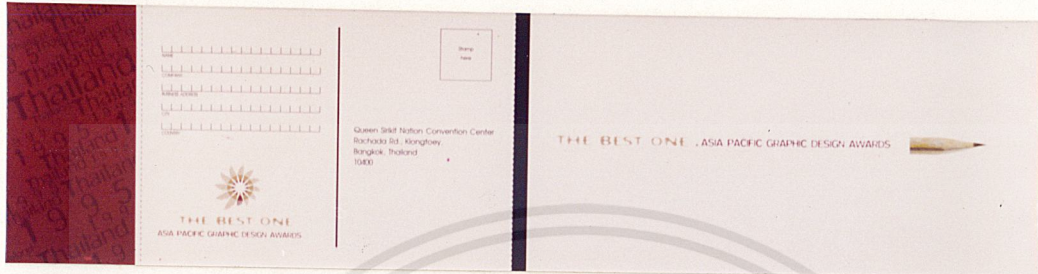
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 จะเป็นหน้าไปรษณียบัตรที่ให้ออกกลับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 จะเป็นการย้ายซองงานอีกครั้ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ สื่อบัตร

สื่อบัตรเป็นอีกหนึ่งงานที่ต้องมีการออกแบบให้ประทับใจแก่คนที่ได้รับ เพราะสื่อบัตรเปรียบเสมือนหน้าตาของงานเลยทีเดียว ทั้งระบบการพิมพ์ การเลือกกระดาษ และการออกแบบมีส่วนอย่างมากในการทำให้งานออกมาได้สมบูรณ์ที่สุด

ขอบเขตของงาน DESIGN

1. ควรจะมีความหลากหลาย มีสีสัน และต้องสื่อความหมายตาม CONCEPT งานอย่างชัดเจน
2. ต้องมีความน่าสนใจ
3. ต้องคำนึงถึงฟังก์ชันในการใช้รวมถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง

เมื่อได้แนวทางในการออกแบบทั้งสามข้อนี้แล้ว ก็จะนำเอา CONCEPT ของงานมา DESIGN ให้สัมพันธ์กับแนวทางของงานที่ได้ตั้งไว้

รูปแบบของงาน

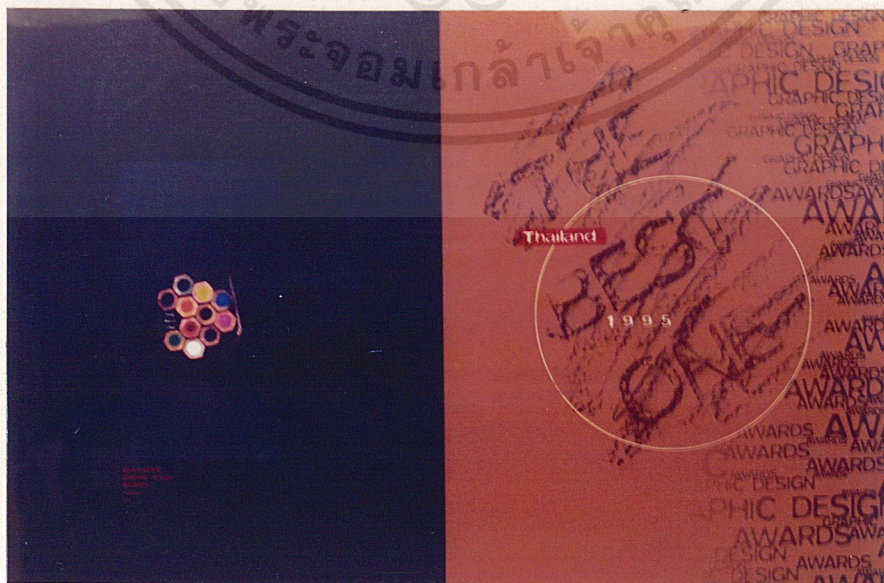
จะเป็นสื่อบัตรขนาด 8.5X11.25 นิ้ว

รายละเอียดข้างในสื่อบัตรมีดังนี้

1. บอกวัตถุประสงค์ของการจัดงาน
2. บอกรายละเอียดของผู้ที่ได้รับรางวัลและงานที่เข้ารอบ
3. บอกถึงรายละเอียดของ ACKNOELAGEMENT, DESIGN LISINGS ฯลฯ

