

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับ “ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ”

CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR

“ PHU KRA DUENG NATIONAL PARK “



นางสาว วรณิศา ศรีบางจาด

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปะศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับ “ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ”

CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR “ PHU KRA DUENG NATIONAL PARK ”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ ..... เสาวภา พงษ์คุณากร ..... วันที่ 20 มีนาคม 2552.  
(อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



5.ระบบป้าย ได้แก่ Information Sign, Identity Sign, Direction Sign, Prohibition and Warning Sign

โดยมีแนวคิดในการออกแบบ ที่สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ ภูกระดึงได้ สามารถจดจำได้ง่าย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และแสดงถึงความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และเอื้อเฟื้อข้อมูลดีๆ ดังนี้

1. คุณมาดา แถวเพชร คุณแม่ผู้ให้การสนับสนุน เสียสละเวลามาร่วมกันพิชิตภูกระดึงเพื่อหา ข้อมูล ในการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้
2. คุณทศมงคลน์ ศรีบางจาด คุณพ่อผู้คอยสนับสนุน ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจ
3. คุณวิษณุ ศรีบางจาด น้องชายผู้ตามไปดูแล และปกป้องตลอดการเดินทางไปภูกระดึง
4. อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำที่ดีตลอดการทำศิลปนิพนธ์
5. เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติภูกระดึง จ.เลย ที่ให้ข้อมูล และความรู้ต่างๆมากมาย
6. คุณรัชนิกร ช่างบัณฑิต ที่เอื้อเฟื้ออุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ค
สารบัญ .....	ง
สารบัญภาพประกอบ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ญ

### บทที่

1	บทนำ .....	1
	1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ .....	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	2
	1.3 ขอบเขตของโครงการ .....	2
	1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย .....	3
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
2	อุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	5
	2.1 ประวัติ และความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	5
	2.2 ลักษณะภูมิประเทศของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	6
	2.3 ลักษณะภูมิอากาศของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	7
	2.4 พรรณไม้ และสัตว์ป่า .....	8
	2.5 แหล่งท่องเที่ยวบนอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	10
	2.6 ที่ตั้ง .....	15
3	การออกแบบกราฟฟิกสำหรับองค์กร .....	16
	3.1 Corporate Identity คืออะไร .....	16
	3.2 ความเป็นมาของ Corporate Identity .....	18
	3.3 รูปแบบอัตลักษณ์ขององค์กร .....	20
	3.4 องค์ประกอบของอัตลักษณ์ และเครื่องหมายการค้า .....	21
	3.5 เครื่องหมายประเภทอื่นๆ .....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
3.6 คุณสมบัติของสัญลักษณ์ที่ดี .....	30
3.7 การออกแบบเครื่องหมายการค้า .....	32
3.8 ตารางแม่แบบ .....	34
3.9 สัญลักษณ์ และป้ายสัญลักษณ์ .....	34
3.10 ปัจจัยของมนุษย์ที่มีผลต่อ Sign .....	36
3.11 ปัจจัยที่มีผลต่อการมองเห็น .....	37
3.12 Corporate Identity ของอุทยาน และ วนอุทยานต่าง .....	41
4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น .....	47
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	47
- เอกลักษณ์สำคัญของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	47
4.2 Corporate Identity เดิมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	50
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ Corporate Identity .....	57
- แนวทางการออกแบบ .....	57
5 การออกแบบ .....	59
5.1 การออกแบบสัญลักษณ์ (Logo) .....	59
- แบบร่างที่ 1 .....	59
- แบบร่างที่ 2 .....	60
- แบบร่างที่ 3 .....	60
- แบบร่างที่ 4 .....	61
- แบบร่างที่ 5 .....	62
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 1 .....	63
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 2 .....	63
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 3 .....	64
5.2 การออกแบบ Graphic Element .....	64
- แบบร่างที่ 1 .....	64
- แบบร่างที่ 2 .....	65
- แบบร่างที่ 3 .....	66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แบบร่างที่ 4 .....	66
5.3 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพ (Icon) .....	72
- แบบร่างที่ 1 .....	72
- แบบร่างที่ 2 .....	72
- แบบร่างที่ 3 .....	73
- แบบร่างที่ 4 .....	73
- แบบร่างที่ 5 .....	74
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 1 .....	75
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 2 .....	75
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 3 .....	76
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 4 .....	76
- พัฒนาแบบร่างขั้นที่ 5 .....	77
- พัฒนาแบบร่างเพื่อนำไปใช้ .....	78
6 ผลงานจริง .....	79
6.1 สัญลักษณ์ และระบบการใช้ Corporate Identity .....	79
6.2 Graphic Element .....	83
6.3 สิ่งพิมพ์ .....	85
6.4 สัญลักษณ์ และระบบป้าย .....	99
7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	109
บรรณานุกรม.....	110
ประวัติผู้เขียน .....	111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
บทที่ 2	
2.1 แผนผังเส้นทางเดินขีรฎุกระดิง .....	9
2.2 ภาพน้ำตกขุนพอง ในเขตป่าปิด .....	15
บทที่ 3	
3.1 สัญลักษณ์น้ำมัน โมบิล (Mobil) .....	19
3.2 สัญลักษณ์ โมโต โรลา (Motorola).....	19
3.3 สัญลักษณ์ Wool Mark .....	23
3.4 สัญลักษณ์ Shell .....	24
3.5 สัญลักษณ์รถยนต์ ซีตรอง .....	24
3.6 สัญลักษณ์กระเป๋ Harrods .....	25
3.7 สัญลักษณ์ Shark Cool Bite .....	25
3.8 สัญลักษณ์ FBI .....	25
3.9 สัญลักษณ์ NASA .....	25
3.10 สัญลักษณ์การบินไทย.....	26
3.11 สัญลักษณ์ Mother & Child .....	26
3.12 สัญลักษณ์ และ กราฟฟีก Coke .....	26
3.13 สัญลักษณ์ประจำกรุงเทพมหานคร .....	27
3.14 สัญลักษณ์ OTOP .....	27
3.15 เครื่องหมาย อย. ....	28
3.16 เครื่องหมายวัตุมมีพิช .....	28
3.17 เครื่องหมายภาพบนคอมพิวเตอร์ .....	29
3.18 เครื่องหมายนำโชค (Mascot) .....	29
3.19 ลักษณะสัญลักษณ์ที่ดี .....	31
3.20 ตัวอย่างการใช้ตารางแม่แบบ .....	34
3.21 สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติในต่างประเทศ .....	41
3.22 การใช้สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ Elk Island .....	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่		หน้า
3.23	การใช้ Sign ของอุทยานแห่งชาติ Elk Island .....	42
3.24	การใช้สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ Jasper .....	42
3.25	การใช้ Sign ของอุทยานแห่งชาติ jasper.....	42
3.26	การใช้สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ Algoquin.....	43
3.27	การตกแต่งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของ Algoquin .....	43
3.28	การใช้ Sign ของอุทยานแห่งชาติ Algoquin .....	43
3.29	Identity Sign ของอุทยานแห่งชาติ Kluane .....	44
3.30	การใช้ Sign ของอุทยานแห่งชาติ Kluane .....	44
3.31	Information Sign ของอุทยานแห่งชาติ Kluane .....	44
3.32	สัญลักษณ์กรมอุทยานแห่งชาติในประเทศแคนาดา .....	45
3.33	การนำสัญลักษณ์ไปใช้กับระบบป้าย .....	45
3.34	สัญลักษณ์กรมอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย.....	45
3.35	สัญลักษณ์ของแต่ละอุทยานในประเทศไทย .....	46
บทที่ 4		
4.1	ภาพพหุหล่มสัก .....	48
4.2	ภาพใบเมเปิ้ล .....	48
4.3	ภาพป่าสน .....	49
4.4	ภาพแผนผังแสดงจุดต่างๆของชำ .....	49
4.5	ภาพกวางป่า .....	50
4.6	สัญลักษณ์เดิมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	50
4.7	ตราปี่มเดิมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง .....	51
4.8	ภาพแผนที่แสดงเส้นทางเดินเท้า .....	51
4.9	แผนผังบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว .....	52
4.10	ป้ายพยากรณ์อากาศ .....	52
4.11	แผนผังแสดงเส้นทางขึ้นภูกระดึง .....	53
4.12	ป้ายบอกชื่อชำ .....	53
4.13	ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว .....	53
4.14	ป้ายบอกทาง .....	54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.15	ป้ายเตือน และ ห้าม .....	54
4.16	บัตรผ่านอุทยานฯ .....	55
4.17	เกียรติบัตรอาสาผู้พิทักษ์ภูกระดึง .....	55
4.18	เกียรติบัตรผู้พิชิตภูกระดึง .....	55
4.19	บัตรจ้างขนสัมภาระ .....	56
4.20	แผ่นพับนำเที่ยว .....	56
4.21	สี และ Code สีที่ใช้ .....	58



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงการเปรียบเทียบขนาดตัวอักษรและระยะห่างในการมอง .....	39
3.2 ตารางแสดงขนาดป้ายที่ได้สัดส่วน .....	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ

จากประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวที่ภูกระดึง ทำให้เกิดความประทับใจในธรรมชาติอันสวยงาม ภูกระดึงเป็นพื้นที่ราบบนภูเขาซึ่งต้องใช้ความอดทน และความพยายามอย่างมากในการพิชิตยอดภู ระหว่างทางขึ้นภูก็ได้พบกับชาต่างๆ ที่เป็นจุดพักระหว่างทาง เมื่อเดินทางขึ้นไปจนถึงยอดภูก็จะได้พบกับความสวยของป่าสนที่มีอยู่ทั่วบริเวณ และหมอกสวยที่มีตามฤดูกาล อีกทั้งยังมีไบเมเปิลสีแดงสด มีลักษณะ 3 แฉกที่สามารถพบได้บนภูกระดึงบริเวณน้ำตกเท่านั้น และชมพระอาทิตย์ตกที่พาล่มสักที่มีชะง่อนหินยื่นออกมาคู่กับต้นสนถือเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก หากแต่การเดินทางเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติด้วยตาเพียงอย่างเดียวก็คงจะไม่คุ้มค่านัก ความอยากรู้อยากเห็นจะเกิดขึ้นทุกจุดที่พบกับความมหัศจรรย์ของธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไป จากเชิงเขาจนถึงยอดภู ดังนั้นจึงเกิดแรงบันดาลใจที่จะออกแบบป้ายพักข้างทาง ที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับภูกระดึงได้ ประจวบกับมีความสนใจ และต้องการศึกษาในการออกแบบ Corporate Identity จึงอยากจะร่วมส่งเสริมให้ภูกระดึง เป็นที่ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เผยแพร่เอกลักษณ์เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ให้ความรู้เกี่ยวกับอุทยานฯ และสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรได้ด้วย ซึ่งในการออกแบบต้องทำให้งานนั้นสามารถเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และสามารถอยู่กับธรรมชาติได้ ซึ่งหากงานนี้ประสบความสำเร็จไม่เพียงแต่ตัวผู้ทำเองที่จะได้ศึกษาในสิ่งที่สนใจ หากแต่สามารถแบ่งปันความรู้ ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้อื่นด้วย ที่ครั้งหนึ่งเคยได้เป็นผู้พิชิตภูกระดึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ Corporate Identity
2. เพื่อศึกษาการออกแบบกราฟฟิกในสภาพแวดล้อม
3. ออกแบบ Corporate Identity สำหรับอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ให้สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน และมีระบบป้ายที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง
2. Graphic Element
3. สิ่งพิมพ์
  - 3.1 Stationery
    - จดหมาย,ซอง
    - นามบัตร
  - 3.2 คู่มือแนะนำการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูกระดึง (Passport)
  - 3.3 บัตรผ่านอุทยานแห่งชาติภูกระดึง
  - 3.4 เกียรติบัตรผู้พิชิต
  - 3.5 ป้ายชี้ทางคนสัมภาระ
  - 3.6 ลูกกระดาด
4. สัญลักษณ์ภาพ (Icon)
  - 4.1 สถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ หน้าผา, น้ำตก, สระน้ำ, องค์พระ
  - 4.2 สถานที่บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์บริการฯ, ร้านอาหาร, ร้านขายของที่ระลึก, ห้องน้ำ, บ้านพัก, จุดกางเต็นท์, ห้องพยาบาล, จุดรับ – ส่ง สัมภาระ
  - 4.3 เตือน และข้อห้าม ได้แก่ ห้ามเข้า, ห้ามทิ้งขยะ, ห้ามเก็บของป่า, ห้ามขีดเขียน, ห้ามจุดไฟ, พื้นที่ซึ่งป่าออกหากิน
5. ระบบป้าย (Sign System)
  - 5.1 Information Sign

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แผนที่เส้นทางเดินเท้าบนภูกระดึง
- แผนที่บริเวณที่ทำการทับทิม
- ป้ายพยากรณ์อากาศ

#### 5.2 Identity Sign

- ป้ายบอกซ้ำ
- ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว

#### 5.3 Direction Sign

- ป้ายบอกทิศทาง

#### 5.4 Prohibition and Warning Sign

### 1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

#### 1. รวบรวมข้อมูลของ

##### 1.1 อุทยานแห่งชาติภูกระดึง

- ประวัติความเป็นมา
- ลักษณะทางภูมิศาสตร์ และภูมิอากาศ
- Corporate Identity เดิมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง
- วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น

##### 1.2 การออกแบบ Corporate Identity

##### 1.3 การออกแบบกราฟฟิกในสภาพแวดล้อม

##### 1.4 ลักษณะของ Corporate Identity ของอุทยานแห่งชาติ หรือสถานที่ท่องเที่ยว

ทางธรรมชาติทั้งใน และต่างประเทศ

#### 2. วิเคราะห์หาจุดเด่น , เอกลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

#### 3. วางแนวทางในการออกแบบ Corporate Identity

##### 3.1 สัญลักษณ์

##### 3.2 สิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูกระดึง

##### 3.3 ระบบป้าย

#### 4. ทดลองออกแบบ และพัฒนา แก้ไขแบบร่างเพื่อนำมาใช้งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การใช้สัญลักษณ์ภาพที่สามารถถ่ายทอดข้อมูล ลักษณะเด่นของสถานที่ต่างๆ บน  
ภูกระดึงได้
2. สามารถออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงการเรียนรู้ทางธรรมชาติ  
โดยมีข้อมูลแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติภูกระดึง
3. ออกแบบระบบป้าย และสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน และเหมาะสมกับสภาพ  
แวดล้อม
4. ผู้วิจัยได้พัฒนาทักษะการออกแบบ Corporate Identity



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### อุทยานแห่งชาติภูกระดึง

#### 2.1 ประวัติ และความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

ภูกระดึงมีชื่อเสียงด้านความงามมานานแล้ว หากจะย้อนกลับไปก็ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นประจักษ์ศิลปาคม สมุหเทศาภิบาล ผู้ดูแลหัวเมืองฝ่ายอีสาน รายงานภูมิประเทศของภูกระดึงเข้ามาที่กรุงเทพฯ จวบจนปัจจุบันที่ข้อมูลข่าวสารเดินทางฉับไว ค่าเล่าเรียนและภาพทิวทัศน์ของป่าสนยามมีหมอกลอย อ้อยอิ่ง หรือภาพพระอาทิตย์ตกลับขอบผาที่ปรากฏออกสู่สายตานักท่องเที่ยวผู้กระหายความสดชื่น น่าใจจากธรรมชาติ ต่างเข้าชวนให้ผู้ที่ไม่เคยมาภูกระดึงเกิดความปรารถนาขึ้น เมื่อมาสัมผัสแล้ว มนต์เสน่ห์ของภูกระดึงก็ไม่เคยจางหาย แล้วยังรำร้องให้กลับมาเยือนอีกไม่รู้เมื่อ

ภูกระดึงวันนี้จะเป็นเพียงสถานที่ไว้สร้างตำนานของนักท่องเที่ยวผู้พิสมัยยอดเขาสูงว่าครั้งหนึ่งเคยมาพิชิตด้วยกำลังกาย กำลังใจ หรือเป็นบทพิสูจนรักแท้ของหนุ่มสาวที่ร่วมฝ่าฟันอุปสรรค ความลำบากขึ้นมาด้วยกัน หรือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีสิ่งละอันพันละน้อยให้ศึกษามากมาย คุณเท่านั้นที่ เป็นผู้เลือกจุดหมาย

#### อุทยานแห่งชาติลำดับที่ 2

ป่าภูกระดึงได้รับการประกาศให้เป็นป่าสงวนแห่งชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2486 ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2502 จึงได้รับการกำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ จนเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2505 อุทยานแห่งชาติภูกระดึงจึงได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 2 ของประเทศต่อจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ที่มาของชื่อ “ภูกระดึง”

ระฆังใหญ่แห่งอีสาน ภูกระดึงเป็นชื่อที่เรียกขานกันมานาน คำว่า “ภู” หมายถึงภูเขา ส่วนคำว่า “กระดึง” หมายถึงกระดึงหรือระฆัง มีเรื่องเล่าขานต่อๆ กันมาว่า ทุกวันพระจะได้ยินเสียงระฆังลอยมาจากยอดเขา แต่ผู้เฒ่าผู้แก่บางท่านก็ว่าหากนำไปกระทุ้งพื้นดินก็จะได้ยินเสียงก้องคล้ายเสียงระฆัง

### หัวใจของลำน้ำสำคัญแห่งอีสาน

ภูกระดึงเป็นภูเขาหินทรายที่ตั้งอยู่โดดๆ มียอดตัดราบเป็นที่ราบกว้าง ไกลสุดสายตา คิดเป็นเนื้อที่ประมาณ 37,500 ไร่ หรือ 60 ตร.กม. ยอดตัดราบของภูกระดึงมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 – 1,300 ม. โดยมีบริเวณ “คอกเมย” ทางทิศตะวันตกสุดของผาหล่มสักเป็นจุดที่สูงที่สุด คือสูง 1,316 ม. จากระดับน้ำทะเล เมื่อมองจากมุมสูง ที่ราบกว้างนี้มีลักษณะคล้ายใบบอนหรือรูปหัวใจ หันหยักหัวใจไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ กลางหัวใจเป็นบริเวณที่ต่ำกว่าบริเวณอื่น ล้ำธาร ทุกสายจากป่าดงดิบทางเหนือ และทุ่งหญ้าป่าสนทางด้านใต้ จึงไหลมาบรรจบกัน ในหุบกลางหัวใจลำน้ำสายใหญ่ ก่อนจะไหลมาที่หัวใจแล้วลงสู่หุบเขาเบื้องล่างต่อไป หัวใจดวงนี้เองที่เป็นต้นกำเนิดของลำน้ำพอง แม่น้ำสายสำคัญที่หล่อเลี้ยงผู้คนหลายจังหวัดในอีสาน

### ทำไมยอดเขาจึงตัดราบ

ภูเขาตัดราบเป็นลักษณะของภูเขาหินทรายในภาคอีสาน ภูเขายอดตัดเกิดจากการยกตัวของเปลือกโลกขึ้นเป็นแผ่น โดยไม่มีการบีบอัดในชั้นหินคงอมนานัก ชั้นหินชั้นบนสุดมักทนทานต่อการสึกกร่อนโดยแสงแดด ลม น้ำ มาก เหมือนเกราะป้องกันชั้นหินชั้นล่างๆ ซึ่งมักจะกลายเป็นผาชันรอบๆ ยอดภู

## 2.2 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพทั่วไปของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง เป็นภูเขาหินทรายยอดตัดอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของที่ราบสูงโคราช ใกล้กับด้านลาดทิศตะวันออกของเทือกเขาเพชรบูรณ์ ลักษณะโครงสร้างทางธรณีของภูกระดึงเกิดขึ้นในมหายุค Mesozoic เป็นหินในชุดโคราช ประกอบด้วยชั้นหินหมวดหินภูพาน หมวดหินเสาขัว หมวดหินพระวิหาร และหมวดหินภูกระดึง พื้นที่ส่วนใหญ่ของภูเขาอยู่ที่ความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางระหว่าง 400-1,200 เมตร มีพื้นที่ราบบนยอดเขากว้างใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คล้ายรูปไบบอน ประกอบด้วยเนินเตี้ยๆ ยอดสูงสุดคือ ภู่ม่วงขาว สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,350 เมตร สภาพพื้นที่ราบบนยอดภูกระดิงมีส่วนสูงอยู่ทางด้านตะวันตกและตะวันออกเฉียงใต้ พื้นที่ค่อยๆ ลาดเทลงมาทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ทำให้ลำธารสายต่างๆ ที่เกิดจากแหล่งน้ำบนภูเขาไหลไปรวมกันทางด้านนี้ เป็นแหล่งต้นน้ำของลำน้ำพอง ซึ่งหล่อเลี้ยงเขื่อนอุบลรัตน์และเขื่อนหนองหวาย ในจังหวัดขอนแก่น

### 2.3 ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศของอุทยานแห่งชาติภูกระดิงบริเวณที่ระดับต่ำตามเชิงเขา มีสภาพโดยทั่วไปใกล้เคียงกับบริเวณอื่นๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนตุลาคม ฝนตกชุกที่สุดระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน อุณหภูมิเฉลี่ยรายปี 26 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดในเดือนมกราคม และอุณหภูมิสูงสุดในเดือนเมษายน สภาพอากาศทั่วไปบนยอดภูกระดิง แตกต่างจากสภาพอากาศในที่ราบต่ำเป็นอย่างมาก โดยปริมาณน้ำฝนจะเพิ่มขึ้นอีกประมาณไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของปริมาณน้ำฝนบนที่ต่ำ เนื่องจากอิทธิพลของเมฆ/หมอกที่ปกคลุมยอดภูกระดิงเป็นเนืองนิจ ในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคม อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยระหว่าง 0-10 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยระหว่าง 21-24 องศาเซลเซียส ส่วนในฤดูร้อนระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยระหว่าง 12-19 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยระหว่าง 23-30 องศาเซลเซียส อากาศบนยอดภูกระดิงมักจะแปรปรวน มีเมฆหมอก ลอยต่ำปกคลุมบ่อยครั้ง อากาศจึงค่อนข้างเย็นตลอดปี ในช่วงฤดูฝน มักเกิดภัยธรรมชาติ เช่น เกิดการพังทลายของภูเขาและมีน้ำป่า ทางอุทยานแห่งชาติจึงกำหนดให้ปิด-เปิดการท่องเที่ยวเฉพาะบนยอดเขาภูกระดิง เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และให้สภาพธรรมชาติและสภาพแวดล้อมได้มีการพักฟื้นตัว หลังจากนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมอย่างมากในแต่ละปี ดังนี้

ปิดฤดูกาลท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน - 30 กันยายน ของทุกปี

เปิดฤดูกาลท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม - 31 พฤษภาคม ของทุกปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 พรรณไม้และสัตว์ป่า

สังคมพืชของภูกระดึงเป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ที่สุดป่าหนึ่ง มีทั้งป่าผลัดใบ และป่าดงดิบ ที่ระดับความสูงต่างๆ จำแนกออกได้เป็น