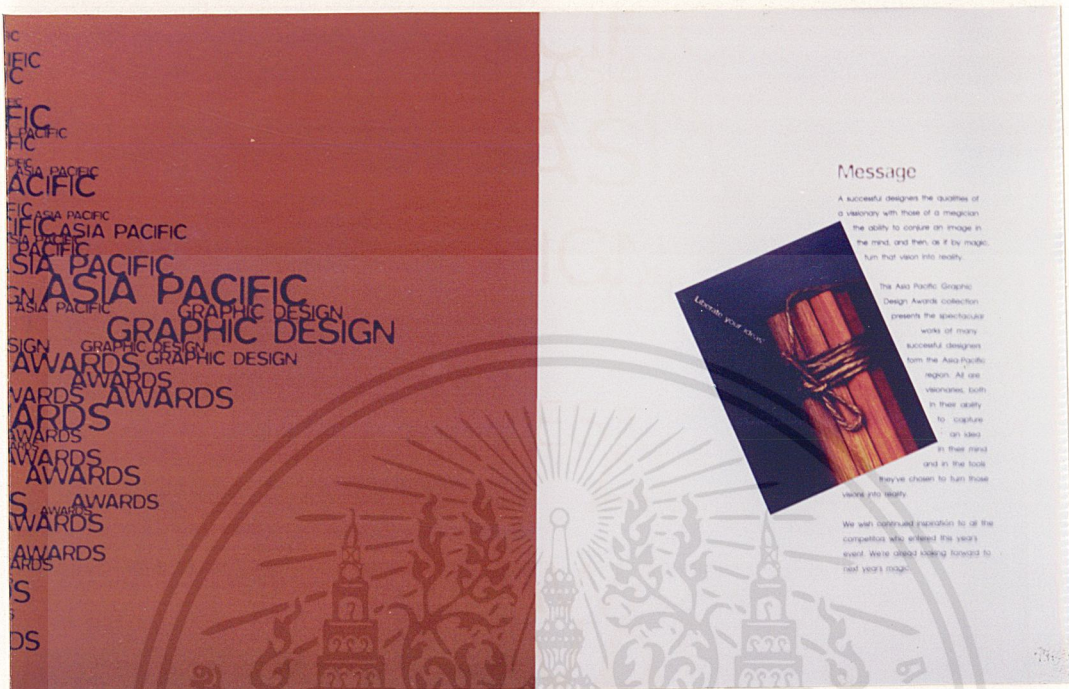
ส่วนประกอบต่าง ๆ ของบัตรเชิญ

1. ปก

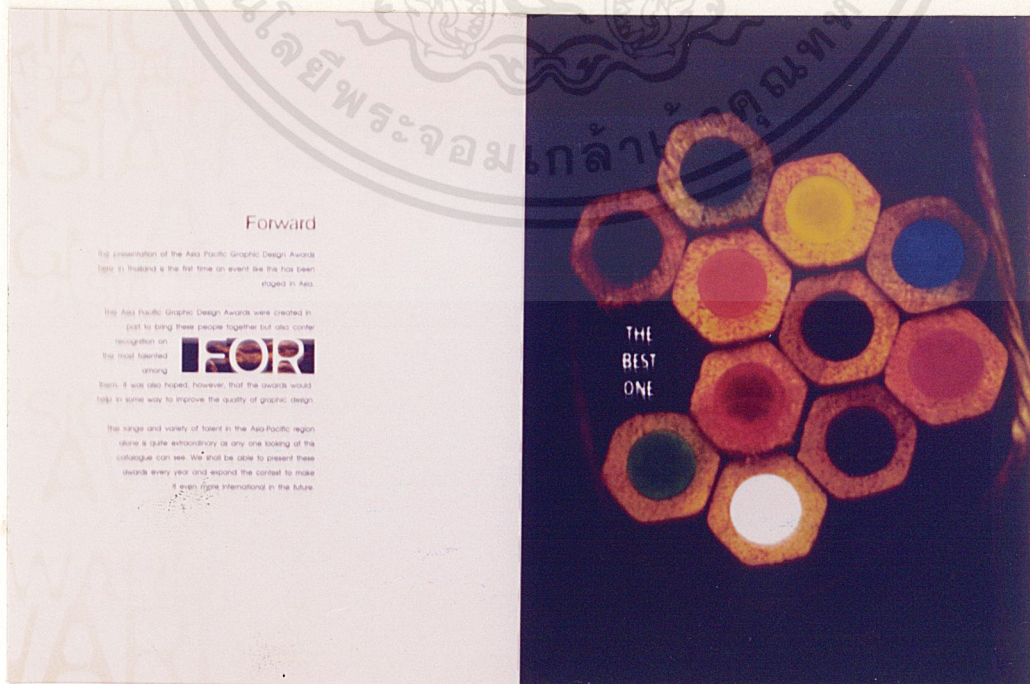


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปกใน-หน้า MESSAGE



3. ปกใน-หน้า FORWARD

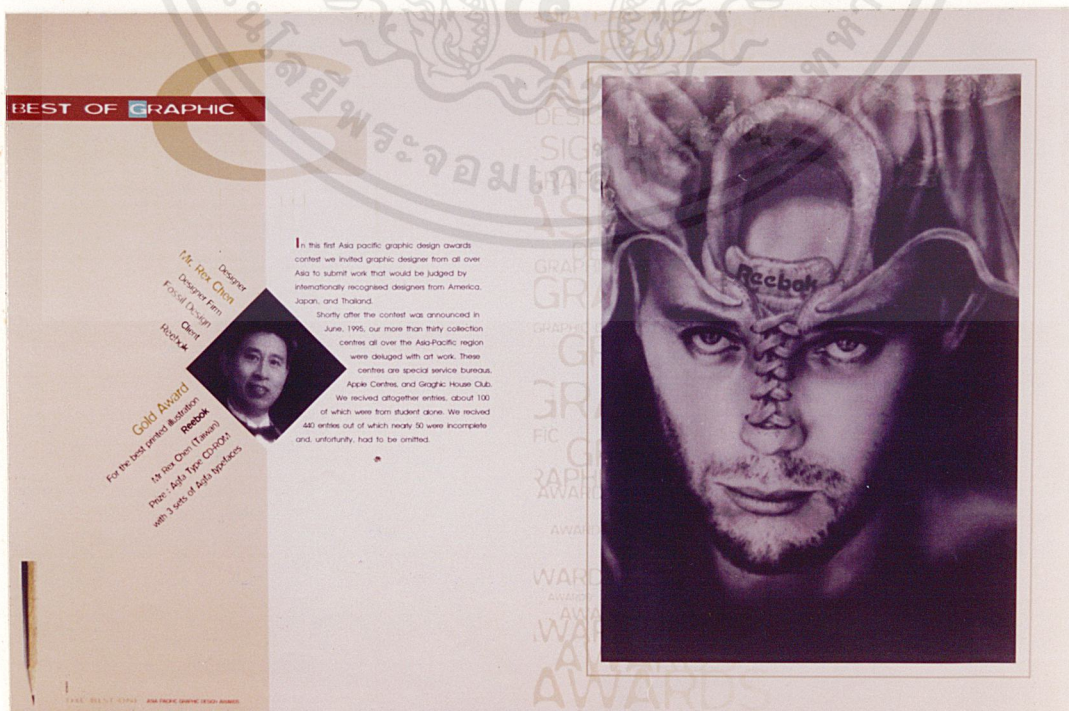


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. หน้า EDITORIAL



5. หน้า THE WINNER



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

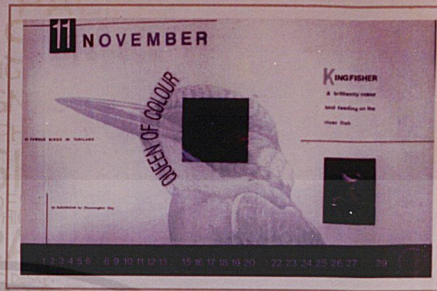

6. หน้า THE WINNER

BEST OF CALENDAR

Designer: **POPIAT Design/ Bangkok**
Client: **The Environment Preserve Organization**

Gold Award For the best Calendar
Ms. Cornon Laksana (Thailand)
Phone: 0833-799916 (Mr. Aisa)
Project No. 135CT Aisa Page 111

From the 1st Asia Pacific graphic design awards contest we invited graphic designer from all over Asia to submit work that would be judged by over internationally recognized designers from America, Japan, and Thailand, and Graphic House service. Shortly after the contest was announced in June, 1995, our more than thirty collection centres all over the Asia-Pacific were deluged with art work. These centres are special service bureaus, Apple Centre, and Graphic House Club. We received altogether entries, about 100 of which were from student alone. We received 443 entries out of which nearly 30 were incomplete and, unfortunately, had to be omitted. Shortly after the contest was announced in June, 1995, our more than thirty collection centres all over the Asia-Pacific region were deluged with art work. These centres are special service bureaus, Apple Centre, and Graphic House Club. We received altogether entries, about 100 of which were from student alone. We received 443 entries out of which nearly 30 were incomplete and, unfortunately, had to be omitted.


7. หน้า THE WINNER

BEST OF PACKAGING

Designer: **POPIAT Design/ Bangkok**
Client: **Prunai**

Gold Award For the best Packaging design
Ms. Hana Thaisriwong (Thailand)
Phone: 0833-799916 (Mr. Aisa)
Project No. 135CT Aisa Page 111

On the 1st Asia Pacific graphic design awards contest we invited graphic designer from all over Asia to submit work that would be judged by internationally recognized designers from America, Japan, and Thailand, and Graphic House service. Shortly after the contest was announced in June, 1995, our more than thirty collection centres all over the Asia-Pacific region were deluged with art work. These centres are special service bureaus, Apple Centre, and Graphic House Club. We received altogether entries, about 100 of which were from student alone. We received 443 entries out of which nearly 30 were incomplete and, unfortunately, had to be omitted. Shortly after the contest was announced in June, 1995, our more than thirty collection centres all over the Asia-Pacific region were deluged with art work. These centres are special service bureaus, Apple Centre, and Graphic House Club. We received altogether entries, about 100 of which were from student alone. We received 443 entries out of which nearly 30 were incomplete and, unfortunately, had to be omitted.