### 1. ป่าเต็งรัง

พบบนที่ราบเชิงเขาและบนที่ลาดชันจนถึงระดับความสูงจากระดับน้ำทะเล ประมาณ 600 เมตร ประกอบด้วยพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ เต็ง รัง เหียง พลวง กราด รกฟ้า อ้อยช้าง กว้าว มะกอกเลื่อม มะค่าแต้ ช้างน้ำว้า ตีวขน ยอป่า ฯลฯ พืชพื้นล่างประกอบด้วย หญ้าเพ็ก ขึ้นเป็นกอหนาแน่นแทรกด้วยไม้พุ่มและพืชล้มลุก

### 2. ป่าเบญจพรรณ

พบตั้งแต่บนพื้นที่ราบเชิงเขาและที่ลาดชันตามไหล่เขารอบภูกระดึง จนถึงระดับความสูงจากน้ำทะเลประมาณ 950 เมตร พันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ แดง ประดู่ป่า กระบก ตะแบกเลือด ยมหิน มะกอก จั้วป่า แสมสาร มะค่าโมง ตะคร้อ ส้มโอไทย สำโรง โมกมัน ฯลฯ พืชพื้นล่างประกอบด้วย หญ้าและกอไผ่ของไผ่รวก ไผ่ไร่ ไผ่หลวง ไผ่ซางหม่น ไม้พุ่ม เช่น หนามคนหา กะดังใบ สังกะสี ไผ่หวานบ้าน ฯลฯ ไม้เถา เช่น แก้วมือไว สายหยุด นมวัว ตีนตั้ง หนอนตายหยาก กลอย ฯลฯ พืชล้มลุก เช่น บุกใหญ่ ผักปราบ หัวกระต่าย ฯลฯ พืชกาฝากและอิงอาศัย เช่น ขำก้านกยูง ดอกดิน ชายผ้าสีดา เป็นต้น

### 3. ป่าดิบแล้ง

พบตามฝั่งลำธารของหุบเขาที่ชุ่มชื้นทางทิศตะวันออก ตะวันออกเฉียงเหนือ และทิศตะวันตก ตั้งแต่เชิงเขาจนถึงระดับความสูงประมาณ 950 เมตรจากระดับน้ำทะเล พันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ก่อ ตะเคียนทอง ยางแดง ยมหอม ตะแบกเปลือกบาง หว่า มะม่วงป่า สัตตบรรณ มะหาด คอแลน เขียด ฯลฯ พืชพื้นล่างแน่น เป็นพวกไม้พุ่ม ไม้เถา เช่น สร้อยอินทนิล กระทงลาย เถาแมว ขาว เล็บมือนาง กระโดลิง ฯลฯ พืชล้มลุก เช่น ข่าคม ก้ามกุ้ง ฯลฯ หวายและเฟินหลายชนิด

### 4. ป่าดิบเขา

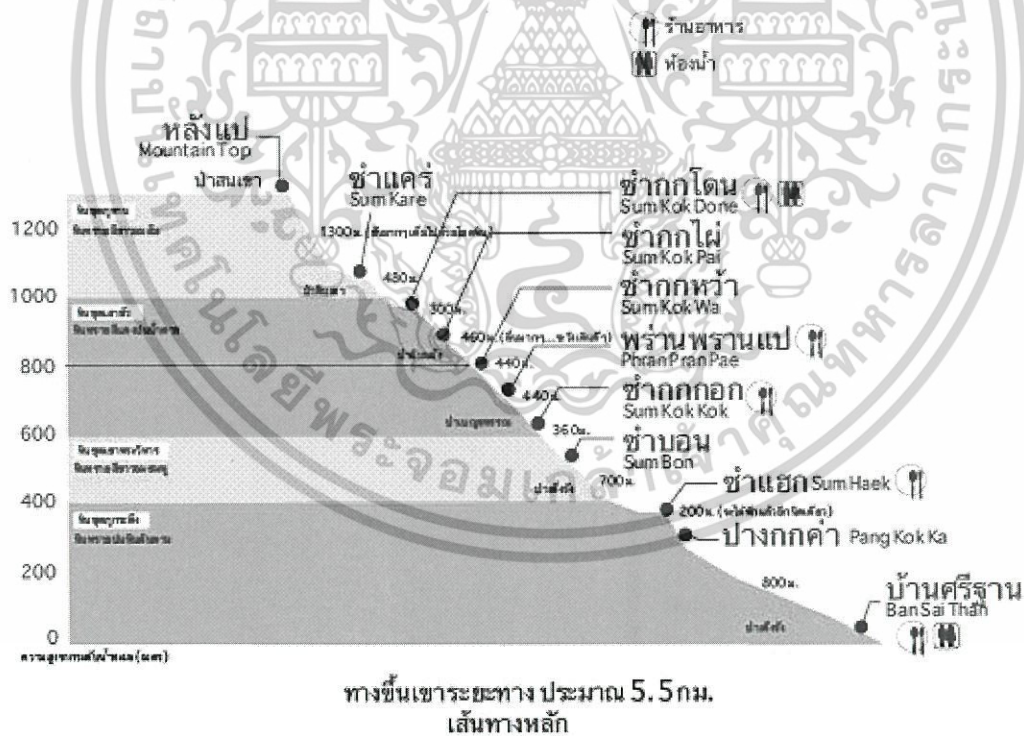
พบตั้งแต่ระดับ 1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเลขึ้นไป ทางทิศเหนือและทิศตะวันตกเฉียงเหนือ พันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ก่วมแดง ทะโล้ สนสามพันปี พะอง จำปีป่า พญาไม้ ก่อเดือย ก่อหนาม ก่อหมู ส้านเขา รัก เขมื่อคคนดง เขียงพริ้นางแเอ พะวา เตื่อหูกวาง ฯลฯ พืชพื้นล่างประกอบด้วย ไม้พุ่ม เช่น กุลลาบแดง มือพระนารายณ์ สอมคำ จ้าฮ่อม ฯลฯ ตามหน้าผาริมขอบภูพบป่าล้มต้นสูงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห่างๆ ได้แก่ ค้อคอย ไม้เถา เช่น กระจับเขา เครือเขาน้ำ แก้มขาว หนามไข่มุ ใบก้นปิด ย่านหูเสือ เป็นต้น

5. ป่าสนเขา

พบเฉพาะบนที่ราบยอดภูกระดึงที่ระดับความสูงประมาณ 1,200-1,350 เมตรจากระดับน้ำทะเล พันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ สนสองใบ ก่อเตี้ย ทะโล้ สารภีดอย มะเขือเดือน รัก ฯลฯ พืชพื้นล่างประกอบด้วย สนทราย ส้มเปาะ กุหลาบขาว เม้าแดง พวงคุ่มหู นางคำ ฯลฯ ตามลานหินมีพืชชั้นต่ำพวกไลเคน ประเภทแนบกับหินเป็นแผ่น และประเภทเป็นพองเรียก ฟองหิน ปกคลุมทั่วไป นอกจากนี้จะพบเอื้องคำหิน ม้าวิ่ง และเขากวาง ซึ่งเป็นกล้วยไม้ที่ออกเป็นกอหนาแน่น พืชล้มลุก เช่น ดาวเรืองภู ว่านคางคก ต่างหูขาว เนียมคอกรูป แวมมยุรา หญ้าข้าวกำขาว โสภา เทียนภู เปราะภู ดอกหรีด ขนนกยูง หญ้าเหลี่ยม น้ำเต้าพระฤๅษี กูดเกี้ยว เป็นต้น บนพื้นดินที่ชุ่มแฉะ มอสจำพวกข้าวตอกฤๅษีหลายชนิดขึ้นทับถมแน่น กล้วยตีนพรม บางแห่งมีพืชล้มลุกขนาดเล็กหลายชนิดขึ้นปะปนกันแน่น เช่น กระจับเงิน สาหร่ายข้าวเหนียว ดุสิตา และหญ้าข้าวกำ



ภาพที่ 2.1 แผนผังลักษณะของทางขึ้นภูกระดึง

ที่มา : www.dnp.go.th

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 แหล่งท่องเที่ยว

การเดินทางขึ้นภูกระดึงไม่ลำบากมากนัก แต่ระยะทางจะไกลและชัน แต่ระหว่างทางจะมีจุดให้แวะพักเหนื่อยต่างๆ ตามลำดับ ได้แก่ ปางกอกคำ ซ้ำแฮก ซ้ำบอน ซ้ำกกกอก พรานพรานแป ซ้ำกอกห้วย ซ้ำกอกโดน และซ้ำแคร่ หากเดินขึ้นภูตั้งแต่เช้า อากาศจะค่อนข้างเย็นสบาย มีสิ่งที่น่าสนใจให้ชมไปตลอดทาง โดยเฉพาะสภาพทางธรณีและสภาพป่าที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะๆ จากป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ป่าดิบแล้ง ป่าดิบเขา จนถึงหลังแป จากหลังแปถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังวางจะเป็นทางราบท่ามกลางทุ่งหญ้าป่าสนเขาอันกว้างใหญ่ รวมระยะทางจากทางขึ้นไปถึงหลังแปและศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังวาง ประมาณ 9 กิโลเมตร แหล่งท่องเที่ยวบนภูกระดึงส่วนใหญ่มีทางเดินชมธรรมชาติติดต่อกันหมด ฉะนั้น ผู้ที่จะไปท่องเที่ยวบนภูกระดึงควรใช้เวลาอย่างน้อย 3 วัน เพื่อจะได้เที่ยวชมธรรมชาติที่สวยงามเหล่านั้นได้ทั่วถึง อุทยานแห่งชาติภูกระดึงเปิดให้ท่องเที่ยวบนยอดภูกระดึงเฉพาะในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤษภาคม

การเดินทางขึ้นไปชมความงามบนยอดภูกระดึง ทางอุทยานแห่งชาติอนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินขึ้นได้ตั้งแต่เวลา 07.00 - 14.00 น. ของทุกวัน และหลังจากเวลา 14.00 น. เป็นต้นไปทางอุทยานแห่งชาติจะไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นไปชมความงามบนยอดภูกระดึง เนื่องจากระยะทางในการเดินทางขึ้นเขาประมาณ 9 กิโลเมตร และมีความลาดชันในบางช่วง การเดินทางต้องใช้เวลาในการเดินเท้า ประมาณ 4-5 ชั่วโมง ซึ่งจะตรงกับเวลาพลบค่ำในระหว่างทางเกิดความยากลำบากในการเดินทาง อีกทั้งอาจได้รับอันตรายจากสัตว์ป่าที่ออกหากินในเวลากลางคืน

### ที่มาของชื่อ “ซ้ำ”

ซ้ำ ในภาษาอีสานหมายถึง พื้นที่ที่มีน้ำซับอยู่ใต้ดิน หรือผุดขึ้นสู่ผิวดิน ซึ่งในแง่ของซ้ำสำหรับภูกระดึงนั้นคือจุดพักเหนื่อยในแต่ละจุด ซึ่งแต่ละซ้ำก็จะประกอบไปด้วยร้านค้ามากมายเปรียบได้กับน้ำที่ผุดมาจากผิวดิน

ซ้ำแฮก แฮกแปลว่า แรก นั่นก็หมายถึงเป็นจุดแรกในการพัก และเป็นจุดที่เหนื่อยที่สุดของการเดินทาง

ปางกอกคำ คือ บริเวณที่อุดมไปด้วยไม้มะค่า

ซ้ำกกกอก คือบริเวณที่มีต้นมะกอกขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นต้น

ซ้ำบอน คือบริเวณที่อุดมไปด้วยต้นบอน

ซ้ำกอกห้วย คือ บริเวณที่มีพืชตระกูลห้วยขึ้นอยู่มากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซำกักไผ่ คือบริเวณที่เป็นป่าไผ่

ซำกักโคน คือบริเวณที่มีต้นกระโดนขึ้นอยู่มาก

พรานพรานแป คือ จุดที่พรานป่าที่ขึ้นมาล่าสัตว์จะมาทำพิธีขอมาเจ้าป่าเจ้าเขา

หลังแป (แป เป็นภาษาอีสาน แปลว่า แบน) คือจุดที่เราขึ้นสู่ยอดภู

นอกจากความสวยงามทางธรรมชาติบนภูกระดึงแล้ว พื้นที่ด้านล่างบริเวณเชิงเขาด้านทิศใต้ของภูกระดึงบริเวณพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ภด.3 (น่าน้อย) ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวตามลำน้ำพองซึ่งประกอบด้วย น้ำตก แก่งหิน พันธุ์พืชที่น่าสนใจแล้ว เป็นสถานที่พักผ่อนอยู่มากมาย นอกจากนี้ยังคงมีร่องรอยประวัติศาสตร์ของขบวนการเสรีไทย ตลอดทั้งภาพเขียนสีปรากฏบนผนังหินที่มีอายุหลายพันปี ซึ่งสามารถเดินทางจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 2019 ย้อนกลับไปทางอำเภอภูกระดึงประมาณ 1.5 กิโลเมตรแล้วเลี้ยวขวาไปตามเส้นทาง รพช. จากบ้านหนองอิเล็ง ถึงหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ภด.3 (น่าน้อย) จากนั้นเดินทางไปตามเส้นทางลูกรังไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีดังนี้ ได้แก่

### 1. ผานกแอ่น

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังกวางประมาณ 2 กิโลเมตร และห่างจากหลังแป 2.5 กิโลเมตร ผานกแอ่นเป็นลานหินเล็กๆ มีสนขึ้นโดดเด่นริมหน้าผาด้านหนึ่ง เป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่งดงามยิ่ง อากาศสดชื่นเย็นสบาย มองเห็นทิวทัศน์เบื้องล่างซึ่งเป็นท้องทุ่งและเทือกเขา เห็นผานกเค้าได้ชัดเจน ริมทางเดินใกล้ผานกแอ่นเป็นสวนหินมีดอกกุหลาบป่าขึ้นอยู่เป็นดงใหญ่ จะบานสะพรั่งเต็มต้นในเดือนมีนาคม-เมษายน ผู้ที่ไปชมพระอาทิตย์ขึ้นที่ผานกแอ่น ควรเตรียมไฟฉายสำหรับใช้ส่องทางไปด้วย

### 2. ผาหล่มสัก

อยู่ห่างจากที่ทำการประมาณ 9 กิโลเมตร เป็นลานหินกว้างและมีสนต้นหนึ่งขึ้นชิดริมผาใกล้กับชะง่อนหินที่ยื่นออกไปในอากาศทางทิศใต้ บริเวณผาหล่มสักนี้มองเห็นทิวทัศน์ของเทือกเขาสลับซับซ้อนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ และเป็นจุดหนึ่งที่จะชมพระอาทิตย์ตกได้อย่างชัดเจนและงดงามมาก ผู้ที่ไปชมพระอาทิตย์ตกที่ผาหล่มสัก ควรเตรียมเสื้อกันหนาวและไฟฉายสำหรับใช้ส่องทางเวลาเดินกลับที่พัก ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. สระแก้ว

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังกวาง 1 กิโลเมตร อยู่ในสวนต้นน้ำของลำธารสวรรค์ “ธารสวรรค์” ลักษณะเป็นวังน้ำลักษณะไม่กว้างนัก น้ำใสมากจนมองเห็นพื้นหินขาวสะอาด เป็นแหล่งน้ำของสัตว์ป่าจำนวนมาก ต่อจากบริเวณสระแก้วมีทางเดินชมธรรมชาติผ่านลานหิน ซึ่งมีดอกหรีดสีม่วงอมน้ำเงินเกสรสีเหลือง ขึ้นอยู่เป็นทุ่งไปจนถึงผานาน้อย แยกซ้ายไปจะพบกับผาจำศีล ซึ่งมีลานหินกว้างพอให้นั่งพักผ่อน จากผาจำศีลประมาณ 600 เมตร จะถึงผาหมากดุก หากแยกขวาจะผ่านผาเหยียบเมฆและผาแดง แล้วก็จะถึงผาหล่มสัก

### 4. สระโหนดาด

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 3.4 กิโลเมตร เป็นสระน้ำตามธรรมชาติมีน้ำตลอดปี มีต้นสนสองใบและสามใบขึ้นตามรอบสระ ใกล้กันยังมีลานกินรีซึ่งเป็นสวนหินธรรมชาติที่อุดมไปด้วยพรรณไม้ทั้งพวกกินแมลงอย่างคูสิตา หยาดน้ำค้าง หรือเฟิร์น เช่น กระปรอกสิงห์ บนหินยังมีไลเคนขึ้นอยู่เต็มไปหมด

### 5. น้ำตกเพ็ญพบใหม่

อยู่ทางทิศเหนือของน้ำตกวังกวาง 1.6 กิโลเมตร เป็นน้ำตกไหลผ่านผาหินโค้งด้วยความสูง 8 เมตร ลงสู่แอ่งน้ำด้านล่าง ในฤดูหนาวมีใบเมเปิ้ลสีแดงจัดร่วงหล่นลอยตามผิวน้ำตัดกับสีเขียวของตะไคร่ตามโขดหิน เป็นจุดยอดนิยมสำหรับการถ่ายภาพ

### 6. น้ำตกตาดอ้อย

เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ 3 ชั้น เกิดจากลำน้ำพอง ซึ่งไหลลงมาจากภูกระดึงด้านหุบเขาตะวันตกเฉียงเหนือ สองฝั่งของตาดอ้อยเป็นผาหินสูงชันมาก เมื่อน้ำตกผ่านผาหินกว้างที่ลดหลั่นเป็นชั้นๆ จึงทำให้เกิดเสียงดังกึกก้อง จากบริเวณน้ำตกมองเห็นแนวภูเขาเปลือยวางอยู่ข้างหน้า น้ำตกตาดอ้อยอยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติประมาณ 20 กิโลเมตร

### 7. น้ำตกวังกวาง

เป็นน้ำตกอยู่ใกล้กับที่พักมากที่สุดในบรรดาน้ำตกบนภูกระดึง ระยะทางเพียง 750 เมตร จากจุดเริ่มต้นตรงบริเวณบ้านพัก ลักษณะน้ำตกเป็นผาหินสูง 7 เมตร ตัดขวางลำธาร ธารน้ำไหลลงยังวังน้ำเบื้องล่าง ซึ่งมีลักษณะคล้ายโพลงถ้ำมุดลงไปและบริเวณป่าใกล้ๆ ก็เป็นที่อยู่อาศัยของฝูงกวางมักจะลงมากินน้ำอยู่เสมอๆ จึงเรียกว่า “วังกวาง” บริเวณน้ำตกมีที่กว้างขวางให้นั่งพักผ่อนสบายๆ หลายมุม เพราะน้ำตกอยู่ไม่ไกล สามารถลงเล่นน้ำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8. น้ำตกถ้ำใหญ่

ห่างจากน้ำตกเพ็ญพบประมาณ 1.4 กิโลเมตร เส้นทางเดินไปสู่ น้ำตกจะดูใกล้นิดเดียว สำหรับคนชอบธรรมชาติ ชมนกชมไม้ เพราะตลอดเส้นทางครอบคลุมไปด้วยป่าดิบเขาที่มีพรรณไม้ใหญ่และร่มครึ้มกว่าทุกเส้นทางน้ำตกอื่นๆ อาจได้พบต้นส้มกุ้ง (Begonia sp.) ออกดอกเป็นสีชมพู เกสรกลางสีเหลือง ชอบขึ้นตามทางในพื้นที่สูงอย่างป่าดงดิบเขา ในเส้นทางถ้ำใหญ่นี้มีทางเดินบางช่วงที่เลียบข้างลำห้วยเล็กๆ มีต้นเมเปิ้ลอยู่เป็นระยะๆ หากช่วงต้นมกราคม เส้นทางนี้จะแดงฉานด้วยใบเมเปิ้ลที่ร่วงหล่นเกลื่อนพื้นป่า ความสวยงามของน้ำตกถ้ำใหญ่จะแปลกตาด้วยโขดหินมหึมาวางทับซ้อนไม่เป็นระเบียบ ถ้าธารนี้ขนาบข้างด้วยต้นเมเปิ้ล ยามเมเปิ้ลแดงร่วงหล่น ขัดสีให้ลำธารหินเขียวสวยงามมีสีสันและมีชีวิตชีวาขึ้นมามากนัก

## 9. น้ำตกธารสวรรค์

จากน้ำตกถ้ำใหญ่เมื่อออกสู่ป่าสนไม้ใกล้นักจะมีทางแยกบนลานหินสู่ น้ำตกธารสวรรค์ซึ่งอยู่ห่างจากที่พักตามเส้นทางป่าสนผ่านลานองค์พระพุทธรูปเมตตาเพียง 1.6 กม. เท่านั้น เป็นน้ำตกขนาดเล็ก

## 10. น้ำตกโผนพบ

ตั้งชื่อเป็นเกียรติแก่ โผน กิ่งเพชร นักมวยแชมป์เปียนโลกคนแรกของประเทศไทย ผู้พบน้ำตกแห่งนี้ เมื่อครั้งที่ขึ้นไปซ้อมมวยให้ชินกับอากาศหนาว ก่อนเดินทางไปชกต่างประเทศ เป็นหนึ่งในน้ำตกหลายจุดอันเกิดจากสายน้ำวังกวาง ห่างจากตัวน้ำตกเพ็ญพบใหม่เพียง 558 เมตร น้ำตกไหลเป็นชั้นๆ ตามโขดหินคล้ายขั้นบันได ในส่วนของลำธารส่วนบนของน้ำตกโผนพบนี้ สามารถไปชื่นชมตัวน้ำตกกลางลำธารซึ่งจะได้ชมทิวทัศน์ที่สวยงาม น้ำตกมี 8 ชั้น สูงประมาณ 30 เมตร เป็นน้ำตกขนาดใหญ่และสวยงามไม่น้อยบนภูเขานี้ สำหรับชื่อ “โผนพบ”

## 11. น้ำตกพระองค์

คล้ายกับน้ำตกถ้ำใหญ่ แต่เป็นน้ำตกขนาดเล็กกว่า เกิดจากลำธารพระองค์ไหลเป็นลำธารเล็กๆ แล้วตกลงหน้าผาที่ไม่สูงมากนักสู่หินเบื้องล่าง ลำธารพระองค์นี้เป็นลำห้วยเล็กๆ ที่ไหลจากสระโหนดต สระน้ำกลางป่าสนซึ่งไม่เคยเหือดแห้ง จึงมีน้ำไหลตลอดปี อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังกวาง 4 กิโลเมตร

## 12. น้ำตกถ้ำสอเหนือ

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยววังกวาง 5.7 กิโลเมตร น้ำตกสูง 10 เมตร สายน้ำตกไหลผ่านแผ่นหินและตกลงกระทบหินก้อนใหญ่ด้านล่าง บริเวณเหนือน้ำตกมีดงกุหลาบแดงซึ่งในช่วงฤดูร้อนจะผลิดอกสร้างสีสันให้กับบริเวณนี้สวยงามยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 13. น้ำตกถ้ำสอใต้

อยู่ถัดจากน้ำตกถ้ำสอเหนือลงไปตามลำน้ำ ประมาณ 500 เมตร สายน้ำตกไหลลงมาจากหน้าผาสูงผ่านช่องอ่อนผาลงสู่แอ่งน้ำด้านล่าง ที่ล้อมรอบด้วยก้อนหินที่วางตัวอย่างสวยงาม

### 14. ผาหมากคูก

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 2.3 กิโลเมตร เป็นผาที่มีลานหินกว้างขวาง เป็นผาสำหรับชมพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตก ในระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์สามารถชมทิวทัศน์ภูผาจิตในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ในช่วงต้นฤดูฝนจะมีดอกกระเจียวขึ้นเต็มทุ่งตามเส้นทางสู่ผาหมากคูก

### 15. น้ำตกเพ็ญพบ

อยู่ทางทิศใต้ของน้ำตกโผนพบ 342 เมตร เป็นน้ำตก 3 ชั้น ที่ไหลลงสู่แอ่งรองรับน้ำขนาดใหญ่ด้านล่าง มักจะมีนกออกมาเล่นน้ำเสมอ

### 16. ลานหินบริเวณองค์พระพุทธรเมตตา

อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยววงกว้าง 500 เมตร ลานหินบริเวณองค์พระนี้เป็นจุดชมพันธุ์ไม้บนลานหิน เช่น คุณิตา กระดุมเงิน เอื้องม้าวัง ที่อยู่ใกล้ที่สุด

### 17. ป่าปิด : อีกด้านหนึ่งของภูกระดึง

สภาพภูมิประเทศของภูกระดึงเหมือนเป็นรูป “ไบบอน” หรือ “หัวใจ” ตรงรอยหยักรูปหัวใจนั่นเองคือส่วนที่พื้นราบบนภูลาดลงต่ำ มีลำห้วยต่าง ๆ กัดเซาะเป็นเวลานานจนเป็นร่องธารน้ำตก และโขดหินรูปแปลกตากลางป่าลึก ลำน้ำบนภูจะไหลรวมกันเป็นสายน้ำพอง ซึ่งจะขยายใหญ่เป็นลำน้ำพองที่ไหลลงผ่านจังหวัดขอนแก่นในที่สุด

ป่าปิดของภูกระดึงจะกินอาณาบริเวณ ริมผาด้านเหนือ ที่ราบทุ่งหญ้าป่าสน และน้ำตกหลายแห่ง ทางอุทยานฯ มีนโยบายรักษาป่าด้านนี้เอาไว้ใช้เพื่อการอื่น ที่มีโครงการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ อาทิเช่น รักษาป่าต้นน้ำและสัตว์ป่านานาชนิดที่ต้องการแหล่งทำกิน

อีกสาเหตุหนึ่งที่มักไม่ค่อยเปิดเส้นทางเหล่านี้เพราะ เส้นทางเข้าสู่ป่าด้านนี้ค่อนข้างลำบากและค่อนข้างไกล มีนักท่องเที่ยวหลงทางบ่อย การติดตามช่วยเหลือจึงเป็นภาระของเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอัตรากำลังน้อยอยู่แล้ว ถึงแม้จะเข้าหน้าหนาวสภาพป่าก็ยังรกและชื้นแฉะ

และที่สำคัญช่วงหลายปีหลัง มีช้างป่าขึ้นมาหากินบริเวณนี้หลายโขลง ถ้าเจอเข้าจะเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้

เมื่อถึงหน้าร้อน ที่เส้นทางแห่งนี้พอในเดือนมีนาคม, เมษายน, พฤษภาคม ทางเจ้าหน้าที่อาจผ่อนผันให้มีการเที่ยวบ้าง โดยใครที่สนใจจะเข้าไปเที่ยว ต้องได้รับอนุญาต และมีเจ้าหน้าที่นำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางเข้าไป โดยจะเก็บค่าบริการจากนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม หลายสถานที่จะไม่อนุญาตเปิดให้เข้า ไม่ว่าจะฤดูไหน เส้นทางป่าปิดที่เปิดจะต้องเป็นจุดเฉพาะที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งโดยมากมักจะเป็นน้ำตกผาน้ำฟ้า น้ำตกขุนพอง และมีเจ้าหน้าที่นำทางเท่านั้น สำหรับสถานที่ที่น่าสนใจ ในเขตป่าปิดของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ได้แก่จุดที่ไปได้ในหน้าร้อน (มีนา-พฤษภาคม) น้ำตกผาน้ำฟ้า- เป็นน้ำตกที่สูงที่สุดของภูกระดึง เกิดจากลำธารน้ำฟ้าในเขตป่าปิด สูงประมาณ 80 เมตร ในบริเวณใกล้เคียงมีต้นเมเปิ้ลสีแดงสวยงาม การเดินทางเข้าไปชมน้ำตกนี้ จะต้องมีเจ้าหน้าที่ของอุทยานเป็นผู้นำทางเสมอ

น้ำตกขุนพอง- เป็นต้นกำเนิดลำธารขุนพอง จะมีลำธารที่มีลานหินขนาดใหญ่ก่อนถึงตัวน้ำตก สูงประมาณ 60 เมตร การเดินทางเข้าไปต้องมีเจ้าหน้าที่อุทยานนำไป



ภาพที่ 2.2 น้ำตกขุนพอง ในเขตป่าปิด

## 2.6 ที่ตั้ง

อุทยานแห่งชาติภูกระดึง หมู่ 1 บ้านศรีฐาน ต.ศรีฐาน อ. ภูกระดึง จ. เลย 42180

โทรศัพท์ : 0 4287 1333, 0 4287 1458 โทรสาร : 0 4287 1333

ผู้บริหาร : ศุภชาติ วรรณวงษ์ ตำแหน่ง : นักวิชาการป่าไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การออกแบบกราฟฟิกสำหรับองค์กร

#### 3.1 Corporate Identity คืออะไร

คำว่า Corporate มีความหมายตามพจนานุกรมว่า องค์กรหรือบริษัท และคำว่า Identity ตาม พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานบัญญัติความหมายไว้ว่า “เอกลักษณ์” นักวิชาการบางท่านให้ความหมายศัพท์นี้ว่า “อัตลักษณ์” ซึ่งจะแสดงความหมายได้ชัดเจนกว่า ดังนั้น Corporate Identity (CI) จึงแปลว่า อัตลักษณ์องค์กร หมายถึง การสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร บุคลากร ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟฟิก เปรียบเสมือนกับคนเราที่รู้จักปรุงแต่งรูปร่างหน้าตา การแต่งกายให้สวยงามเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเพื่อดึงดูดความสนใจ เช่นเดียวกับองค์กรที่มี CI ที่ดีได้รับการออกแบบที่ดี ก็จะสามารถดึงดูดและก่อให้เกิดความน่าสนใจได้ โดยมีหน้าที่หลักคือสร้างการรับรู้และการจดจำให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยที่นักออกแบบได้เปลี่ยนความเป็นตัวตนขององค์กรมาสู่งานออกแบบที่เป็นกลาง กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ง่าย คำนึงถึงปัจจัยของมนุษย์โดยทั่วไปสามารถสัมผัสได้ ซึ่งจะครอบคลุมทุกส่วนขององค์กรตั้งแต่ รูปแบบตราสัญลักษณ์ การเลือกใช้สีในองค์กร รูปแบบอาคารทางด้านสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน การใช้ภาษาและตัวอักษร รูปแบบของสื่อ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความเด่นชัดมากขึ้น สามารถสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งกันได้ แม้ว่ารูปแบบของสินค้าหรือบริการจะมีความใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงทำให้คำว่า Corporate Image เข้ามามีบทบาทสำคัญที่นักออกแบบควรคำนึงถึง

Corporate Image เปรียบเสมือนความรู้สึกที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อองค์กรนั้น ๆ ถ้านักออกแบบดีใจที่ผิด ก็จะทำให้เกิดการสร้าง Corporate Identity ที่ผิดพลาด ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายขาดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อจุดประสงค์ที่แท้จริงขององค์กร ทำให้ภาพลักษณ์ที่ต้องการแผ่ขยายออกไป ภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วนั้นเมื่อได้รับการกระทบจากสิ่งที่ไม่ดีที่ได้รับรู้ใหม่อาจมีผลในลักษณะดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงอยู่โดยไม่ถูกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่ได้รับมีทิศทางสอดคล้องกับภาพลักษณ์เดิม ทำให้เกิดการประเมินคุณค่า ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถบ่งบอกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ที่ได้รับก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เดิมโดยสิ้นเชิง

### อัตลักษณ์ที่ดีต้องเป็นอย่างไร

อัตลักษณ์ (Identity) ต่างจาก ภาพลักษณ์ (Image) ภาพลักษณ์คือการรับรู้ (Perception) เป็นเรื่องของ “ลับ ลวง พราง” ส่วนอัตลักษณ์นั้นคือ การสะสมขององค์ประกอบที่มองได้ด้วยตาของการสื่อสารของไปสู่โลกภายนอก อาจจะเป็น โลโก้, สี, บรรจุภัณฑ์, คอลเซ็นเตอร์, เสื้อผ้าที่ใส่, สมุดโน้ต, ซีอีโอของบริษัท ฯลฯ

ประกอบไปด้วย 3C คือ Clear = ความกระจ่าง, Consistency = ความต่อเนื่อง, Creative = สร้างสรรค์.

#### 1. ทำอย่างไรจึงจะมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน (Clear)

ต้องทำความเข้าใจกับเป้าหมาย (Goal) และทำความเข้าใจกับวิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กรว่าทั้งหมดมีความสำคัญ นำทั้งสองสิ่งนี้ไปพัฒนา Corporate Identity ออกมาเมื่อรู้แนวทางแล้วว่า จะเดินไปในทิศทาง เป้าหมายใด และจะไปยังอย่างไร ในฐานะอะไร สิ่งนี้จะทำให้เกิดความแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ จะทำให้งานประสบความสำเร็จตรงตามเป้าหมาย

#### 2. ทำให้เกิดความต่อเนื่อง สดความสับสน (Consistency)

“ความต่อเนื่อง” ก็มีความสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ เพื่อคนจะได้จดจำได้บนพื้นฐานความเป็นตัวของตัวเอง สิ่งเหล่านี้ต้องมีความต่อเนื่อง เป็นอย่างไรก็จะเป็นอย่างนั้น แต่คนก็จดจำ ไม่ใช่ว่างานนี้ใช้สีน้ำตาล อีงานเปลี่ยนมาใช้สีส้ม อีงานหนึ่งก็ใช้สีชมพู นั่นก็จะทำให้คนสับสน ตกลงแล้วแบรนด์นี้คืออะไร ถึงแม้จะเป็นรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ก็ตาม

#### 3. ทันสมัย และสร้างสรรค์ (Creative)

อัตลักษณ์ที่ดีต้องมีความสดใหม่ และทันสมัยอยู่เสมอ เกิดมาจากความคิดสร้างสรรค์ มีความเหมาะสมส่งเสริมถึงเอกลักษณ์ขององค์กรได้ดี และสามารถสร้างความประทับใจได้ อัตลักษณ์ที่สามารถที่จะพัฒนาได้ คือสามารถเติบโตได้เรื่อยๆ เพื่อให้สอดคล้องกับ Market Positioning (ตำแหน่งทางการตลาด) แต่ยังคงมีความเป็นตัวของตัวเองอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรที่มีความต่อเนื่องในการใช้อัตลักษณ์หรือว่า Identity นั้นจะส่งผลดีต่อการสร้าง Brand Identity ด้วย ถ้าสร้าง Brand Identity ได้ดี ในอนาคตจะมีทุนทางแบรนด์ (Brand Equity) ที่ดีด้วย ซึ่ง Brand Equity นั้นประกอบด้วย

Brand Awareness ความรับรู้ถึงแบรนด์

Brand Loyalty มีความจงรักภักดีกับแบรนด์

Brand Associate มีความเกี่ยวเนื่องกับแบรนด์

Identity นั้นเราสามารถที่จะพัฒนาได้ และสามารถที่จะพัฒนาซ้ำได้ เพื่อให้สอดคล้องกับตำแหน่งขององค์กรในตลาด (Market Positioning) การที่จะต้องพัฒนา และพัฒนาซ้ำในตัว Identity นั้นเพราะว่า อัตลักษณ์ขององค์กรนั้นเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าสำคัญยิ่งสำหรับองค์กร

### 3.2 ความเป็นมาของ Corporate Identity

คงจะเป็นการยากหากจะกล่าวถึงจุดเริ่มต้นของ Corporate Identity แต่สามารถกล่าวถึงได้ว่ามีจุดกำเนิดมาจากทวีปยุโรปราวศตวรรษที่ 19 โดยเกิดจากความต้องการของเจ้าของกิจการ ซึ่งต้องการที่จะแสดงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าหรือบริการแก่ผู้ซื้อ อัตลักษณ์เหล่านี้จะปรากฏอยู่บนสิ่งของทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นกระดาษเขียนจดหมาย ซองจดหมาย จนถึงป้ายหน้าร้าน เป็นต้น ในสหรัฐอเมริกาได้มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพปศุสัตว์ทางภาคตะวันตกของประเทศ ที่เรียกว่าเครื่องหมาย Cattle Brand ได้แก่เครื่องหมายที่ใช้ติดตราสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม โดยจะใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์อย่างง่ายๆ หรือใช้ตัวอักษรชื่อย่อของฟาร์ม เป็นต้น ในขณะนั้นยังไม่มีผู้ใดให้ความสำคัญกับความสวยงามของรูปแบบ จนกระทั่งธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างแพร่หลายจึงได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบ ซึ่งก็มีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขาย จึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในช่วงทศวรรษ 1930 หลังช่วงเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ในสหรัฐอเมริกา ได้มีบางบริษัทกลายเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ในเวลาต่อมา ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวและพร้อมจะปรับปรุงการออกแบบสินค้าของตน ได้แก่ น้ำมัน โมบิล (Mobil) โทรทัสน์ อาร์ ซี เอ (RCA) เป็นต้น แต่ในยุคนั้นยังมิได้มีการประสานข้อมูลที่ดีจึงทำให้การออกแบบ CI ยุคแรกๆ ยังไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร

ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีนักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถจากสถาบันที่มีชื่อเสียงหลายคนจุดประกายให้กับวงการออกแบบเลขศิลป์ (Graphic Design) ด้วยการนำองค์ประกอบกราฟิกมาใช้ในสัญลักษณ์และการออกแบบ CI อาทิ พอล แรนด์ (Paul Rand)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ออกแบบสัญลักษณ์ไอบีเอ็ม (IBM) หรือ มอร์ตัน โกลด์ชอลล์ (Morton Goldsholl) ผู้ออกแบบสัญลักษณ์ M ให้กับ โมโตโรลา (Motorola) เป็นต้น นั้นนับว่าเป็นจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญ เนื่องจากงานออกแบบก่อนหน้านี้ได้ถูกออกแบบเพื่อความสวยงามอย่างเดียว โดยมีได้ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับความสำเร็จทางการตลาด จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบเลขศิลป์ซึ่งถือเป็นรากฐานของการออกแบบในปัจจุบัน<sup>1</sup>



ภาพที่ 3.1 น้ำมันโมบิลใช้สัญลักษณ์ทั้ง 2 แบบ คือ สัญลักษณ์รูปม้าบิน (Pegasus) และสัญลักษณ์ ตัวอักษรสีน้ำเงินที่มีตัว O สีแดง ออกแบบโดยเชอมาเวฟและโกล์มาร์ ในปีค.ศ. 1965

ภาพที่ 3.2 สัญลักษณ์ M ของโมโตโรลา ออกแบบโดย มอร์ตัน โกลด์ชอลล์ เมื่อปี ค.ศ.1955

<sup>1</sup>ศ.สุมิตรา ศรีวิบูลย์. Corporate Identity การออกแบบอัตลักษณ์.กรุงเทพมหานคร : (ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2540) , 16 – 18.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 รูปแบบของอัตลักษณ์องค์กร

การที่เราจะสื่อสารให้คนทั่วไปทราบถึงโครงสร้าง และการบริหารขององค์กรได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องระบบของอัตลักษณ์ด้วยเช่นกัน วอลลี โอลินส์ (Wally Olins) ได้แบ่งระบบอัตลักษณ์ขององค์กรได้ 3 ลักษณะคือ

#### 1. อัตลักษณ์แบบเดียว (Monolithic identity)

เป็นการวางระบบ CI ที่กำหนดให้องค์กรหรือบริษัทสาขาทุกแห่งรวมทั้งบริษัทแม่ ใช้รูปแบบสัญลักษณ์และองค์ประกอบกราฟิกแบบเดียวกันทั้งหมด ระบบ CI นี้จะเป็นการสื่อสารที่ชัดเจนที่สุด และประหยัดที่สุด การที่จะสร้างระบบอัตลักษณ์นี้ จำเป็นต้องแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ และไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาตัวเอง องค์กรที่ใช้ระบบอัตลักษณ์เดียวได้แก่ ธนาคารต่างๆ และปั้มน้ำมัน เป็นต้น

#### 2. อัตลักษณ์แบบมีการรับรอง (Endorsed Identity)

เป็นการสร้างระบบ CI ให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายๆประเภท หรือเป็นลักษณะกลุ่มบริษัท การสร้างระบบ CI นี้มาจากแนวคิดที่ว่าแต่ละธุรกิจในเครือควรมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ในขณะที่เดียวกันก็แสดงความเป็นส่วนหนึ่ง ลักษณะ และขอบเขตขององค์กรหลักด้วย โดยจะใช้สัญลักษณ์ของบริษัทแม่ร่วมกับสัญลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ องค์กรที่ใช้การสร้างระบบอัตลักษณ์แบบมีการรับรองได้แก่ เครือปูนซีเมนต์ไทย เป็นต้น

#### 3. อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของสินค้าเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์ (Branded Identity)

แนวคิดเบื้องต้นในการใช้อัตลักษณ์ประเภทนี้ เกิดจากหลักความจริงที่ว่าสินค้าประเภทเดียวกันที่ผลิตโดยบริษัทต่างกัน มักจะมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสามารถทำให้แตกต่างกันได้โดยการสร้างคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวให้กับสินค้านั้นๆ ด้วยการใช้อัตลักษณ์ที่หือหือ ให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ควรแยกแนวคิดของการสร้างอัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ออกจากระบบอัตลักษณ์ของบริษัทหรือองค์กร ด้วยการออกแบบที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นตามกลุ่มเพศ อายุ ความสนใจ ฯลฯ อัตลักษณ์นั้นจึงจะเป็นอัตลักษณ์ที่มีพลังกระตุ้นให้เกิดความสนใจ บริษัทที่ใช้ตราสัญลักษณ์เป็นตัวสร้างอัตลักษณ์ ได้แก่ บริษัท เนสท์เล่ จำกัด บริษัท ยูนิลีเวอร์ จำกัด เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 องค์ประกอบของอัตลักษณ์ และเครื่องหมายการค้า

#### 1.องค์ประกอบของอัตลักษณ์ (Element of Identity) ประกอบด้วย

##### 1.1 ชื่อ (Names)

สามารถแยกการตั้งชื่อประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

##### 1.1.1 ชื่อบุคคล (Personal Names)

เช่น รถเบนซ์ ซอสมะเขือเทศไฮเนส เป็นต้น

##### 1.1.2 ชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะ (Descriptive Names)

เช่น แป้งเด็กน่ารัก อุทยานแห่งชาติภูกระดึง เป็นต้น

##### 1.1.3 ชื่อที่เกิดจากการสร้างคำใหม่ (Coined Names)

เช่น โกดัก (Kodak) เอสโซ (Esso) โซนี่ (Sony) เป็นต้น

##### 1.1.4 ชื่อที่มีความหมาย (Dictionary Words)

เช่น บะหมี่ควิก (Quick) สบู่แอกเน่ (Acne) เป็นต้น

##### 1.1.5 ชื่อตามสถานที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Names)

เช่น กาแฟเชาซอง อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด เป็นต้น

##### 1.1.6 ชื่อที่ตัดทอนมาจากชื่อเต็ม (Abbreviated Names)

เช่น เคเอฟซี (KFC) แทนชื่อเคนตักกี ฟรายชิกเก้น (Kentucky Fried Chicken) อย.แทนชื่อองค์การอาหารและยา เป็นต้น

##### 1.1.7 ชื่อที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า (Associative Names)

เช่น รถจากรัวร์ (Jaguar) ที่สื่อภาพลักษณ์ เร็วและปราดเปรียว เป็นต้น

##### 1.1.8 ชื่อย่อและตัวเลข (Initials and Numbers)

เช่น กย.15 อาร์ซีเอ (RCA) เจวีซี (JVC) เป็นต้น

##### 1.2 เครื่องหมาย (Marks)

เครื่องหมายนับเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ระบบอัตลักษณ์มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรือใช้ภาพกับตัวอักษรร่วมกัน

##### 1.3 ตัวอักษร (Typography)

ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้งานทั้งระบบ โดยนักออกแบบจะกำหนดแบบอักษร (Font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์ เพื่อกำหนดโครงสร้างรวมในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4 สี (Color)

สีนับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่เป็นตัวแทนขององค์กรได้ดี และสีมักจะสร้างการจดจำกับบุคคลทั่วไปได้ดี เช่น เห็นสีฟ้าแล้วนึกถึงดีแทค (Dtac) เห็นสีเขียวนึกถึงธนาคารกสิกร (K Bank) ซึ่งสียังสามารถสื่อความหมายเชิงจิตวิทยาได้อีกด้วย เช่น

สีแดง แสดงความมีพลัง

สีส้ม แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความอบอุ่น

สีเขียว แสดงถึงความเป็นธรรมชาติ สดชื่น เป็นต้น

#### 1.5 ข้อความประกอบ (Tag Line)

มักจะเป็นข้อความสั้นๆ เป็นเหมือนสโลแกน อธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร ทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจความเป็นองค์กรได้ดี เช่น “รักคุณเท่าฟ้า” หรือ “Smooth as Silk” ได้สัญลักษณ์ของการบินไทย เป็นต้น

#### 2. รูปแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Signed Pattern)

การกำหนดรูปแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรคือ การกำหนดรูปร่างหน้าตาขององค์กรหรือภาพที่สร้างขึ้นในใจผู้บริโภค โดยกำหนดรูปแบบการจัดวางชื่อ หรือสัญลักษณ์บนป้ายหน้าร้าน รูปแบบของกราฟฟิค การออกแบบภายในและโครงสร้างสีให้เหมือนกันทั้งหมด เช่น ธนาคารกสิกร ธนาคารธนชาติ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (Seven Eleven) เป็นต้น

#### 3. เครื่องหมายการค้า (Trademarks)

อัตลักษณ์ขององค์กรที่สามารถประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 2 ประการคือ สามารถเชิญชวน สร้างความสนใจได้ และ สร้างการจดจำ กลุ่มเป้าหมายเห็นแล้วระลึกถึงองค์กรได้อย่างถูกต้อง

ในสหรัฐอเมริกาได้มีการให้คำจำกัดความเครื่องหมายการค้า (Trademarks) ว่าหมายถึงสิ่งใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็น ชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือการใช้สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาพร้อมกัน เพื่อสร้างความแตกต่างในการสื่อความหมาย มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และแสดงความเป็นมาของเครื่องหมาย<sup>2</sup> ซึ่งอาจกล่าวสรุปคำนิยามได้ว่า เครื่องหมายการค้าประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ เครื่องหมาย การใช้งาน จุดมุ่งหมาย<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ผศ. สุมิตรา ศรีวิบูลย์. *Corporate Identity การออกแบบอัตลักษณ์*. กรุงเทพมหานคร : (ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2540) , 58.

<sup>2</sup> Per Mollerup. *marks of excellence* . England : (Paperback ,1997) , p.96 – 97

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังได้กล่าวแล้วว่า เครื่องหมายการค้า (Trademarks) หมายถึงสิ่งใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็น ชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือการใช้สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาพร้อมกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น จึงมีการแบ่งโครงสร้างของเครื่องหมายการค้าให้ชัดเจนดังนี้

### 3.1 เครื่องหมายกราฟฟิค (Graphic Marks)

คือเครื่องหมายที่นำลักษณะ หรือเค้าโครงของรูปร่างใดๆ มาตัดทอนให้มีความเรียบง่าย แต่ยังคงมีความเป็นรูปร่างที่ชัดเจนอยู่ เพียงพอที่จะทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจได้ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

#### 3.1.1 เครื่องหมายภาพ (Picture Marks)

หรือรู้จักกันในชื่อ Symbol-type เครื่องหมายชนิดนี้เป็นการนำรูปร่างรูปทรงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปคน สัตว์ สิ่งของ รูปทรงเรขาคณิต หรือ รูปทรงที่ไม่มี ความหมาย (Abstract ) มาใช้ ซึ่งแบ่งวิธีคิดออกได้เป็น 2 แนวคิด คือ เป็นการสร้างสัญลักษณ์โดยเน้นการสื่อความหมาย และการเน้นการสร้างภาพลักษณ์มากกว่าสื่อความหมาย

เครื่องหมายภาพยังแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

##### 3.1.1.1 เครื่องหมายที่มีความหมายชัดเจน (Figurative Marks)

หมายถึงเครื่องหมายที่สามารถสื่อความหมายได้โดยใช้รูปร่างของวัตถุเป็นตัวแทน สื่อถึง ความหมายบ่งบอกถึงลักษณะขององค์กร (Descriptive Marks) ใช้ภาพของสิ่งที่รู้จักกันทั่วไป (Found Marks) เป็นเครื่องหมายใดๆก็ได้ที่ผู้คนสามารถจดจำและตีความได้ง่าย

##### 3.1.1.2 เครื่องหมายที่ไม่สื่อความหมาย (Non-figurative Marks)

เครื่องหมายชนิดนี้สร้างขึ้น โดยไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย โดยตรง ซึ่งจะต้องมีการอธิบายถึงการแทนความหมายในสัญลักษณ์นั้น เป็นเครื่องหมายที่ไม่แสดงถึงรูปร่างรูปทรงใดๆ แต่จะคำนึงถึงความสะอาดตา สวยงาม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรมากกว่า เช่น สัญลักษณ์ของรถยนต์เมอซิเดสเบนซ์ สัญลักษณ์ของรถยนต์ซีตรอง เป็นต้น



ภาพที่ 3.3 เครื่องหมาย Wool Mark เป็นเครื่องหมายสากลที่มีลักษณะ เป็นภาพนามธรรม (Abstract) เป็นเครื่องหมายที่รับรองว่าผลิตมาจากขนแกะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.4 สัญลักษณ์น้ำมันเชลล์มีการใช้ภาพของสิ่งที่คนทั่วไปคุ้นเคย



ภาพที่ 3.5 สัญลักษณ์รถยนต์ชี้ตรง เป็นสัญลักษณ์ที่นำมาจากแบบของส่วนระบายความร้อนด้านหน้ารถยนต์ชี้ตรงในยุคแรกๆ

### 3.1.2 เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks)

คนทั่วไปมักรู้จักกันในชื่อ Logotype ซึ่งเครื่องหมายอักษรนี้จะสื่อสารในรูปของภาษา (ตัวสะกด) รวมถึงการออกเสียงด้วย ซึ่งเครื่องหมายตัวอักษรนี้สามารถรับรู้และจดจำได้ง่ายกว่าแบบเครื่องหมายรูปภาพ

เครื่องหมายอักษรมีหลายรูปแบบดังนี้

#### 3.1.2.1 เครื่องหมายชื่อ (Name Marks)

เครื่องหมายประเภทนี้ส่วนใหญ่มักมาจากชื่อขององค์กร ซึ่งสามารถสื่อความหมายได้โดยตรง เป็นชื่อที่คนทั่วไปรู้จัก มาจากการอุปมา หรือเป็นชื่อเฉพาะที่ตั้งขึ้นใหม่

#### 3.1.2.2 เครื่องหมายที่ใช้ชื่อย่อ (Abbreviations)

เกิดจากที่ชื่อขององค์กรมีความยาวมาก จึงต้องตัดทอนให้เรียกได้ง่ายขึ้น ซึ่งอาจจะตัดส่วนในตอนท้ายออก ใช้เฉพาะอักษรตัวต้นและตัวท้ายสุด หรือผสมผสานทั้ง 2 อย่างเข้าด้วยกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# Harrods

ภาพที่ 3.6 สัญลักษณ์แฮรอดส์ (Harrods) เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษรเป็นสัญลักษณ์ เป็นที่จดจำและรู้จักกันทั่วโลก



ภาพที่ 3.7 สัญลักษณ์ Shark Cool Bite เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษรมาออกแบบให้มีลักษณะเป็นรูปปลาตามชื่อของสินค้า

ภาพที่ 3.8 สัญลักษณ์ตัวอักษร FBI ใช้แทนชื่อองค์กรที่ยาวและจำได้ยาก

# NASA

ภาพที่ 3.9 สัญลักษณ์ NASA เป็นสัญลักษณ์ชื่อย่อที่ใช้แทนชื่อเต็ม

National Aeronautics and Space Administration

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# Thai

ภาพที่ 3.10 เป็นชื่อที่ตัดบางส่วนของชื่อออก  
เพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น จาก Thai Airways International

## MOTHER

ภาพที่ 3.11 สัญลักษณ์ Mother & Child ที่นำตัวอักษรมาทำ  
ให้เกิดภาพที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน และน่าสนใจ

#### 4. องค์ประกอบกราฟฟิกที่ไม่ใช่เครื่องหมายกราฟฟิก (Non-graphic Marks)

คือสิ่งใดๆไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง รูปทรง เส้น สี หรือ องค์ประกอบอื่นๆ ที่สามารถสื่อถึง  
ความเป็นองค์กรนั้นๆได้ แม้จะใช้เพียงกราฟฟิกเพียงลำพัง ตัวอย่างเช่น แถบเส้นโค้งที่ประกอบ  
สัญลักษณ์โค้ก หรือแม้กระทั่งรูปร่างของขวดโค้กที่มีลักษณะเฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น  
องค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์องค์กรร่วมกับสัญลักษณ์ได้อย่างดี



ภาพที่ 3.12 ลายเส้นโค้ง และรูปทรงขวดของโค้ก ที่แสดงถึงเครื่องดื่มยี่ห้อ โคคา-โคล่า

ที่มา : [www.coca-cola.com](http://www.coca-cola.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 เครื่องหมายประเภทอื่นๆ

#### 1. เครื่องหมายประจำหน่วยงาน (Insignia , Seal หรือ Emblem)

ได้แก่ เครื่องหมายที่ใช้ในหน่วยงานราชการ หรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่นตราประจำกระทรวงต่างๆ ตราประจำจังหวัด เป็นต้น



ภาพที่ 3.13 ตราพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณซึ่งเกี่ยวข้องกับกรุงเทพมหานคร อาจเป็นเพราะว่า กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองเทวคานของพระอินทร์ ดังปรากฏตามชื่อเมือง

#### 2. เครื่องหมายรับรอง (Certification Marks)

ได้แก่ เครื่องหมายที่ออกโดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับรองคุณภาพ เช่น เครื่องหมายโอท็อป (OTOP) เครื่องหมาย เซลล์ชวนชิม เป็นต้น



ภาพที่ 3.14 เครื่องหมายรับรองสินค้าโอท็อป 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ออกโดยภาครัฐฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. เครื่องหมายมาตรฐาน

ได้แก่ เครื่องหมายที่ใช้แสดงกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ว่าผลิตได้ตามมาตรฐานที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยต้องได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหน่วยงานตรวจสอบของราชการ

ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ

#### 3.1 เครื่องหมายมาตรฐานแบบไม่บังคับ

คือสามารถขอใช้เครื่องหมายเพื่อแสดงว่า มีเจตนาและสามารถผลิตภัณฑ์ให้ เป็นไปตามคุณภาพและมาตรฐานที่กำหนด เช่น เครื่องหมาย อย. ของกระทรวงสาธารณสุข เครื่องหมาย มอก. ของกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น



ภาพที่ 3.15 เครื่องหมาย อย. เป็นเครื่องหมายมาตรฐานแบบไม่บังคับ ออกโดยองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

#### 3.2 เครื่องหมายมาตรฐานแบบบังคับ

ผู้ผลิตจะต้องแสดงเครื่องหมายนี้ เพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีพระราชกฤษฎีกา กำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน หากผลิตผิดมาตรฐานถือเป็นความผิดทางกฎหมาย เช่น เครื่องหมายวัดตุ้มพิช เป็นต้น



ภาพที่ 3.16 เครื่องหมายวัดตุ้มพิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. เครื่องหมายภาพ (Pictograms)

ได้แก่เครื่องหมายที่สื่อความหมายด้วยภาพที่ไม่ต้องอาศัยคำอธิบายประกอบ ก็สามารถสื่อสารให้คนทั่วไปเข้าใจได้ และเป็นภาพกราฟฟิกที่มีการตัดทอนรายละเอียดของภาพน้อยที่สุด แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงความเป็นสิ่งนั้นไว้ให้คนทั่วไปสามารถรับรู้และเข้าใจได้กับคนทุกชาติทุกภาษา มักใช้กับการให้บริการในที่สาธารณะ ให้ข้อมูลว่าเป็นเครื่องหมายบอกทิศทาง (Direction Sign) และยังสามารถใช้ได้บนหีบห่อของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น



ภาพที่ 3.17 เครื่องหมายภาพแสดงเครื่องมือการใช้งานบนคอมพิวเตอร์

#### 5. เครื่องหมายนำโชค (Mascot)

จะเป็นสิ่งใดก็ได้ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ ฯลฯ เช่น สัตว์ทั้ง 5 ตัวในกีฬาโอลิมปิก 2008 ที่ปักกิ่ง เป็นต้น



ภาพที่ 3.18 สัตว์นำโชคในกีฬาโอลิมปิก 2008 ที่ปักกิ่ง มีที่มาจากสัตว์ในตำนานของจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.6 คุณสมบัติของสัญลักษณ์ที่ดี

#### 1. มีความเรียบง่าย (Simplicity)

ความเรียบง่ายนับเป็นหัวใจของการสร้างสัญลักษณ์ และนำเสนอความเป็นองค์กรนั้นได้ อย่างชัดเจน ง่ายต่อการใช้งาน และสะดวกต่อการนำไปเผยแพร่ในที่ต่างๆ

#### 2. มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness)

คือการสร้าง “ความไม่ซ้ำแบบใคร” ซึ่งจะทำให้เป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป และรับรู้ในความแตกต่าง

#### 3. เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value)

ความมีพลังในตัวของสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะทำให้เกิดการจดจำ สื่อความหมายได้อย่างเป็นระบบ ต้องแสดงความโดดเด่นให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้แม้เห็นสัญลักษณ์เพียงวินาทีแรก

#### 4. มีความแตกต่าง (Differentiate)

เนื่องจากการออกแบบโดยทั่วไป มักจะได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดที่สร้างเงื่อนไขที่จะต้องทำให้เหมาะสมกับองค์กร โดยลึกลับค้ำถึงถึงความแตกต่างจึงทำให้สัญลักษณ์นั้นเป็นเพียงสัญลักษณ์ทั่วไป ไม่แตกต่างจากองค์กรที่ประกอบธุรกิจเดียวกัน ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ ด้วย

#### 5. เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด (Descriptive)

สัญลักษณ์นั้นสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน สามารถเชื่อมโยงถึงองค์กรที่เครื่องหมายนั้นๆ เป็นตัวแทนได้ เครื่องหมายบางอันจะใช้วิธีให้ข่าวสาร รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือธุรกิจขององค์กรนั้นแก่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการผสมผสานภาพที่แสดงถึงธุรกิจนั้นๆ ลงในสัญลักษณ์ เช่น สัญลักษณ์ของ The Pizza Company เป็นต้น

#### 6. เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าและบริการ

จากข้อ 5 ดังตัวอย่างสัญลักษณ์ของ The Pizza Company ที่จะใช้ถาดพิซซ่าบอกลักษณะธุรกิจแล้ว สีแดง และสีเขียวในสัญลักษณ์ยังเชื่อมโยงไปถึงสีธงประเทศอิตาลีซึ่งเป็นต้นกำเนิดของพิซซ่า อีกด้วย

#### 7. สัญลักษณ์ที่สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice)

สัญลักษณ์ขององค์กรสามารถ “พูด” หรือ “อธิบาย” ความเป็นองค์กรนั้นๆ ได้ โดยอาศัยคุณลักษณะที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นความ หรุษรา มั่นส เน้นความเป็นเทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 8. สัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence)

สัญลักษณ์ที่คำนึงถึงคุณค่าทางความงามของเครื่องหมายสัญลักษณ์ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรได้ ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความชื่นชม ส่งผลดีไปยังองค์กรนั้นๆ ด้วย

### 9. เป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)

ความมีชื่อเสียงขององค์กรสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสัญลักษณ์ได้ ซึ่งคุณค่านี้อาจสามารถถ่ายทอดถึงสินค้าและบริการอื่นๆที่ตามด้วย

### 10. ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย (Longevity)

การออกแบบสัญลักษณ์ใดๆก็ตาม ชื่อและสัญลักษณ์ควรจะใช้ได้นานเพียงพอที่จะนำองค์กรนั้นๆ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งอาจจะมียุคเวลาอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป ดังนั้นการออกแบบสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตาม ไม่ควรยึดติดกับแฟชั่นหรือตัวสินค้า เนื่องจากสัญลักษณ์นั้นๆ จะใช้ไม่ได้ ทันทีหากมีการพัฒนารูปแบบสินค้า

### 11. ไม่ขัดต่อข้อห้ามทางกฎหมาย (un-illegal)

เช่น ไม่ใช่ตราราชการ หรือเครื่องหมายประจำองค์พระมหากษัตริย์ รวมทั้งของต่างประเทศ และภาพบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต



# Mercedes-Benz

ภาพที่ 3.19 สัญลักษณ์ของรถยนต์เมอซีเดสเบนซ์ เป็นเครื่องหมายที่ไม่แสดงถึงรูปร่างรูปทรงใดๆ แต่จะคำนึงถึงความสะอาด สวยงาม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรมากกว่า มีความเรียบง่ายใช้ได้ทุกยุค ทุกสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.7 การออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการที่นักออกแบบจะต้องทำการออกแบบสิ่งใดก็ตาม จะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบ ซึ่งเราสามารถแบ่งขั้นตอนการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การออกแบบเบื้องต้น เป็นการร่างแบบเพื่อแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบ เรียกว่า Preliminary หรือ Thumbnails
2. ขั้นกลั่นกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากการออกแบบเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก ออกแบบใหม่ ตรวจสอบ ขยาย หรือทำให้ดีขึ้น เรียกว่า Refinement หรือ Rough
3. ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบ เปรียบเทียบเพื่อหาแบบที่ดีที่สุดมานำเสนอลูกค้า ขั้นตอนนี้เรียกว่า Analyze หรือ Comps
4. ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง เรียกว่า Decide หรือ Print

#### 1. สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบ

เมื่อต้องการให้สัญลักษณ์ ป้าย หรือสิ่งต่างๆ มีความเข้ากันได้ดีนั้น ผู้ออกแบบจึงควรคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

##### 1.1 สีที่ใช้ (color)

โดยการใช้สีอย่างสมเหตุสมผล มีความหมาย และความเชื่อมโยงกันของอัตลักษณ์

##### 1.2 รูปแบบ และชนิดของตัวอักษร (Letter Style)

คำนึงถึงหน้าที่ และลักษณะการนำไปใช้กับสิ่งต่างๆ ให้เหมาะสมและสม่ำเสมอ

##### 1.3 ขนาดของป้าย (Sign Panel Size)

มีความเหมาะสมกับงานแต่ละประเภท สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของอัตลักษณ์

##### 1.4 วัสดุที่นำมาใช้ (Material)

เหมาะกับสถานที่และสภาพแวดล้อม และนำไปใช้กับป้ายต่างๆ ขององค์กรอย่าง

สม่ำเสมอ

##### 1.5 กราฟิคที่นำมาใช้ (Graphic Application)

สามารถสื่อถึงองค์กรได้ และนำไปใช้ได้สม่ำเสมอ สะดวกต่อการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. การพิจารณาเลือกเครื่องหมายการค้า

ในการออกแบบสัญลักษณ์มักจะมีผลงานมากกว่า 1 แบบ จึงจำเป็นต้องนำสิ่งเหล่านั้นมา คัดเลือกเพื่อนำแบบที่เหมาะสมที่สุดมาพัฒนา เครื่องหมาย (Check points in Deciding Upon A Mark) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 9 ข้อคือ

### 2.1 Suitability of the mark's content

คือความเหมาะสมของเครื่องหมาย ความหมายของเครื่องหมาย เข้ากับจุดประสงค์ ของบริษัทหรือไม่

### 2.2 Suitability to the media to be used

คือความเหมาะสมกับสิ่งที่เรานำเอาไปใช้ เช่นในการพิมพ์ ในการทำป้าย จะมีผล หรือไม่

### 2.3 Distinctiveness

คือ ความมีลักษณะพิเศษ เครื่องหมายมีความพิเศษดึงดูดความสนใจ เป็นงาน สร้างสรรค์หรือไม่

### 2.4 Contemporaneity

คือ ความอยู่ได้เหมือนเดิม เครื่องหมายนั้นจะมีความรู้สึกว่ายู่ได้นานโดยไม่ ล้าสมัย ใช้เวลาอย่างน้อย 5- 10 ปี หรือถาวร

### 2.5 Memorability

คือ ความสามารถที่จะอยู่ในความทรงจำ ง่ายต่อการนำไปทำต่อ

### 2.6 Reliability

คือ เครื่องหมายบ่งบอกว่าสามารถไว้ใจได้ น่าเชื่อถือ

### 2.7 Utility

สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่เกิดความสับสน เมื่อมองมุมผิดไปจากเดิม และรวมได้ กับ Logotype ของบริษัท

### 2.8 Relevance

สามารถตอบสนองบริษัท ทำให้เป็นสากลนิยมได้ สามารถส่งเสริมเอกลักษณ์ นั้นๆ ได้อย่างชัดเจน

### 2.9 Color individuality

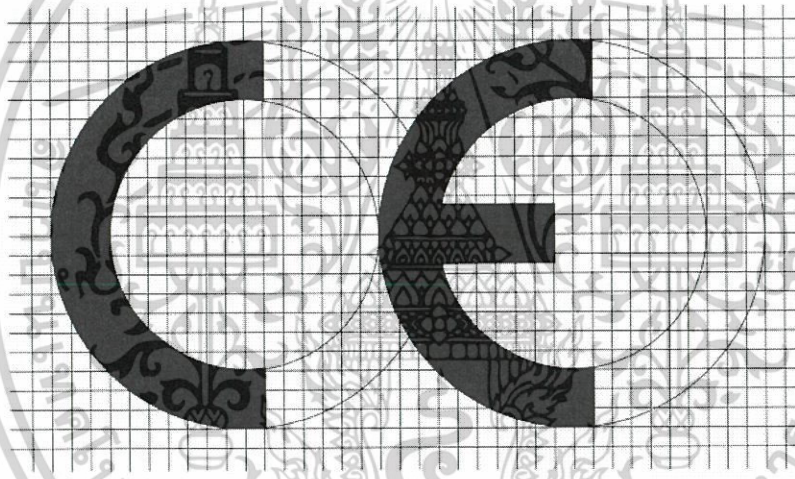
มีสีเฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่ง สื่อความหมายในแง่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.8 ตารางแม่แบบ (Grids)

ตารางแม่แบบ หรือ กริด มีความจำเป็นต่อการออกแบบสัญลักษณ์มาก การเลือกความหนาของเส้น ตำแหน่งและทิศทาง ถูกกำหนดโดยชนิดของตาราง และจะช่วยให้ผู้ออกแบบสร้างผลงานได้อย่างเป็นระเบียบ และมีความมาตรฐานมากขึ้น มีความสมบูรณ์และสะอาดเรียบร้อย แต่ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของแบบด้วยว่าสามารถจะจัดให้อยู่ในระบบของกริดได้มากน้อยเท่าใด

ความหมายของกริดคือ ตารางที่สร้างขึ้นมาให้เป็น โครงสร้างหรือแม่แบบ (Pattern) เพื่อให้งานที่ออกมานั้นสมบูรณ์ มีหลักง่ายและสะอาดเรียบร้อยขึ้น มีลักษณะเป็นช่องสี่เหลี่ยมจัตุรัสเล็กๆเรียงเป็นแถวในกรอบสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่มีขนาดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับแบบที่สร้างขึ้นมามีด้วย



ภาพที่ 3.20 ตัวอย่างการใช้ตารางแม่แบบ

### 3.9 สัญลักษณ์และป้ายสัญลักษณ์ (Sign & Symbol Sign)

สัญลักษณ์ หมายถึง ตัวกราฟฟิกที่อยู่บนป้ายต่างๆ ที่ทำการระบุชี้ชัดสถานที่นั้นๆ มีผลต่อคนดูมากกว่าตัวอักษรเพียงอย่างเดียว สัญลักษณ์จำเป็นต้องแสดงออก 2 อย่างคือ การห้ามและการให้ปฏิบัติตาม

ป้ายสัญลักษณ์ หมายถึง รูปลักษณะ รูปร่างของป้ายที่เป็นมากกว่าที่รองรับสัญลักษณ์ธรรมดา ป้ายสัญลักษณ์สามารถบ่งชี้ถึงประเภทของป้ายให้คนสามารถปฏิบัติตามด้วย เช่น ป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เตือน เป็นต้น ซึ่งป้ายสัญลักษณ์จะทำหน้าที่เป็นตัวเสริมให้สัญลักษณ์นั้นดูน่าเชื่อถือมากขึ้น โดยรูปร่าง รูปทรงของป้ายจะช่วยย้าให้คนดูเข้าใจมากขึ้น

สามารถสรุปวัตถุประสงค์ของป้ายและสัญลักษณ์ได้ดังนี้

1. เพื่อเป็นภาพประกอบในการอธิบายข้อความ สื่อให้เกิดความเข้าใจได้โดยใช้สี รูปร่าง สัญลักษณ์ อย่างกระชับ

2. เพื่อให้สัญลักษณ์เป็นสื่อแทนคำพูด ตัวอักษร ให้เกิดความเข้าใจในระยะหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่จำกัด เช่น ระยะการมอง ขนาดตัวอักษร

### 1. ลักษณะป้าย

ระบบป้ายสามารถแบ่งตามสถานที่ หรือสภาพแวดล้อมออกได้เป็น 2 สถานที่ คือ

#### 1.1 ป้ายภายนอก (Outdoor Sign)

ซึ่งป้ายเหล่านี้จะใช้กับคนเดินถนน ดังนั้นในการออกแบบป้ายจึงมีขนาดเล็กกว่า และมีตำแหน่งทางด้านขวามือของคนเดิน เพื่อให้เกิดความสะดวก ระยะที่ใกล้ที่สุดควรมองเห็นได้ชัดคือ 5 ฟุต

#### 1.2 ป้ายภายใน (Indoor Sign)

มักจะมีตำแหน่งอยู่ภายในตึก ขนาดของป้ายภายในอาคารจะมีขนาดเล็กกว่าป้ายภายนอก รวมถึงป้ายสำหรับพาหนะต่าง ระยะทางในการมองเห็นก็จะมีความใกล้เคียงด้วย

### 2. ประเภทป้าย

เราสามารถแบ่งประเภทของป้ายสัญลักษณ์ออกเป็น 5 ประเภท คือ

#### 2.1 สัญลักษณ์ที่ระบุชี้ชัดสถานที่นั้นๆ (Identification Sign)

เช่น ระบุอาคาร ห้องน้ำ ลิฟท์ บันไดหนีไฟ เป็นต้น

#### 2.2 สัญลักษณ์ที่ให้ข้อมูล (Information Sign)

เช่น แผนที่ แผนที่ผัง เป็นต้น

#### 2.3 สัญลักษณ์ที่บอกทิศทาง (Direction Sign)

เช่น ป้ายลูกศร เป็นต้น

#### 2.4 สัญลักษณ์ที่บอกห้ามต่างๆ (Prohibition)

เช่น ป้ายห้ามเข้า ป้ายเตือนไม่ให้กระทำการต่างๆ เป็นต้น

#### 2.5 สัญลักษณ์ที่บอกข้อความอื่นๆ (Notice)

เช่น บอร์ดประกาศ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 3.10 ปัจจัยของมนุษย์ที่มีผลต่อ Sign

การมองเห็นป้าย (Sign) มีอิทธิพลกับปัจจัยทางกายภาพและจิตวิทยาของมนุษย์มาก เช่น ความสามารถในการมองเห็น การอ่าน ความจำ ความรู้เกี่ยวกับสีต่างๆ เป็นต้น ซึ่งแต่ละบุคคลก็มีความคิดเป็นของตัวเอง หลากหลาย จึงเป็นการยากที่นักออกแบบจะควบคุมได้ ดังนั้นจึงต้องมีการออกแบบที่เป็นกลาง คนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้ โดยคำนึงถึงปัจจัยของมนุษย์โดยทั่วไปด้วย

การเข้าใจและการมองเห็นของ Sign มีอยู่ 2 ส่วนที่ต้องคำนึงถึง คือ

#### 1. ปัจจัยทางกายภาพ (Physical Factors) แบ่งออกได้ดังนี้

##### 1.1 ขอบเขตของการมองเห็น (Normal Field of vision)

โดยปกติแล้วคนทั่วไปสามารถครอบคลุมองศาการมองเห็นได้ประมาณ 60° พื้นที่นอกองศาดังกล่าวจะมองเห็นรายละเอียดได้น้อยลง

##### 1.2 อัตราการอ่านหนังสือ (Reading Rate)

การอ่านหนังสือของคนแต่ละคนจะไม่เท่ากัน โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 125-500 คำต่อนาที ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความฉลาด อายุ และการศึกษาด้วย

##### 1.3 ความยาก – ง่ายในการอ่านตัวหนังสือ (Ligibility)

มาตรฐานของคนส่วนใหญ่จะสามารถอ่านตัวหนังสือขนาด 1 นิ้ว โดยห่างจากตัวหนังสือประมาณ 15 เมตร

##### 1.4 ระดับสายตา (Eye Level)

ความสูงโดยเฉลี่ยของระดับสายตา (วัดจากพื้นถึงตาในท่ายืน) ประมาณ 5-6 นิ้ว (1.7 เมตร) แต่ถ้าคนนั่งจะประมาณ 1.3 เมตร เมื่อนั่งในรถยนต์จะมีระดับสายตาที่ประมาณ 1.4 เมตร และคนขับรถบรรทุกก็จะมีระดับสายตาที่สูงกว่าด้วย

##### 1.5 ความสูงของตัวอักษร (Letter Height)

การตัดสินใจเลือกใช้ความสูงของตัวอักษรขึ้นอยู่กับความเร็วของพาหนะ รวมถึงระยะเวลาในการอ่าน และทำความเข้าใจกับป้ายนั้นๆ

##### 1.6 อายุและความพิการทางร่างกาย (Aging and Physically Disabled People)

อายุที่มากขึ้นทำให้สมรรถภาพทางร่างกายถดถอยลง อาจเกิดความเข้าใจ และการมองเห็นป้ายได้ชัดเจนน้อยลง จากที่เคยอ่านหนังสือขนาด 1 นิ้วได้ในระยะ 15 เมตร อาจลดลงเหลือ 7.5 เมตร

#### 2. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) แบ่งได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปและพื้น (Figure and Ground Relationship)

รูปและพื้นที่จะเกี่ยวข้องกันในทางตรงกันข้าม โดยการมองเห็น การเข้าใจในพื้นที่ของรูป พื้นที่ว่าง หรือคำและตัวอักษร ที่ว่างระหว่างตัวอักษร และการจัดวางคำจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายหรือยากได้ด้วย ดังนั้นในการจัดวางหรือเลือกตัวอักษรจึงจำเป็นต้องมีการกระระยะการมอง และการจัดวางให้เหมาะสมกับรูปแบบในการออกแบบด้วย

## 2.2 ความหมายของสี (Implication of color)

การเลือกใช้สีนั้นต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะบุคคลในวัยต่างๆ กันย่อมรู้สึกต่างกัน นอกจากจะเลือกสีให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว การเลือกสีให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ให้เข้ากับกิจการและบริการ จะสามารถสร้างจุดแข็งให้กับสัญลักษณ์ได้เช่น

สีเทา ให้ความรู้สึก เศร้าขม สุกภาพ ผู้ดี

สีดำ ให้ความรู้สึก ลึกลับ มีด ทุกข์ โศก บาป

สีขาว ให้ความรู้สึก สะอาด บริสุทธิ์

สีแสด ให้ความรู้สึก ตื่นเต้นเร้าใจ สนุกสนาน อบอุ่น อันตราย

สีแดง ให้ความรู้สึก มั่งคั่งสมบูรณ์ ความสวย ความหวาน ความสุข ความร้อน

สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึก สุกภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เข้มแข็ง

สีเขียว ให้ความรู้สึก ร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย

และเมื่ออยู่ 6 สี (ไม่รวมขาว – ดำ) ที่สามารถอ่านได้ชัดเจนและเห็นความแตกต่างกันได้มากที่สุดคือ แดง เหลือง น้ำเงิน เขียว ส้ม น้ำตาล แต่ก็ไม่จำเป็นต้องใช้เพียง 6 สีนี้ อาจจะใช้สีขั้นที่ 2 เพื่อให้เกิดความสวยงามด้วยก็ได้

สีที่ทำให้เกิดอารมณ์และความรู้สึก ซึ่งในขั้นนี้ได้มีการนำมาดัดแปลงในการทำกราฟฟิก และการออกแบบภายใน เช่น สีแดงที่ให้ความรู้สึกอันตราย หรือฉุกเฉิน สีเหลืองแสดงความหมายเป็นการเตือน เป็นต้น

### 3.11 ปัจจัยที่มีผลต่อการมองเห็น

สภาพแวดล้อมของ Sign มีผลต่อการมองเห็น ดังนั้นเราอาจจะพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการมองเห็นป้ายสัญลักษณ์ได้ดังนี้

#### 1. แสงธรรมชาติ (Ambience Lighting)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าแสงธรรมชาติจะมีความสว่างประมาณ 25 แรงเทียน ไม่ทำให้ลวงตา แต่ถ้าต้องการมองป้ายสัญลักษณ์ภายนอกอาคารในเวลากลางวันก็ใช้เพียง 2 แรงเทียนเท่านั้น เมื่อใดที่แสงธรรมชาติเพิ่มความสว่างมากขึ้น ตัวหนังสือกับพื้นหลัง จะมีความต่างกันมากขึ้นด้วย ในกรณีที่ไม่มีแสงไฟช่วยการใช้ตัวหนังสือดำบนพื้นสีก็จะสามารถช่วยให้การมองเห็นชัดขึ้น อ่านง่ายขึ้น ดังนั้นการจัดการกับตัวหนังสือบนพื้นหลังจึงจำเป็นต้องมีการทดสอบสีกับแสงในสภาพแวดล้อมนั้นก่อน

## 2. ระดับสายตา (Sight Lines)

โดยทั่วไประดับสายตาของคนจะอยู่ที่ประมาณ 1.7 เมตร จึงต้องมีสิ่งควรคำนึงว่า ป้ายสัญลักษณ์ไม่ควรตั้งกึ่งกลางทางของสายตาที่มองเห็น และพิจารณาสถานที่นั้นๆ พร้อมตั้งปัญหาเพื่อหาวิธีการแก้ไข

## 3. พื้นทางด้านหลังของสัญลักษณ์ (Sign Background)

พื้นหลังมีอิทธิพลในการมองเห็น โดยจำเป็นต้องอาศัยหลักความสัมพันธ์ของรูปและพื้นมาเกี่ยวข้อง มันสามารถเบนความสนใจมาจากป้ายใหญ่ได้ ถ้าได้รับการออกแบบให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี

## 4. ตัวอักษรที่ต้องใช้กับสัญลักษณ์ (Letter Sign)

นักออกแบบหลายคนมักจะพบปัญหาคือการเลือกรูปแบบของตัวอักษรใช้งาน และการจัดวาง Layout ซึ่งต้องคำนึงถึงความแตกต่างกันระหว่างป้ายสัญลักษณ์ และงานสิ่งพิมพ์ 2 มิติ เพราะการเลือกใช้ตัวอักษรต้องคำนึงเสมอว่า จะสามารถอ่านออกได้ง่ายหรือไม่

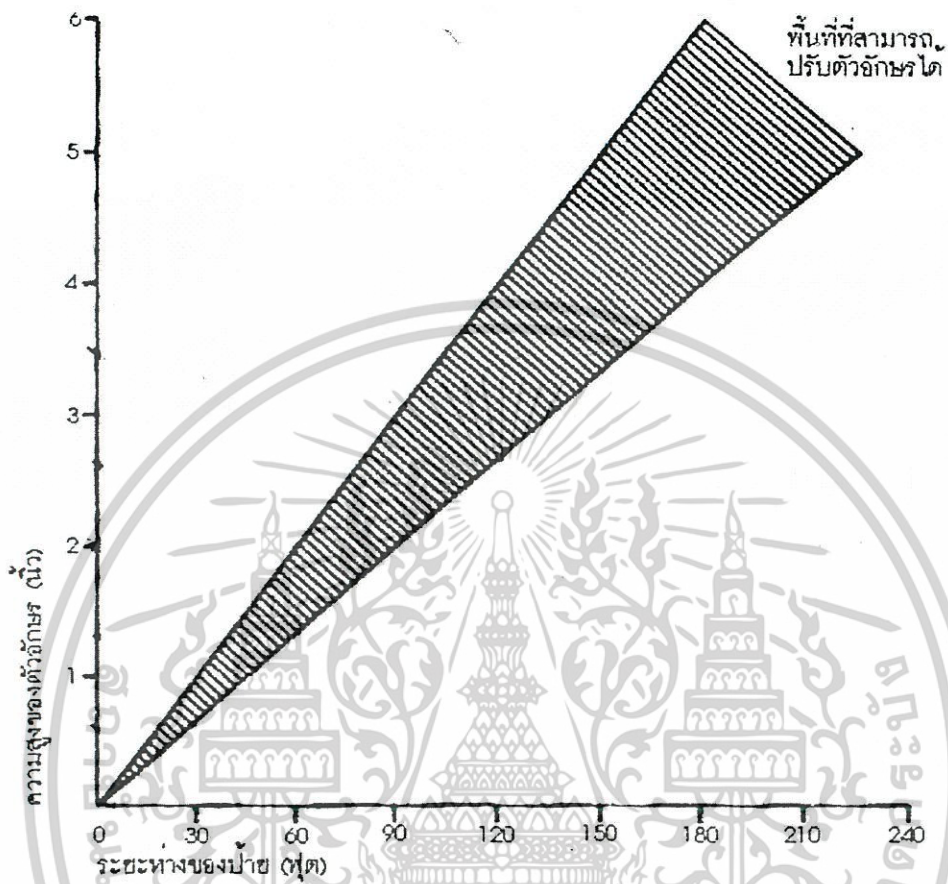
### 4.1 รูปแบบตัวอักษร

หมายถึง รูปแบบทั้งหมดของบุคลิกตัวอักษรที่นำมาใช้ต้องมีความเหมาะสมกับงานมากกว่าความพึงพอใจ และความสวยงามในด้านต่างๆ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือความอ่านออกอ่านง่าย จากตัวหนังสือทั้งหมดมีความแตกต่างทางด้านโครงสร้าง ความหนาของเส้น ช่องว่างภายในตัวอักษร และความสูง หากน้ำหนักของเส้นตัวอักษรน้อยก็อาจจะทำให้กลืนไปกับพื้นหลัง

### 4.2 ตัวอักษร คำ ช่องไฟ

การออกแบบให้มีความต่อเนื่องกัน เกี่ยวข้องกัน เมื่อมีการออกแบบสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว เส้นกริด (Grids) รูปแบบตัวอักษร ช่องว่างระหว่างบรรทัด พื้นที่ของตัวอักษรป้าย และระบบต่างๆ จะถูกกำหนดขึ้นมาทันที ดังนั้นขนาดของป้ายของตัวอักษรที่เหมาะสมที่สุดที่จะต้องอ่านในช่วงเวลาหนึ่ง คือ 48 point หรือ 0.5 นิ้ว และตัวหนังสือที่มีขนาดมาตรฐานไม่ควรที่จะมีเกิน 30 ตัวอักษรใน 1 บรรทัด (สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามขนาด และช่องไฟในการวางตัวอักษรด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบขนาดตัวอักษรและระยะห่างในการมอง  
ขนาดของป้ายอาจจะประมาณคร่าวๆ เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดตัวอักษรได้ดังนี้

ขนาดของตัวอักษร (นิ้ว)	ขนาดความกว้างของป้าย (นิ้ว)
0.5	12
0.75	18
1	21
1.5	30
2	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.12 Corporate Identity ของอุทยานแห่งชาติต่างๆ

#### 1.อุทยานแห่งชาติในต่างประเทศ

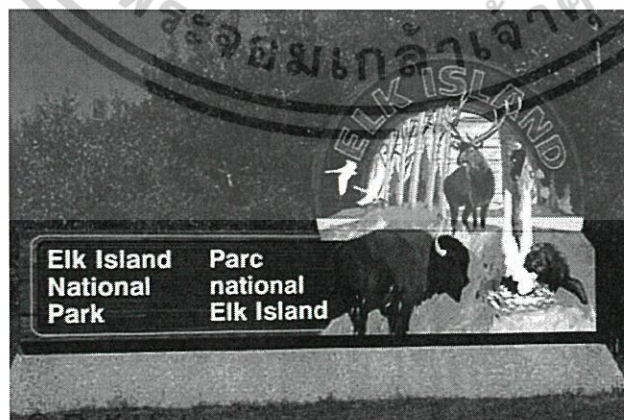
โดยส่วนมากอุทยานแห่งชาติทั้งหลายจะมีการออกแบบสัญลักษณ์ โดยนำเอาเอกลักษณ์ที่โดดเด่นออกมาเป็นจุดขาย และระบบป้ายต่างๆ ก็จะทำมาจากวัสดุธรรมชาติ ที่สามารถกลมกลืนกับป่าได้ หรือบางที่อาจจะใช้วัสดุที่มีความคงทนต่อสภาวะอากาศ ส่วนลักษณะของภาพ และกราฟฟิกประกอบจะคล้ายรูปจริง เป็นต้น



ภาพที่ 3.21 สัญลักษณ์ของอุทยานต่างๆ ในต่างประเทศ

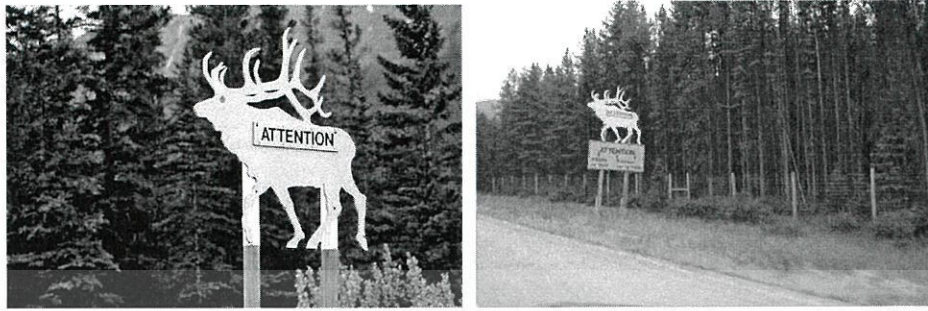
#### 1.1 อุทยานแห่งชาติ Elk Island

ลักษณะเด่นของอุทยานแห่งชาติ Elk Island จะใช้สัญลักษณ์เป็นสัตว์ป่าที่มีอยู่จำนวนมากในอุทยาน



ภาพที่ 3.22 ป้ายสัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติ Elk Island ประเทศแคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.23 ประเภทป้ายเตือนที่ทำเป็นรูปกวาง ของอุทยานแห่งชาติ Elk Island

### 1.2 อุทยานแห่งชาติ Jasper

ลักษณะของป้ายจะคล้ายคลึงกับอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย แต่มีความสวยงาม กว่าด้วยรูปภาพวาดที่มีสีสัน และมีการเล่น Layer ของป้ายด้วย ส่วนลักษณะของป้ายเตือน จะแทรกมุกตลกเข้าไปด้วยรูปภาพ



ภาพที่ 3.24 ป้ายสัญลักษณ์ ที่นำภาพของภูเขา Rockies มาเป็นเอกลักษณ์เด่น

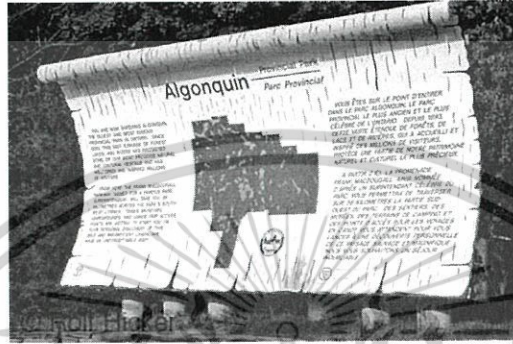


ภาพที่ 3.25 ประเภทป้ายเตือน ของอุทยานแห่งชาติ Jasper

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 อุทยานแห่งชาติ Algonquin

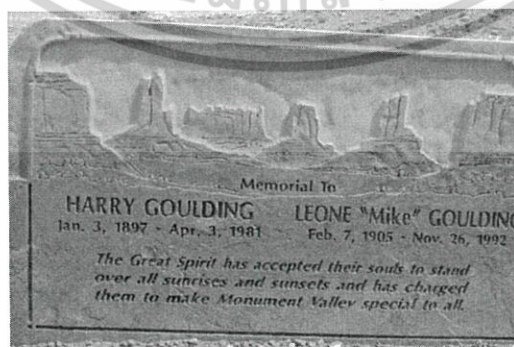
อุทยานแห่งชาติ Algonquin เป็นอุทยานประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง จึงมีการออกแบบให้มีความเก่า มีความเป็นประวัติศาสตร์



ภาพที่ 3.26 ป้ายแผ่นผัง และให้ข้อมูล มีการออกแบบคล้ายกระดาษโบราณที่จารึกเรื่องราวไว้



ภาพที่ 3.27 การตกแต่งบริเวณศูนย์บริการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติ Algonquin

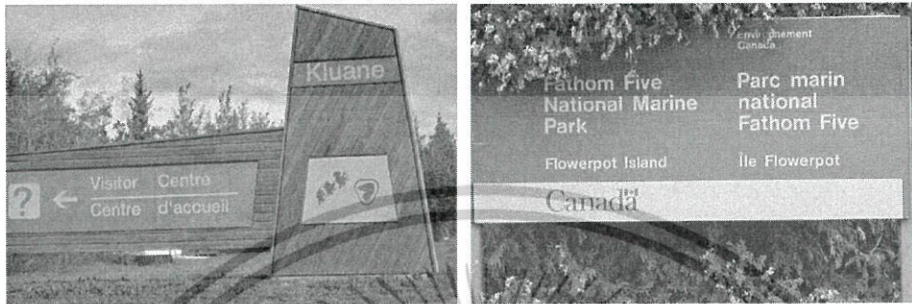


ภาพที่ 3.28 ป้ายอนุสรณ์ที่ใช้วัสดุเป็นหินทรายแกะสลัก ซึ่งเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

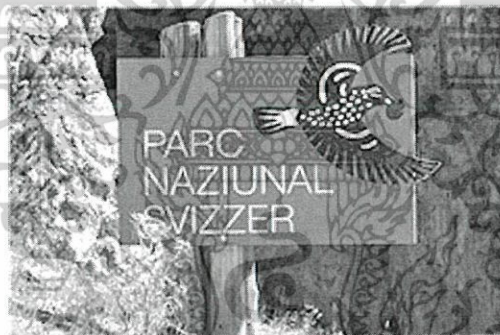
### 1.4 อุทยานแห่งชาติ Kluane

ระบบป้ายภายในอุทยานจะสื่อสารด้วย 2 ภาษา คือ อังกฤษ และ ฝรั่งเศส



ภาพที่ 3.29 ป้ายหน้าอุทยานที่บอกทิศทางไปศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไปในตัว และป้ายให้ข้อมูล

### 1.5 อุทยานแห่งชาติ Svizzer



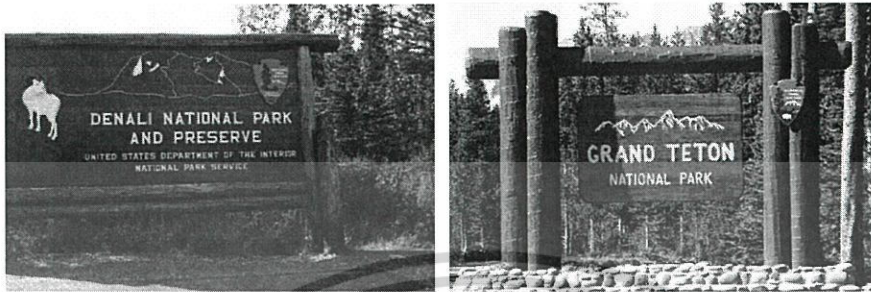
ภาพที่ 3.30 ป้ายหน้าทางเข้าอุทยาน และสัญลักษณ์นกบิน



ภาพที่ 3.31 ป้าย Information ต่างๆ ที่ใช้วัสดุเป็นแผ่นอลูมิเนียมทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.6 สัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติทั้งหมดในประเทศแคนาดา



ภาพที่ 3.32 การนำสัญลักษณ์ไปใช้กับป้ายหน้าอุทยานแห่งชาติต่างๆ



ภาพที่ 3.33 การนำสัญลักษณ์ไปใช้กับ Information Sign

## 2. อุทยานแห่งชาติต่างๆ ภายในประเทศ

ส่วนใหญ่อุทยานแห่งชาติในประเทศไทยนั้นจะใช้สัญลักษณ์ และระบบป้ายของกรมอุทยานแห่งชาติและสัตว์ป่า เหมือนกันหมด ยกเว้นบางแห่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยว เช่น เขาใหญ่ ดอยอินทนนท์ เป็นต้น



ภาพที่ 3.34 สัญลักษณ์อุทยานแห่งชาติที่ใช้กับทุกอุทยาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

#### 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

ภาพรวมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึงเป็นลักษณะของป่าสน มีอากาศที่หนาวเย็นตลอดทั้งปี มีความโดดเด่นในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะ “ผาหล่มสัก” ซึ่งนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจมาก ลักษณะของระบบอัตลักษณ์เดิมจะใช้สัญลักษณ์รวมของอุทยานแห่งชาติ ระบบป้ายเดิมที่มีอยู่มีความชัดเจนในการบอกรายละเอียด แต่ยังคงขาดสิ่งให้นักท่องเที่ยวควรได้เรียนรู้อยู่มาก อีกทั้งยังขาดความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบป้าย ที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมักนิยมถ่ายรูปด้วย จึงสามารถสรุปข้อมูลของอุทยานแห่งชาติภูกระดึงได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. เป็นอุทยานที่อุดมไปด้วยพรรณไม้ที่หลากหลายประเภท และมีความน่าสนใจในเชิงระบบนิเวศน์วิทยา
2. มีลักษณะการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่นักท่องเที่ยวต้องใช้การเดิน หรือจักรยานเท่านั้น
3. ระบบป้ายบริเวณอุทยานมีค่อนข้างเพียงพอ สื่อสารได้ดี แต่ยังคงขาดความสวยงามในการออกแบบอยู่
4. ระบบป้ายประเภทต่างๆ มีรูปแบบที่หลากหลาย ขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

#### 1. เอกลักษณ์สำคัญของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

อุทยานแห่งชาติภูกระดึงนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลายอย่าง แต่มีอยู่ 5 อย่างที่นักท่องเที่ยวเมื่อได้ขึ้นแล้วจะนึกถึงอุทยานแห่งชาติภูกระดึงทันที ดังนี้

##### 1.1 ผาหล่มสัก

อยู่ห่างจากศูนย์บริการท่องเที่ยววังกางประมาณ 9,700 ม. เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปชมพระอาทิตย์ตก และถ่ายรูปคู่กับชะง่อนหินที่ยื่นออกมาเคียงคู่ต้นสนที่ขึ้นมาริมหน้าผา

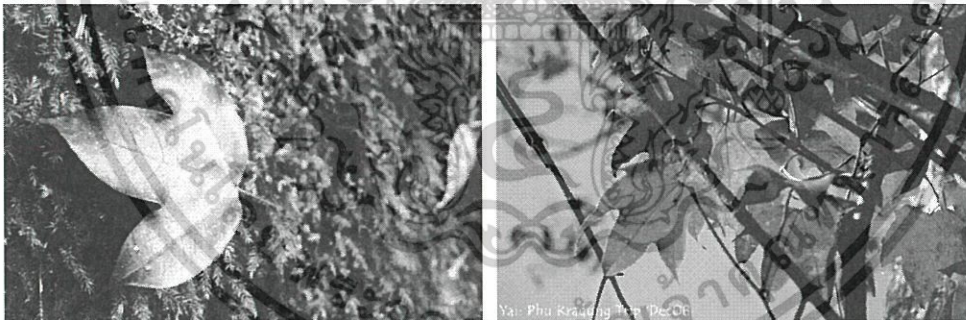
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1 ผาหล่มสัก

### 1.2 ใบเมเปิล

ใบเมเปิล หรือ ก่วมแดง ที่ภูกระดึงนี้จะมีลักษณะเป็นไป 3 แฉก แตกต่างกับใบเมเปิลที่ขึ้นที่อุทยานอื่นๆในประเทศไทย จะพบได้บริเวณเส้นทางเดินน้ำตก ช่วงเวลาในการเปลี่ยนสีของใบเมเปิลคือ ช่วง พฤศจิกายน ถึง มกราคม



ภาพที่ 4.2 ใบเมเปิลเปลี่ยนเป็นสีแดงในฤดูหนาว

### 1.3 ป่าสน

เป็นต้นไม้ที่ขึ้นอยู่ทั่วภูกระดึงครอบคลุมทั่วกว่า 60% ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งบนภูกระดึงนี้จะพบได้ทั้งสน 2 ใบ และสน 3 ใบ และป่าสนแห่งนี้ยังมีเสน่ห์ขึ้นมากในราวเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม เพราะจะเป็นช่วงที่ป่ามีหมอกมาก

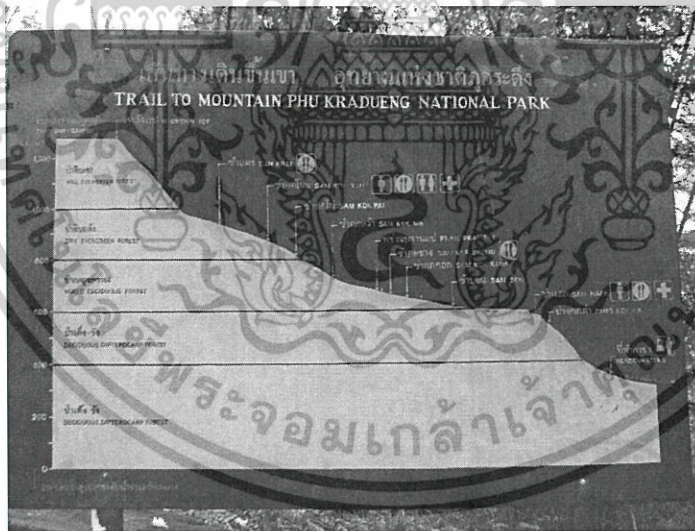
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 ป่าสนในยามพระอาทิตย์ตก และในช่วงมีหมอก

#### 1.4 ทางขึ้นภูกระดึง

จากตีนเขา จนถึงหลังแป (ยอดภู) มีระยะทาง 5,500 เมตร ระหว่างทางจะผ่านป่าลักษณะมากมาย เช่น ป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบ ป่าเต็งรัง ป่าสนเขา เป็นต้น และระหว่างทางยังมีที่พักที่เรียกกันว่า “ซำ” ให้นักท่องเที่ยวได้พักเหนื่อยอีกด้วย



ภาพที่ 4.4 แผนที่เส้นทางทางการเดินขึ้นภูกระดึง

#### 1.5 สัตว์ป่า

ที่ได้รับความสนใจมากจากนักท่องเที่ยว คือ กวางป่าที่เข้ามาหากินบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 กวางป่าที่เข้ามาหากินบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

#### 4.2 Corporate Identity เดิมของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

##### 1. สัญลักษณ์

เดิมนั้นอุทยานแห่งชาติภูกระดึงจะใช้สัญลักษณ์หลักของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพรรณพืช และมีสัญลักษณ์ย่อยของอุทยานเองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประทับใจเป็นที่ระลึก



ภาพที่ 4.6 สัญลักษณ์ของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพรรณพืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



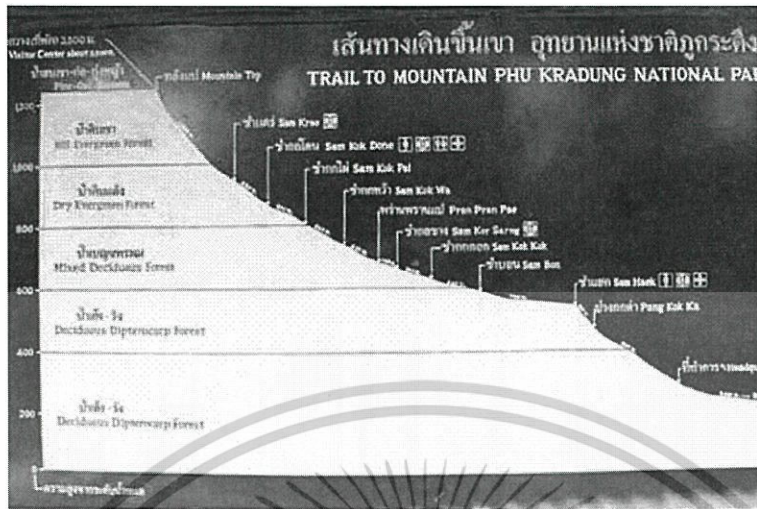


ภาพที่ 4.9 แผนผังบริเวณที่ทำการอุทยานแห่งชาติภูกระดึง



ภาพที่ 4.10 ป้ายบอกอุณหภูมิ และเวลาพระอาทิตย์ขึ้น – พระอาทิตย์ตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

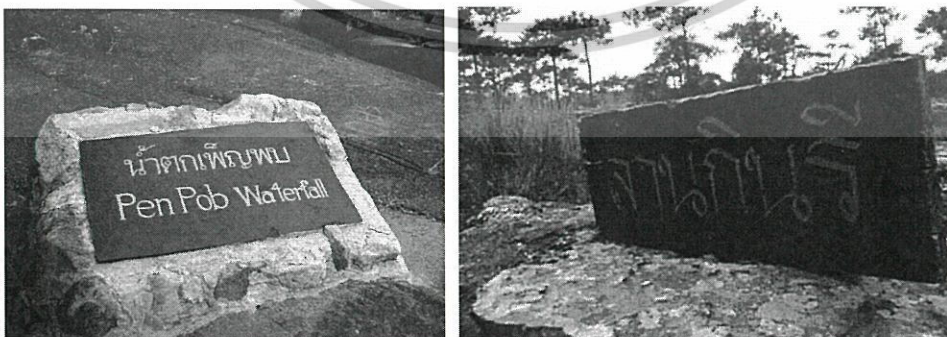


ภาพที่ 4.11 แผนที่เส้นทางขึ้นภูเข

2.2 Identity Sign



ภาพที่ 4.12 ป้ายบอกชื่อซำตามทางขึ้นเขา



ภาพที่ 4.13 ป้ายระบุดสถานที่ท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3 Direction Sign



ภาพที่ 4.14 ป้ายบอกทิศทางบนอุทยานฯ

### สรุปปัญหา

ป้ายมีความแตกต่างกันทั้งในประเภทเดียวกัน และต่างประเภท

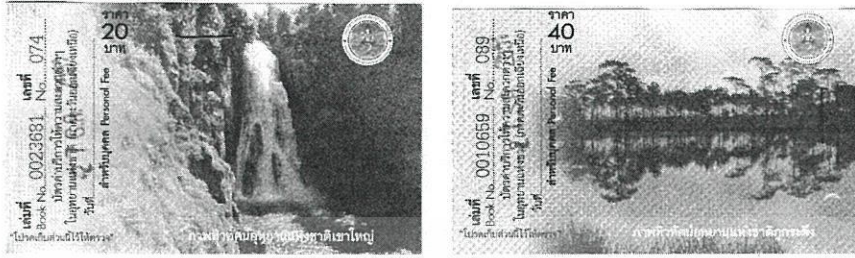
### 2.4 Prohibition Sign



ภาพที่ 4.15 ป้ายเตือน และห้ามเข้า

### 2.3 สิ่งพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.16 บัตรผ่านอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

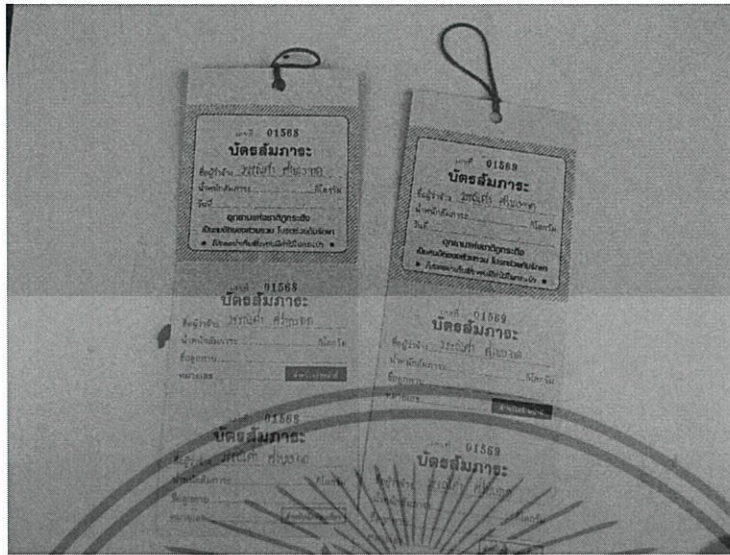


ภาพที่ 4.17 เกียรติบัตรอาสาพิทักษ์ภูกระดึง



ภาพที่ 4.18 เกียรติบัตรผู้พิชิตภูกระดึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.19 บัตริจางขนสัมภาระ

### แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

พื้นที่อุทยานฯ ในอำเภอภูกระดึงมีพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่ป่าภูกระดึง 52,000 ไร่เศษ ซึ่งประกอบด้วย ป่าภูกระดึง ป่าภูผามาศ ป่าภูผาแดง ป่าภูผาหมอน ป่าภูผาหิน ป่าภูผาเหล็ก ป่าภูผาไฟ ป่าภูผาจันทร์เพ็ญ ป่าภูผาจันทร์เสี้ยว ป่าภูผาจันทร์ทิพย์ ป่าภูผาจันทร์ฉาย ป่าภูผาจันทร์ประทีป ป่าภูผาจันทร์ทิพย์ ป่าภูผาจันทร์ฉาย ป่าภูผาจันทร์ประทีป ป่าภูผาจันทร์ทิพย์ ป่าภูผาจันทร์ฉาย ป่าภูผาจันทร์ประทีป

นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ วนอุทยานภูผาหมอน วนอุทยานภูผาหิน วนอุทยานภูผาเหล็ก วนอุทยานภูผาไฟ วนอุทยานภูผาจันทร์เพ็ญ วนอุทยานภูผาจันทร์เสี้ยว วนอุทยานภูผาจันทร์ทิพย์ วนอุทยานภูผาจันทร์ฉาย วนอุทยานภูผาจันทร์ประทีป วนอุทยานภูผาจันทร์ทิพย์ วนอุทยานภูผาจันทร์ฉาย วนอุทยานภูผาจันทร์ประทีป

พื้นที่อุทยานฯ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ วนอุทยานภูผาหมอน วนอุทยานภูผาหิน วนอุทยานภูผาเหล็ก วนอุทยานภูผาไฟ วนอุทยานภูผาจันทร์เพ็ญ วนอุทยานภูผาจันทร์เสี้ยว วนอุทยานภูผาจันทร์ทิพย์ วนอุทยานภูผาจันทร์ฉาย วนอุทยานภูผาจันทร์ประทีป วนอุทยานภูผาจันทร์ทิพย์ วนอุทยานภูผาจันทร์ฉาย วนอุทยานภูผาจันทร์ประทีป

ภาพที่ 4.20 แผ่นพับนำเที่ยว มี 8 หน้า เวลาใช้ค่อนข้างยากและไม่ทน

**สรุปปัญหา**  
 ขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ Corporate Identity และแนวทางในการออกแบบ

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะขององค์กรเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยคำนึงถึง ลักษณะรูปแบบของสัญลักษณ์ ความหมายของสีที่ใช้ และตัวอักษร คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ภายนอกภาพ และจิตวิทยา สามารถนำไปใช้ได้ง่ายและสะดวก มีความร่วมสมัยอยู่เสมอ

นอกเหนือจากการชื่นชมชมรมชาติแล้วการได้เรียนรู้รูปแบบของชมรมชาติก็น่าจะเป็นสิ่งที่ดีและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ สู่มิติใหม่ของการท่องเที่ยวชมรมชาติ คือ รู้จักและเข้าใจ สรรพชีวิตและสภาพชมรมชาติอันน่าพิศวง คันทา และสังเกตุ ความหลากหลายของพืชพรรณและสัตว์ป่า ซึมซับและประทับใจ ในความงามของชมรมชาติต่างฤดู มีความเป็นสากล มีความเป็นชมรมชาติ แสดงออกทั้งทางด้านวัสดุ กราฟฟิก และสามารถอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมได้

โดยมีแนวทางดังนี้

1. รูปแบบของสัญลักษณ์ที่สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของอุทยานแห่งชาติ ภูกระดึงให้ได้มากที่สุด ดังนี้
2. สามารถจดจำได้
3. รูปแบบของกราฟฟิกที่ถ่ายทอดความเป็นชมรมชาติ เชื่อมโยงกับสัญลักษณ์
4. วัสดุที่ใช้ เป็นไม้ที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น มีความทนทาน สามารถบอกรายละเอียดได้ชัดเจน
5. ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงท่องเที่ยว

**Theme**

ชมรมชาติ

**Mood & Tone**

1. ผจญภัย
2. ความเป็นป่าสน ป่าเมืองหนาว แบบภูกระดึง
3. ให้ความรู้เกี่ยวกับภูกระดึงให้มากที่สุด

**แนวทางการใช้สี**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 5

### การออกแบบ

#### 5.1 การออกแบบสัญลักษณ์ (Logo)

##### แบบร่างที่ 1

##### แนวคิด

Logo อุทยานแห่งชาติภูกระดึงประกอบด้วย Logo – Symbol ซึ่งก็คือ ผาหล่มสัก อันเป็นที่ท่องเที่ยวอันโดดเด่นของอุทยานฯ และใบเมเปิลสามแฉก  
Logotype ต้องการให้สามารถสื่อสารได้ทั้ง 2 ภาษา



ปัญหา : สัญลักษณ์มีการแข่งขันมากเกินไประหว่างผาหล่มสัก และใบเมเปิล อีกทั้งยังมี  
ลูกหาบ และทางขึ้นภูอีก ทำให้มีความเยอะเก็นไป องค์ประกอบยังขาดความลงตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างที่ 2

### แนวคิด

Logo ปรับให้ตัวอักษรสามารถสื่อความหมายได้ด้วยการปรับหัวของตัว ก ให้ยื่น ออกมาคล้ายชะง่อนหินของผาหล่มสัก โดยมีรูปภาพฟีกของต้นสน และใบเมเปิลมาเป็น ส่วนประกอบ



ปัญหา : Logo มีความเขย ไม่ตรงกับแนวคิดในตอนแรก Sign สื่อสารได้ไม่ชัดเจน และองค์ประกอบยังไม่ลงตัว

## แบบร่างที่ 3

### แนวคิด

ต้องการสื่อถึงผาหล่มสักซึ่งมีเส้นทางเดินริมผา ด้านล่างเป็นทะเลหมอก



ปัญหา : Logo มีความเขย ส่วนหมอกด้านล่างยังคงไม่เป็นหมอก ดูคล้ายน้ำมากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างที่ 4

### แนวคิด

ใช้เทคนิคภาพประกอบแบบ Wood Cut เพื่อเน้นความเป็นศิลปะจากธรรมชาติ ที่มี  
ลายเส้นชัดเจนไปขีดมาสื่อถึงร่องรอยของการผจญภัย



ปัญหา : ไม่เหมาะกับการเป็น Logo เท่าที่ควร ภาพดูยาก และรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างที่ 5

### แนวคิด

Logo มีการซ้อนกันของสีมีที่มาจากธรรมชาติทุกอย่างทั้ง ธรรมชาติ สัตว์ การเรียนรู้ ในอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ซึ่งในที่นี้ กวางถือเป็นสัตว์ที่ได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยวเพราะเป็นสัตว์ที่เป็นมิตร เข้าหามนุษย์ ต่างจากกวางป่าทั่วไป



ปัญหา : เริ่มมีความชัดเจนของแนวทางในการออกแบบแล้ว แต่องค์ประกอบยังไม่ลงตัว

จากการออกแบบที่ผ่านมาได้มีการเลือก Sketch ที่ 4 มาพัฒนาต่อเนื่องจากแนวความคิด และองค์ประกอบมีความชัดเจน และสื่อสารได้ดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาขั้นที่ 1 ปรับและจัดวางองค์ประกอบหลายๆ แบบ



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



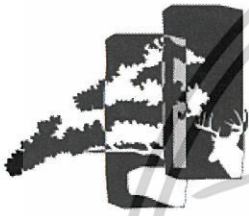
อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง

พัฒนาขั้นที่ 2 ปรับแต่งและจัดวางองค์ประกอบใหม่ และปรับสีให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาขั้นที่ 3 ปรับมาเป็นการใช้สีแบบสีน้ำ ที่จะสื่อถึงเอกลักษณ์ของภูกระดึงที่มี  
ความเป็นธรรมชาติได้ดี เกิดความแตกต่าง ใหม่ และน่าสนใจ

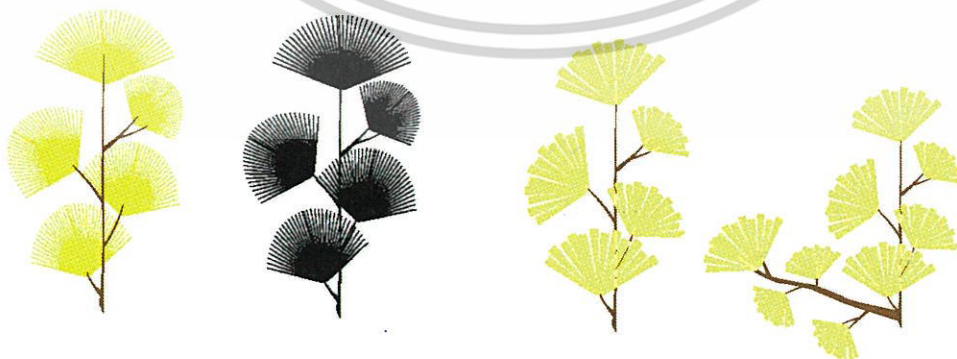


## 5.2 การออกแบบ Graphic Element

### แบบร่างที่ 1

แนวคิด

ใช้การตัดทอนกราฟฟิค เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้ง่าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

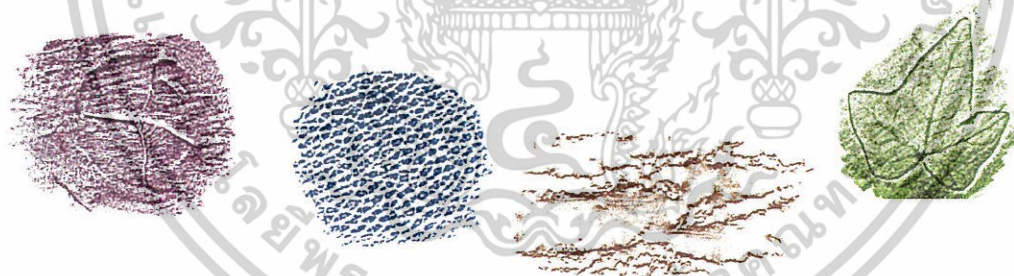


ปัญหา : ยังไม่มีความแตกต่างจากการออกแบบงานอื่นๆ

แบบร่างที่ 2

แนวคิด

ใช้ texture ของธรรมชาติมาเป็นภาพประกอบ เพื่อสร้างความแตกต่าง



ปัญหา : จดจำได้ยาก และนำไปใช้ลำบาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แบบร่างที่ 3

#### แนวคิด

ทดลองนำวัสดุธรรมชาติมาทำเทคนิค “ป่นสี” ทำให้เกิดลายขึ้นมา



ปัญหา : จดจำได้ยาก และไม่มีความชัดเจน

### แบบร่างที่ 4

#### แนวคิด

ทดลองทำรูปภาพเป็นสีน้ำ ด้วยเทคนิคการเทสี เป่าสี และหยดสี เพื่อสร้างความแตกต่างจากภาพประกอบของสีน้ำแบบทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

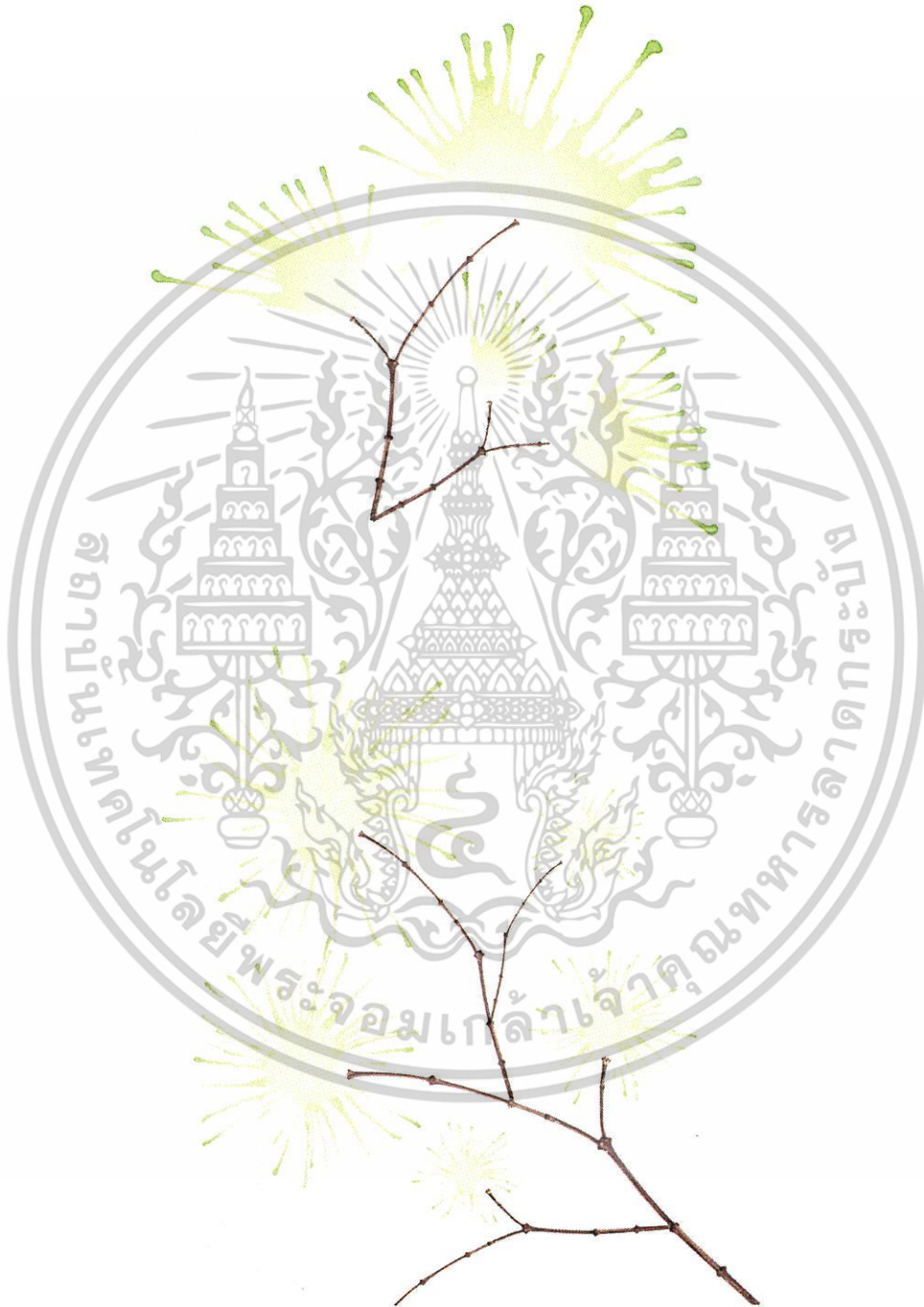
- น้ำตก เกิดจากการเป่าสี



- หยดน้ำ เกิดจากการหยดสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

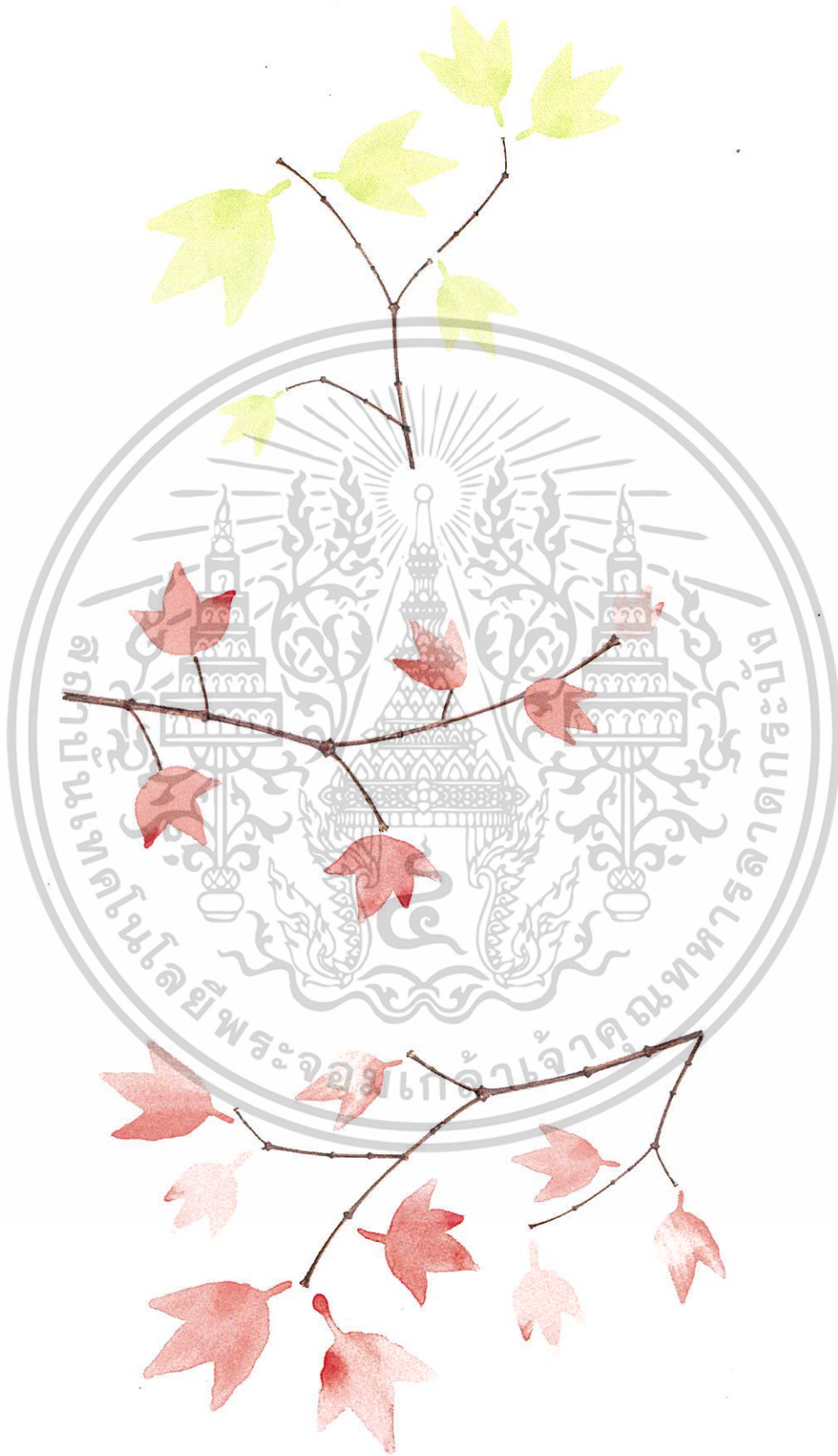
- ใบสน เกิดจากการเป่าสี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กราฟฟิกอื่นๆ



จากแบบร่างนี้จึงนำบางส่วนที่ทำไปใช้ และลดทอนให้มีความละเอียดน้อยลง  
 เหมาะกับการเป็น Graphic Element

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

#### แบบร่างที่ 1

##### แนวคิด

พัฒนามาจากแบบร่างของสัญลักษณ์ที่ 1 โดยนำวงกลมมาใช้ร่วมกัน และใช้ตัว I ที่แทน Information มาปรับเป็นลักษณะต่างๆ แทนตัวคน



ปัญหา : ขาดความลงตัวของ Icon และยังไม่สื่อสารได้ไม่ชัดเจน คนทั่วไปอาจไม่เข้าใจ

#### แบบร่างที่ 2

##### แนวคิด

ใช้รูปของอาคารศูนย์บริการมาเป็นกรอบหลังเพื่อป้องกันสัญลักษณ์บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ปัญหา : นำไปปรับปรุงใช้กับสัญลักษณ์ภาพแบบอื่นได้ยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แบบร่างที่ 3

#### แนวคิด

ใช้ รูปกรอบพื้นหลังของ Icon มาจากตัว ก ของคำว่ากฎกระดิ่งจากแบบร่างของ สัญลักษณ์ที่ 2

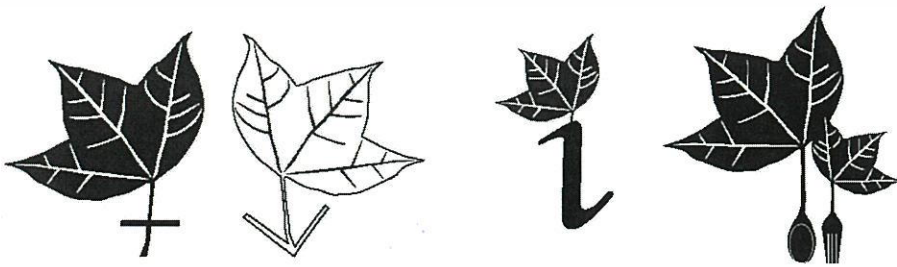


ปัญหา : ขาดความลงตัว และนำไปใช้ได้อย่างไม่เหมาะสมกับสถานที่

### แบบร่างที่ 4

#### แนวคิด

ทำสไตล์ภาพคล้ายลายเส้นของ wood cut ที่สืบเนื่องมาจากแบบร่างสัญลักษณ์ที่ 3 และ 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างที่ 5

แนวคิด

ปรับปรุง และนำกรอบพื้นหลังมาจากแบบร่างสัญลักษณ์ที่ 5



ปัญหา : ขาดความรู้สึกของความเป็นอุทยาน คู่อ่อนหวานเหมือนร้านขนม แต่สามารถเข้ากับสัญลักษณ์ที่ออกแบบมาได้เพราะใช้ลักษณะภาพแบบเดียวกัน

จากแบบร่างนี้เห็นว่ามีความใกล้เคียง และเข้ากันได้กับสัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติภูกระดึงที่ออกแบบมา จึงเลือกแบบร่างนี้และนำไปพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## พัฒนาขั้นที่ 3

ปรับรูปแบบสีที่ใช้กับกรอบพื้นหลัง ให้เหลือเพียง 1-2 สี



## พัฒนาขั้นที่ 4

เปลี่ยนการใช้รูปกรอบหลังมาเป็นสีเหลี่ยมจัตุรัส แต่ยังมีบางแบบที่ยังใช้กรอบแบบเดิมอยู่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาขั้นที่ 5

ปรับมาใช้กรอบแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสทั้งหมดกับส่วนที่เป็นอาคาร และที่ท่องเที่ยว ส่วนศาลา บ้านพัก และเต็นท์จะไม่ใส่กรอบ



แบบร่างที่พัฒนาแล้ว

- บอกสถานที่ท่องเที่ยว



- ให้ข้อมูลบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 6

### ผลงานจริง

#### 6.1 สัญลักษณ์ และระบบการใช้ Corporate Identity

##### 1. สัญลักษณ์



##### ที่มาของสัญลักษณ์


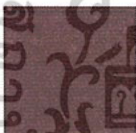
1. ผาหล่มสัก เป็นเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเป็นที่ยู๊จัก
2. กวางป่า เป็นสัตว์ที่เป็นมิตรกับมนุษย์มาก ต่างจากกวางป่าที่อื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Color

แบบสีที่บใช้เมื่อไม่สามารถพิมพ์สิ่งต่างๆ ด้วยระบบสีน้ำได้

อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง

	C = 10 M = 35 Y = 20 K = 50		C = 0 M = 11 Y = 45 K = 0		C = 0 M = 20 Y = 55 K = 0
	C = 0 M = 100 Y = 100 K = 70		C = 30 M = 5 Y = 70 K = 0		C = 20 M = 5 Y = 70 K = 0

**Black & White**




อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง



WHITE



BLACK



C = 0  
M = 0  
Y = 0  
K = 70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ระบบการนำไปใช้

### ตารางแม่แบบ (Grid)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

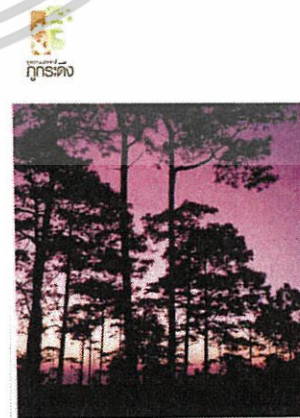
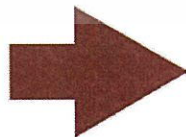
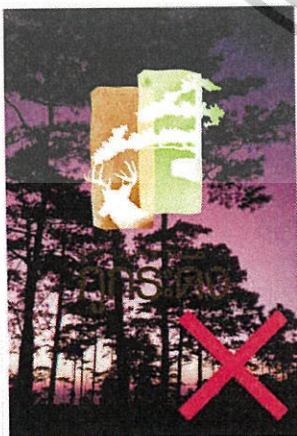
### Framing

จะเห็นได้ว่าความสูงของ X = ความสูงของตัวหนังสือคำว่า อุทยานแห่งชาติ  
 ภูกระดึง ทั้งหมด มีขึ้นเพื่อเว้นระยะขอบเวลานำไปใช้งานให้มีขนาดที่เท่ากันและเหมาะสมตาม  
 สัดส่วน



### Imporper Usage

1. ห้ามใช้สัญลักษณ์ลงบนภาพ โดยตรง หากต้องการใช้ให้ใส่แถบสีขาวไว้ตรงข้างบนภาพ หรือข้างล่างภาพเท่านั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ห้ามทำการ Transperency สัญลักษณ์โดยเด็ดขาด



อุทยานแห่งชาติ  
ภูกระดึง

### 6.2 Graphic Element

#### 1. ทางขึ้นภูกระดึง



สำหรับใช้กับสิ่งพิมพ์

สำหรับระบบป้าย

ที่มา

เป็นลักษณะทางขึ้น ไปยังยอดภูของภูกระดึง ซึ่งจะผ่านซำต่างๆด้วย

#### 2. ใบเมเปิล



สำหรับใช้กับสิ่งพิมพ์

สำหรับระบบป้าย

ที่มา

กิ่งก้าน และใบ ของต้นเมเปิล ที่สามารถพบได้ตามเส้นทางน้ำตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. กิ่งสน



สำหรับใช้กับสิ่งพิมพ์

สำหรับระบบป้าย

ที่มา

เป็นกิ่งสนที่เป็นพืชที่สามารถพบได้มากบนภูกระดึง

### 4. ผืนดิน และผืนทราย

A



B



ที่มา

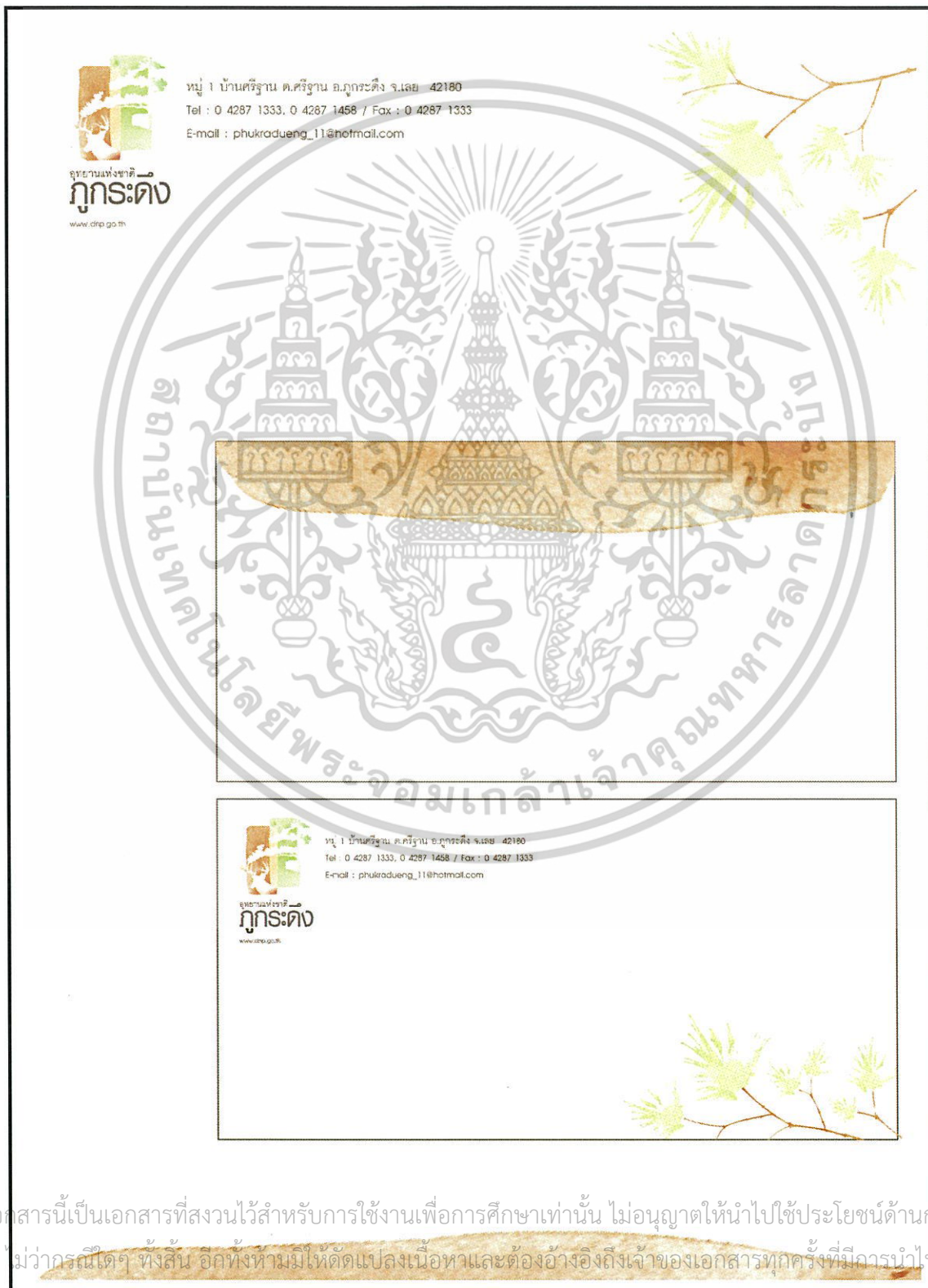
เป็นผืนดิน และผืนทราย บนภูกระดึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

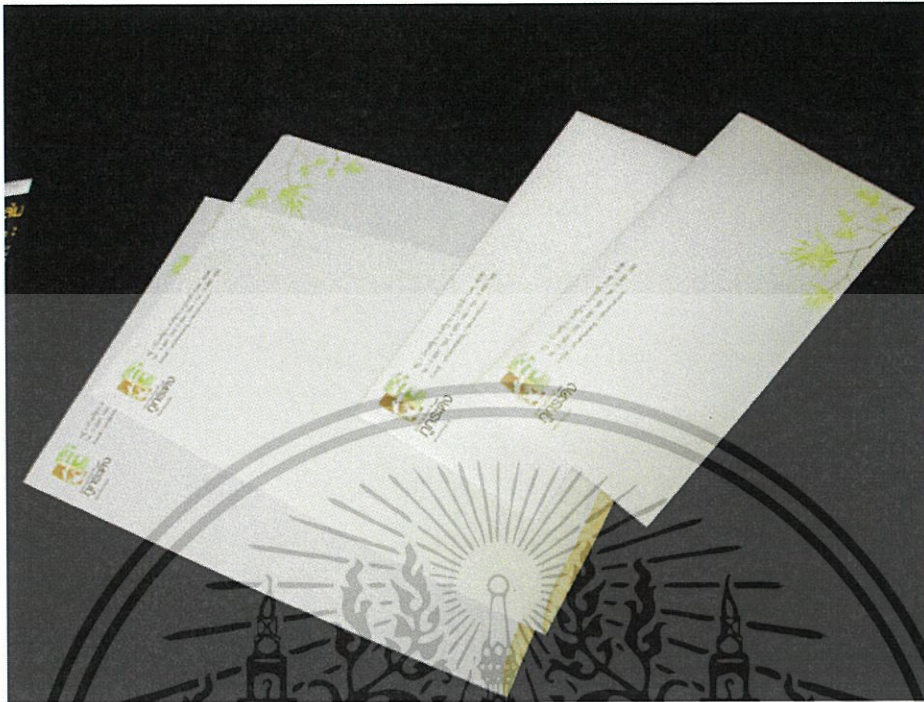
### 6.3 สิ่งพิมพ์

#### 1. Stationery

- กระดาษจดหมาย และซอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



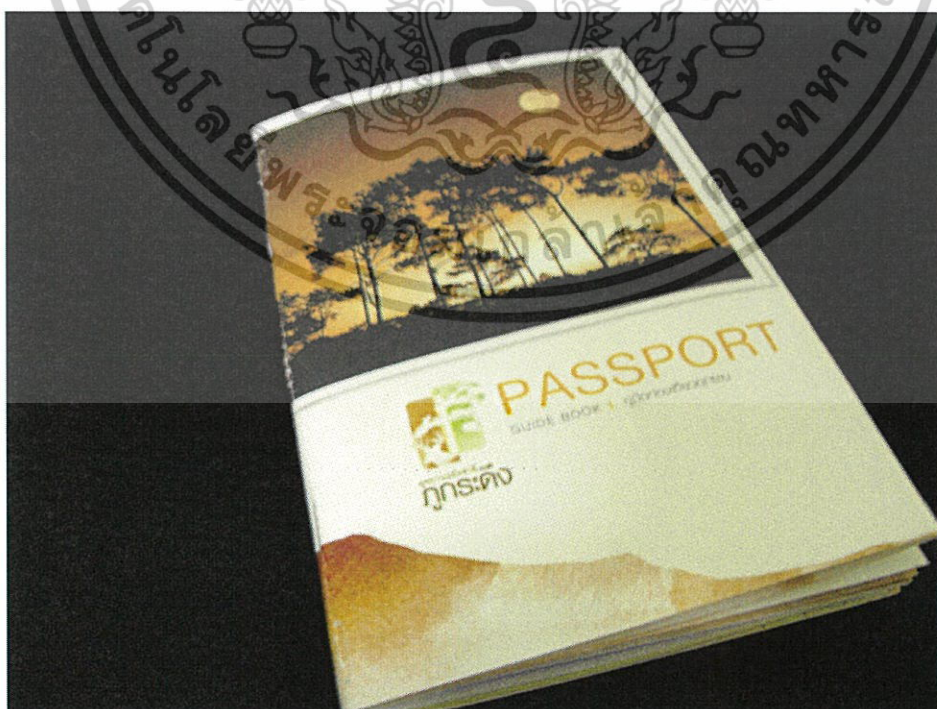
- นามบัตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

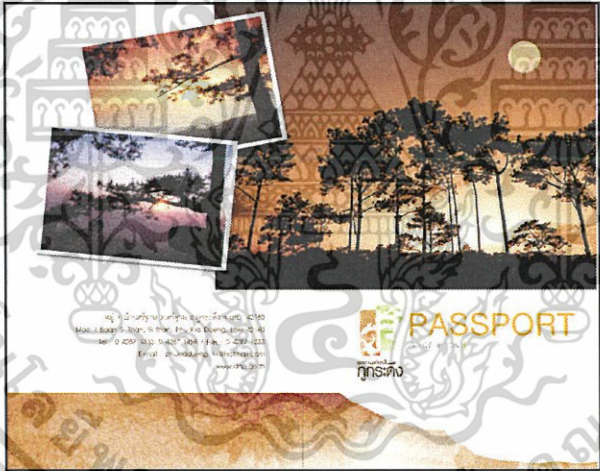
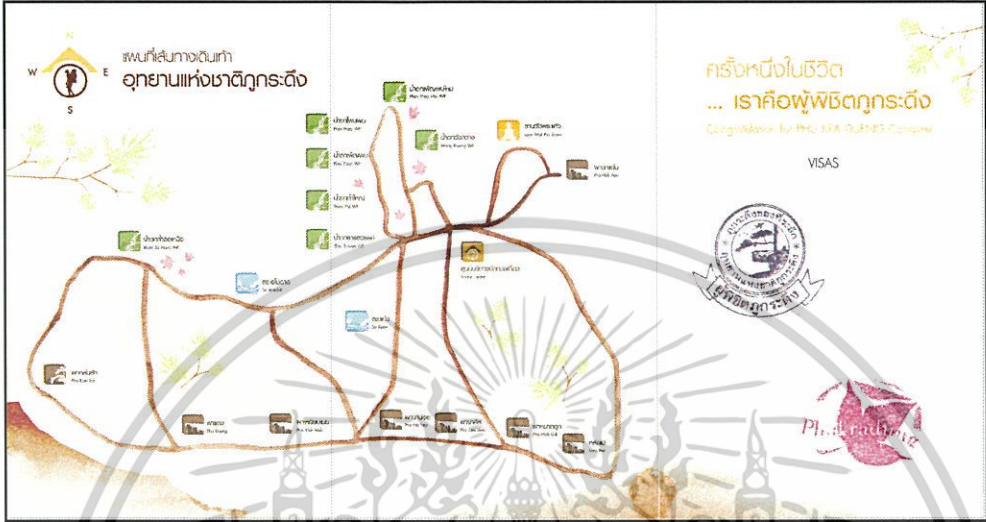


2. คู่มือแนะนำการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูกระดึง เป็นคู่มือที่ให้ทั้งความรู้เกี่ยวกับภูกระดึง และยังสามารถเป็นบันทึกความทรงจำ การผจญภัย และการเรียนรู้บนอุทยานแห่งชาติภูกระดึงอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- รองปกหน้า  
เป็นหน้าแผนที่ และที่ประทับตราอุทยานฯ มี 3 พับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การเดินทาง

TRAVEL INFORMATION

**โดยรถยนต์**  
 มีหลายเส้นทางที่นำไปสู่อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า ได้แก่ ทางที่ 1 และทางที่ 2 ดังนี้  
**ทางที่ 1** เริ่มต้นที่ตัวเมืองพิษณุโลก ไปตามถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร


**ทางที่ 2** เริ่มต้นที่ตัวเมืองพิษณุโลก ไปตามถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนสายพิษณุโลก-หล่มสัก ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร

**โดยรถโดยสาร**  
 มีรถโดยสารที่วิ่งจากพิษณุโลกมาที่อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าทุกวัน

**โดยรถจักรยานยนต์**  
 สามารถนำรถจักรยานยนต์มาที่อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าได้

## ธงชัย

BACKGROUND • PHOTOGRAPHY • CREATIVITY



ภูหินร่องกล้าเป็นอุทยานแห่งชาติที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเพื่อเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรม มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 100,000 ไร่

ภูหินร่องกล้ามีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 100,000 ไร่ มีพื้นที่ป่าประมาณ 80,000 ไร่ และพื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 20,000 ไร่

ภูหินร่องกล้ามีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวจะมีอากาศหนาวเย็นเป็นพิเศษ

ภูหินร่องกล้ามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น วนอุทยานภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

ภูหินร่องกล้ามีชื่อเสียงในด้านอากาศที่เย็นสบายและทิวทัศน์ที่สวยงาม

ภูหินร่องกล้ามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น วนอุทยานภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

## ภูหินร่องกล้า

ภูหินร่องกล้า



ภูหินร่องกล้าเป็นอุทยานแห่งชาติที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเพื่อเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรม มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 100,000 ไร่

ภูหินร่องกล้ามีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 100,000 ไร่ มีพื้นที่ป่าประมาณ 80,000 ไร่ และพื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 20,000 ไร่

ภูหินร่องกล้ามีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวจะมีอากาศหนาวเย็นเป็นพิเศษ

ภูหินร่องกล้ามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น วนอุทยานภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

ภูหินร่องกล้ามีชื่อเสียงในด้านอากาศที่เย็นสบายและทิวทัศน์ที่สวยงาม

ภูหินร่องกล้ามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น วนอุทยานภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า และอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า

- ภายในเล่มจะให้ความรู้ถึงประวัติ ความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




**น้ำตกผานาง**  
น้ำตกขนาดใหญ่ ไหลลงสู่แอ่งน้ำ 5.7 กม. เป็นหิน แล  
น้ำร้อน ลมพัดเย็นสบาย 18 องศาเซลเซียส  
น้ำเย็นสบายในฤดูร้อน น้ำร้อนในฤดูหนาว  
เหมาะสำหรับพักผ่อน

**Thun Sai Nang Waterfall**  
It is about 5.7 km. far from the visitor center.  
The water temperature there is about 18 degrees  
which is suitable for a bath below with beautiful  
scenery around.

**น้ำตกผานาง**  
น้ำตกขนาดใหญ่ ไหลลงสู่แอ่งน้ำ 5.7 กม. เป็นหิน แล  
น้ำร้อน ลมพัดเย็นสบาย 18 องศาเซลเซียส  
น้ำเย็นสบายในฤดูร้อน น้ำร้อนในฤดูหนาว  
เหมาะสำหรับพักผ่อน

**Thun Sai Nang Waterfall**  
It is about 5.7 km. far from the visitor center.  
The water temperature there is about 18 degrees  
which is suitable for a bath below with beautiful  
scenery around.



**น้ำตกผานาง**  
น้ำตกขนาดใหญ่ ไหลลงสู่แอ่งน้ำ 5.7 กม. เป็นหิน แล  
น้ำร้อน ลมพัดเย็นสบาย 18 องศาเซลเซียส  
น้ำเย็นสบายในฤดูร้อน น้ำร้อนในฤดูหนาว  
เหมาะสำหรับพักผ่อน

**Thun Sai Nang Waterfall**  
It is about 5.7 km. far from the visitor center.  
The water temperature there is about 18 degrees  
which is suitable for a bath below with beautiful  
scenery around.

## พืชในเมืองหนาวร้อน

สภาพภูมิอากาศของเมืองหนาวร้อนมีลักษณะ  
อากาศร้อนชื้นในฤดูร้อนและอากาศเย็น  
สบายในฤดูหนาว อุณหภูมิเฉลี่ย  
ประมาณ 25-30 องศาเซลเซียส  
ความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ 70-80%  
เหมาะสำหรับปลูกพืชเมืองหนาว

พืชเมืองหนาวที่นิยมปลูกในเมืองหนาวร้อน  
ได้แก่ พืชเมืองหนาวที่ทนต่ออากาศร้อน  
และแห้งแล้ง เช่น พืชเมืองหนาวที่  
ทนต่ออากาศร้อนและแห้งแล้ง

**ลักษณะของพืชเมืองหนาว**  
พืชเมืองหนาวมีลักษณะใบหนา  
และสีเขียวเข้ม มีขนปกคลุม  
ลำต้นและกิ่งก้าน เพื่อป้องกัน  
การคายน้ำและป้องกัน  
การไหม้จากแสงแดด

การปลูกพืชเมืองหนาวในเมืองหนาวร้อน  
ควรเลือกพื้นที่ที่มีแสงแดด  
เพียงพอ และระบายน้ำ  
ได้ดี ควรปลูกพืชเมืองหนาว  
ในช่วงฤดูร้อนหรือต้นฤดู  
ฝน เพื่อให้พืชปรับตัว  
กับสภาพอากาศได้

**การดูแลรักษาพืชเมืองหนาว**  
ควรรดน้ำสม่ำเสมอ  
และใช้ปุ๋ยสูตรเสมอ  
เพื่อส่งเสริมการเจริญ  
เติบโตของพืช

## สัตว์ป่า

สัตว์ป่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าของประเทศไทย  
ซึ่งมีอยู่อย่างหลากหลายชนิด  
ทั้งในป่าและนอกป่า การอนุรักษ์  
สัตว์ป่าเป็นสิ่งสำคัญ  
เพื่อรักษาความหลากหลาย  
ทางชีวภาพของประเทศไทย

**การอนุรักษ์สัตว์ป่า**  
ควรปฏิบัติตามกฎหมาย  
คุ้มครองสัตว์ป่า  
และห้ามล่าสัตว์ป่า  
โดยไม่ได้รับอนุญาต

สัตว์ป่ามีลักษณะรูปร่าง  
และพฤติกรรมที่หลากหลาย  
ทั้งในป่าและนอกป่า  
การอนุรักษ์สัตว์ป่า  
เป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษา  
ความหลากหลายทางชีวภาพ  
ของประเทศไทย

**การอนุรักษ์สัตว์ป่า**  
ควรปฏิบัติตามกฎหมาย  
คุ้มครองสัตว์ป่า  
และห้ามล่าสัตว์ป่า  
โดยไม่ได้รับอนุญาต

ชนิดสัตว์	จำนวน	พื้นที่คุ้มครอง	สถานภาพ
เสือโคร่ง	171	1	7
สัตว์ป่าคุ้มครอง	40	4	15
สัตว์ป่าสงวน	22	-	-
สัตว์ป่าหายาก	36	2	1
รวม	275	7	23

สัตว์ป่าคุ้มครอง มีถิ่นอาศัยตามธรรมชาติ  
และถูกคุกคาม

สัตว์ป่าสงวน มีถิ่นอาศัยตามธรรมชาติ  
และถูกคุกคามอย่างรุนแรง

- มีการให้ความรู้ในการแยกประเภทพืช และบอกชนิด จำนวน ของสัตว์ และมีเกม  
ให้ทายรอยเท้าสัตว์พร้อมบอกขนาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





- นอกจากจะได้บันทึกเกี่ยวกับดอกไม้ที่ได้พบแล้ว ยังมีแถบไม้บรรทัดให้วัดเพื่อใช้สำรวจสิ่งต่างๆ และมีหน้าสำหรับให้ได้นบันทึกความประทับใจเพิ่มเติมด้วย



- มีปฏิทินธรรมชาติที่บอกถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพป่า ในแต่ละฤดู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. บัตรผ่านอุทยาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. เกียรติบัตรผู้พิชิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 5. ป้ายจ้างชนสัมภาระ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

 **บัตรสำมการ:**  
เลขที่ 08089 (ตอนที่ 1)

คุณธรรมเพื่อชาติ  
**ภูกะดิง**

ชื่อผู้ว่าจ้าง \_\_\_\_\_  
 ตำแหน่งนักสัมภาระ \_\_\_\_\_  
 วันที่  /  /

หมายเลขลูกหาบ \_\_\_\_\_

ชื่อผู้ว่าจ้าง \_\_\_\_\_  
 ตำแหน่งนักสัมภาระ \_\_\_\_\_  
 วันที่  /  /

หมายเลขลูกหาบ \_\_\_\_\_

ใช้แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 สำหรับผู้จ้าง และส่วนที่ 2 สำหรับลูกหาบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ถุงกระดาษ



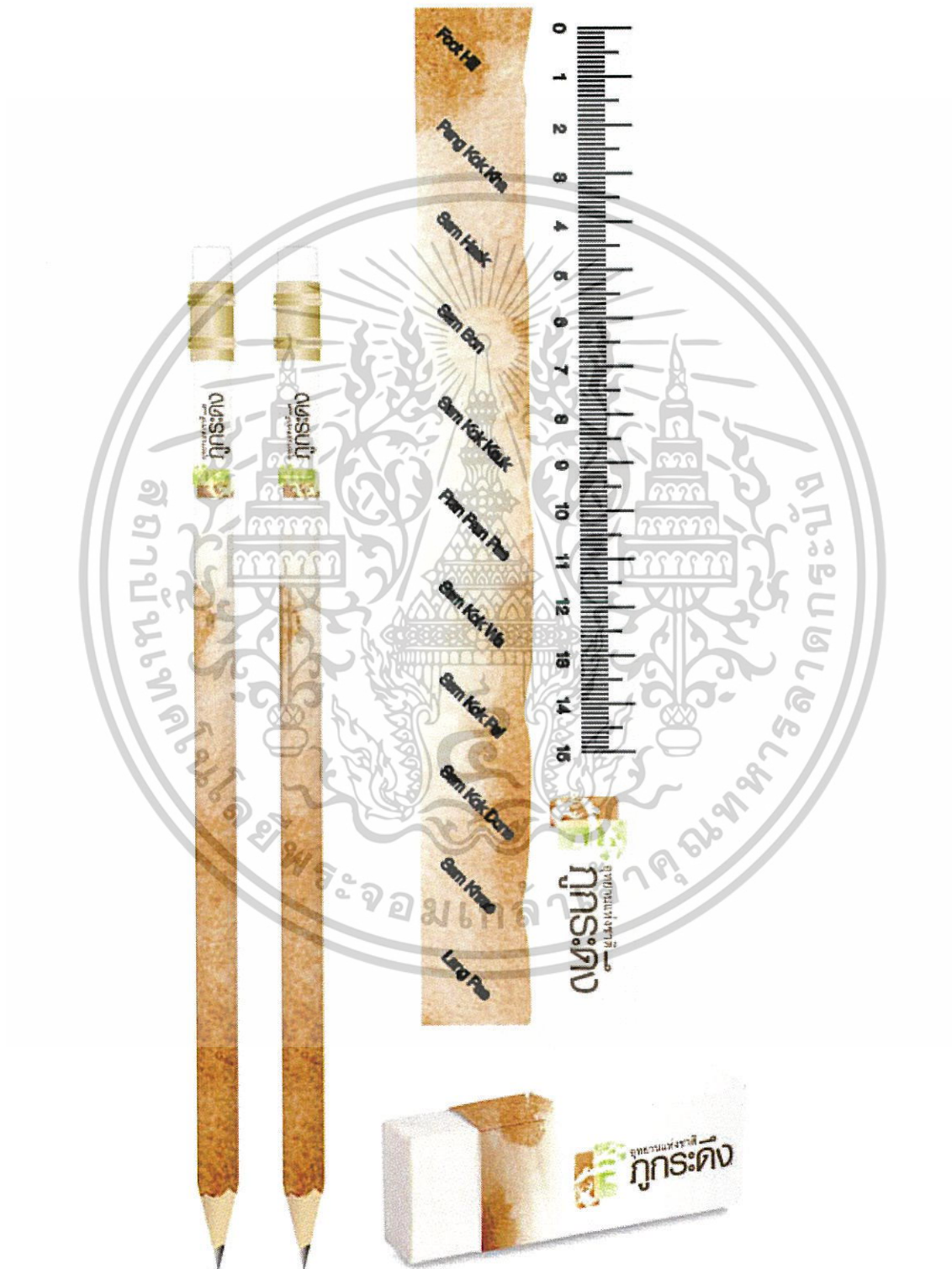
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ของที่ระลึก  
- เสื้อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เครื่องเขียน



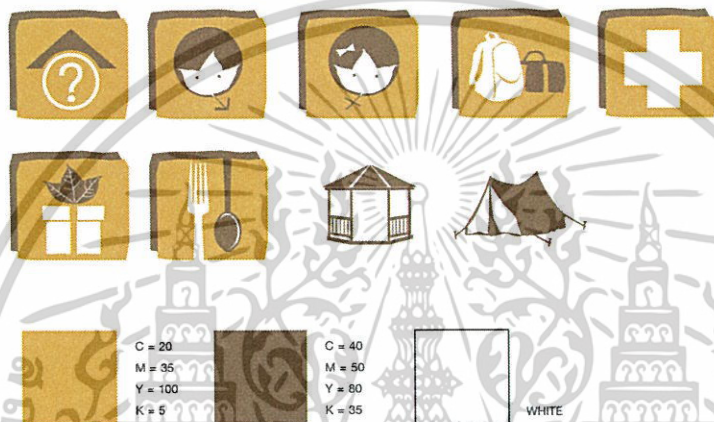
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.4 สัญลักษณ์ภาพ และระบบป้าย (Icon & Sign)

### 1. สัญลักษณ์ภาพ (Icon)

#### 1.1 สถานที่บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว, ห้องน้ำ, เรือนรับสัมภาระ, ห้องพยาบาล, ร้านขายของที่ระลึก, ร้านอาหาร, บ้านพัก, จุดกางเต็นท์



#### 1.2 สถานที่ท่องเที่ยว

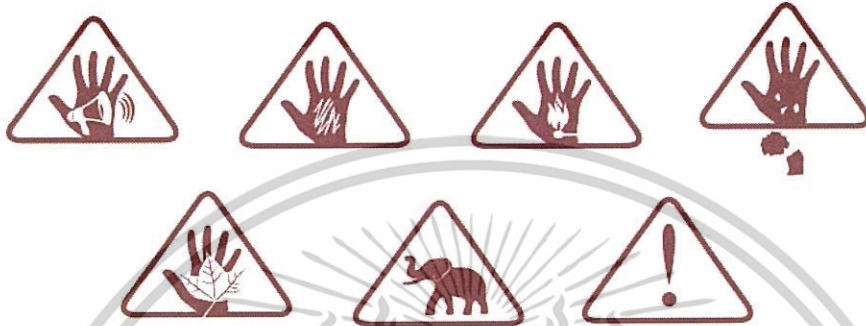
ได้แก่ น้ำตก, หน้าผา, ผาห่มสีก, สระน้ำ, จุดชมพระอาทิตย์, องค์พระ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 ห้ามและเตือน

ได้แก่ ห้ามส่งเสียงดัง , ห้ามขีดเขียน , ห้ามจุดไฟ , ห้ามทิ้งขยะ , ห้ามเก็บของป่า , พื้นที่ข้างป่า , เตือนทั่วไป



## 2. ระบบป้าย (Sign)

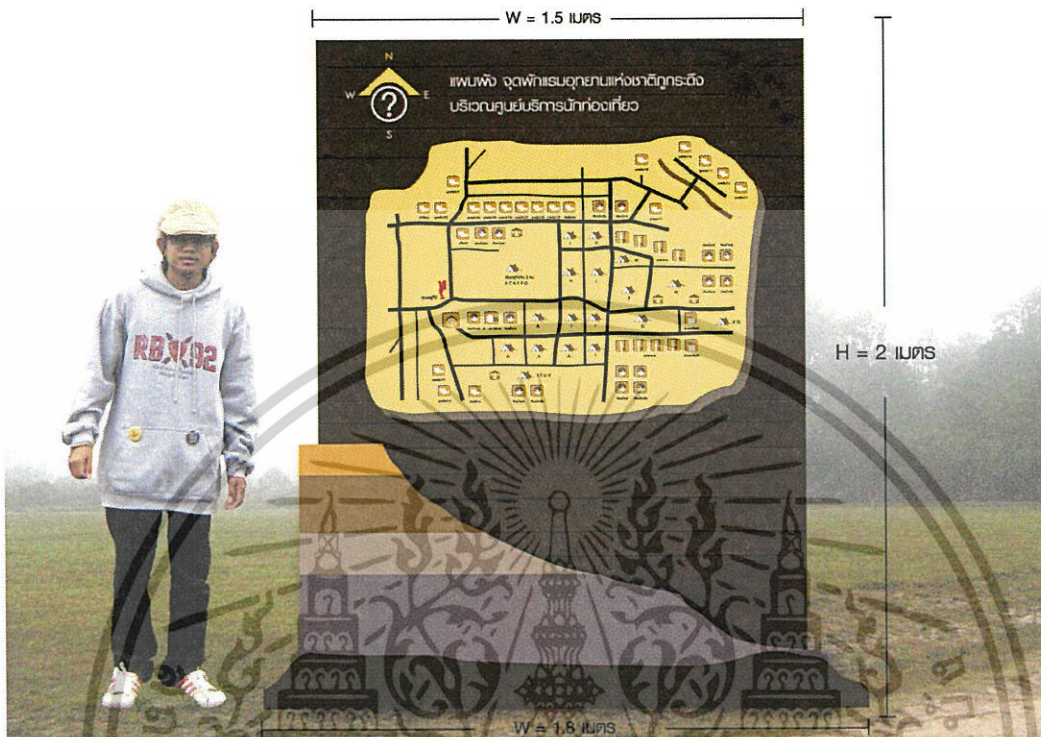
### 2.1 Information Sign

#### 2.1.1 แผนที่เส้นทางเดินเท้า อุทยานแห่งชาติภูกระดึง



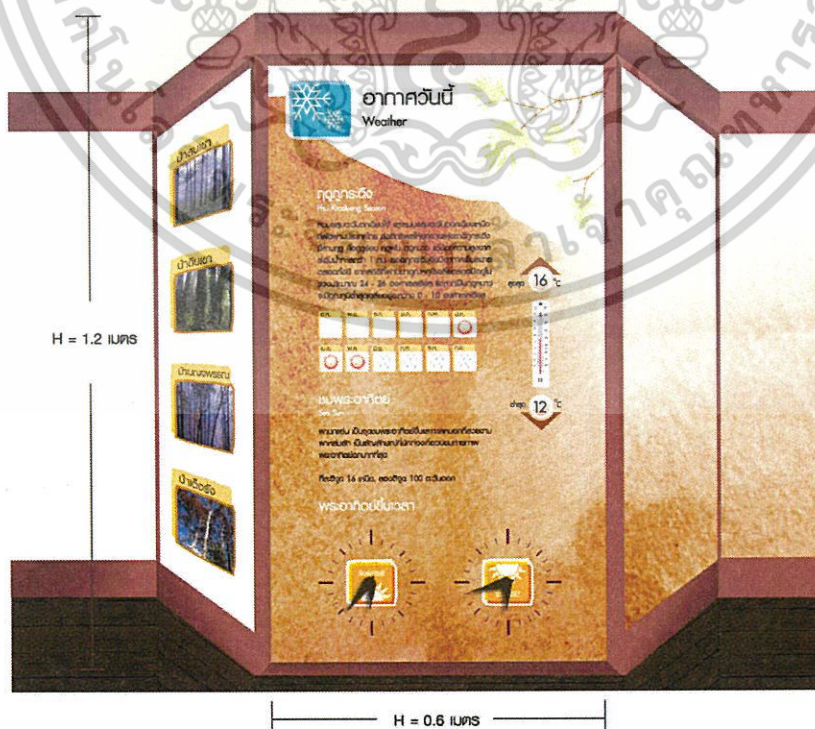
#### 2.1.2 แผนผังบริเวณที่ทำการอุทยาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 2.1.3 ป้ายพยากรณ์อากาศ

FRONT VIEW