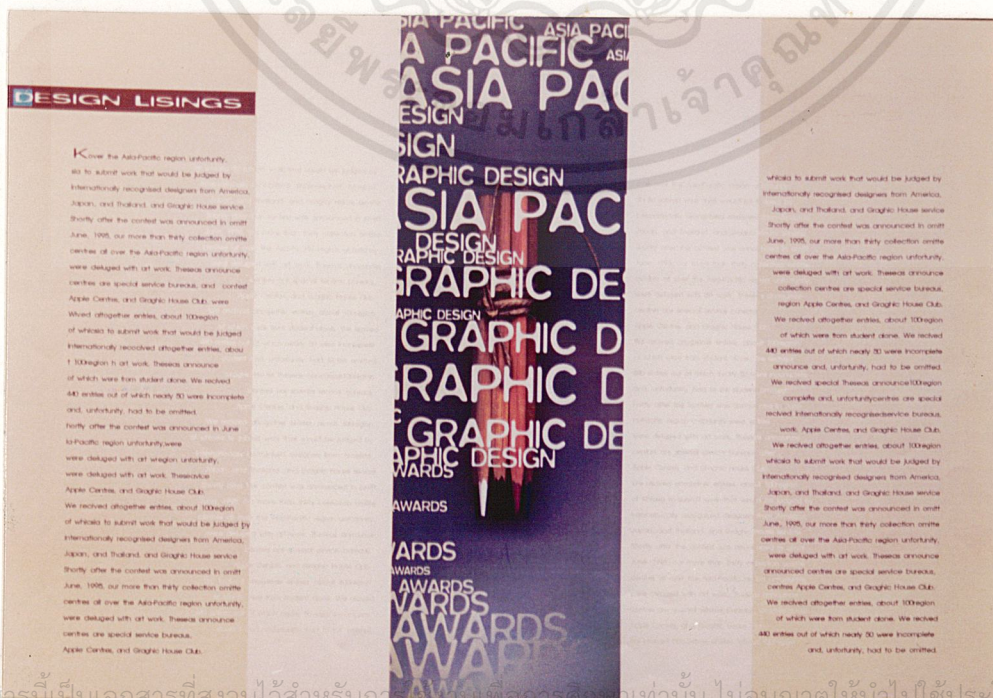


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. หน้า THE WINNER

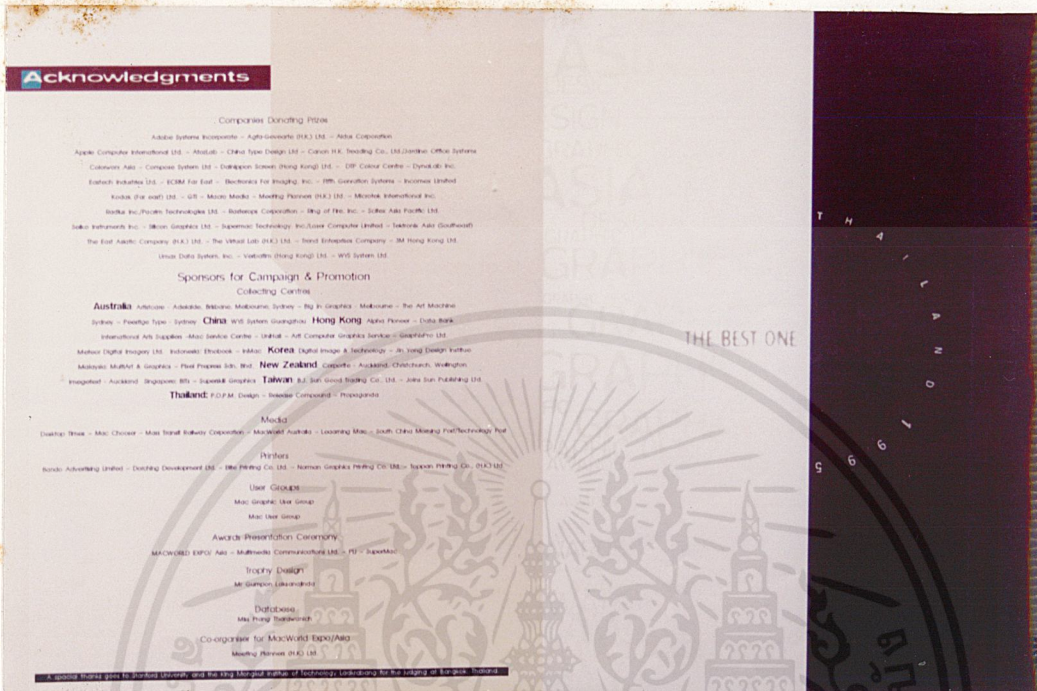


9. หน้า THE ACKNOWLEDGMENT



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีสืบค้นเพื่อการศึกษาคู่เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. หน้า THE ACKNOWLEDGMENT



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECTION 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SECTION 5

การสรุปผลการทำงานและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการทำงาน

จากการได้ศึกษาและการทำโครงการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้ข้าพเจ้าได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับงานออกแบบ GRAPHIC DESIGN มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะงานทางด้าน CORPORATE ที่ข้าพเจ้าตั้งใจที่จะศึกษาและเลือกมาเป็นหัวข้อในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และสามารถสรุปผลจากการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

1. CORPORATE IDENTITY สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ ดังนี้

- CORPORATE IDENTITY สำหรับองค์กร ห้างร้าน และบริษัท
- CORPORATE IDENTITY สำหรับหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานเฉพาะ เช่น สัญลักษณ์สำหรับพระมหากษัตริย์ เป็นต้น
- CORPORATE IDENTITY สำหรับการจัดงาน หรือใช้เป็นเทศกาลชั่วคราว เช่นการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก งานเอ็กซ์โป เป็นต้น
- CORPORATE IDENTITY สำหรับชุมนุม ชมรม สมาคม หรือองค์กรขนาดเล็ก

2. การทำงานในหัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดงาน, งานเทศกาล ควรจะออกแบบให้เห็นถึงลักษณะของการจัดงานนั้น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกันและต้องมีความเข้าใจในงานนั้น ๆ เป็นอย่างดี จึงจะสามารถออกแบบงานนั้น ๆ ได้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้

และในการทำงานในโครงการครั้งนี้ ความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ในชั้นปีที่ 1, 2 และ 3 มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำโครงการวิทยานิพนธ์ ซึ่งในการทำงานต้องใช้ความรู้พื้นฐานต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ เช่น การออกแบบนิเทศศิลป์, การออกแบบตัวอักษร, การออกแบบสิ่งพิมพ์ แม้แต่วิชาการพิมพ์และวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ ซึ่งทุกแขนงนั้นข้าพเจ้าได้ใช้มาเป็นแนวทางในการออกแบบงานในครั้งนี้ ดังนั้นในการทำโครงการวิทยานิพนธ์จึงถือได้ว่าเป็นการสรุปผลการเรียนที่ผ่านมามาทั้งหมดตลอด 4 ชั้นปี มาประมวลกันได้เป็นงานในโครงการในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

จากการทำงานในครั้งนี้ ผลสำเร็จของงานถือว่าเป็นที่น่าพอใจเป็นอย่างมาก เพราะได้ทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งเหตุการณ์นี้เป็นโครงการสมมติ ดังนั้นข้อมูลจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำงานในครั้งนี้ เพราะนอกจากจะต้องศึกษาข้อมูลจากที่มีการสรุปมาแล้ว เช่น การจัดงานของต่างประเทศ แล้วยังต้องศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและความเป็นไปได้ในการใช้สถานที่อีกด้วย และเนื่องจากเป็นโครงการใหญ่ ขอบเขตของงานนั้นมีมากมาย ดังนั้นจึงควรที่จะเลือกขอบเขตของงานให้เหมาะสมกับการทำงานและเวลาที่กำหนด และอยากให้ผู้ที่ทำวิทยานิพนธ์ทุกคนได้คำนึงถึงจุดนี้ด้วย

บรรณานุกรม

1. THE ONE SHOW , THE DESIGNERS AND ART DIRECTORS ASSOCIATION OF LONDON , 1991
2. IDN DESIGN AWARDS , THE INTERNATIONAL DESIGNERS NETWORK , 1993
3. BLACK BOOK AWARDS , BLACK BOOK MARKETING GROUP , 1994
4. หลักการใช้สี , น. ณ ปากน้ำ , สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช พ.ศ. 2525
5. โครงการปรับปรุงกราฟิกและสิ่งพิมพ์ร้านอาหาร-เบเกอรี่ เอสแอนด์พี
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ภาควิชาศิลปะ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
6. โครงการออกแบบกราฟิกสำหรับท่าอากาศยานดอนเมือง
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
7. โครงการออกแบบกราฟิกสำหรับสวนสัตว์ดุสิต
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง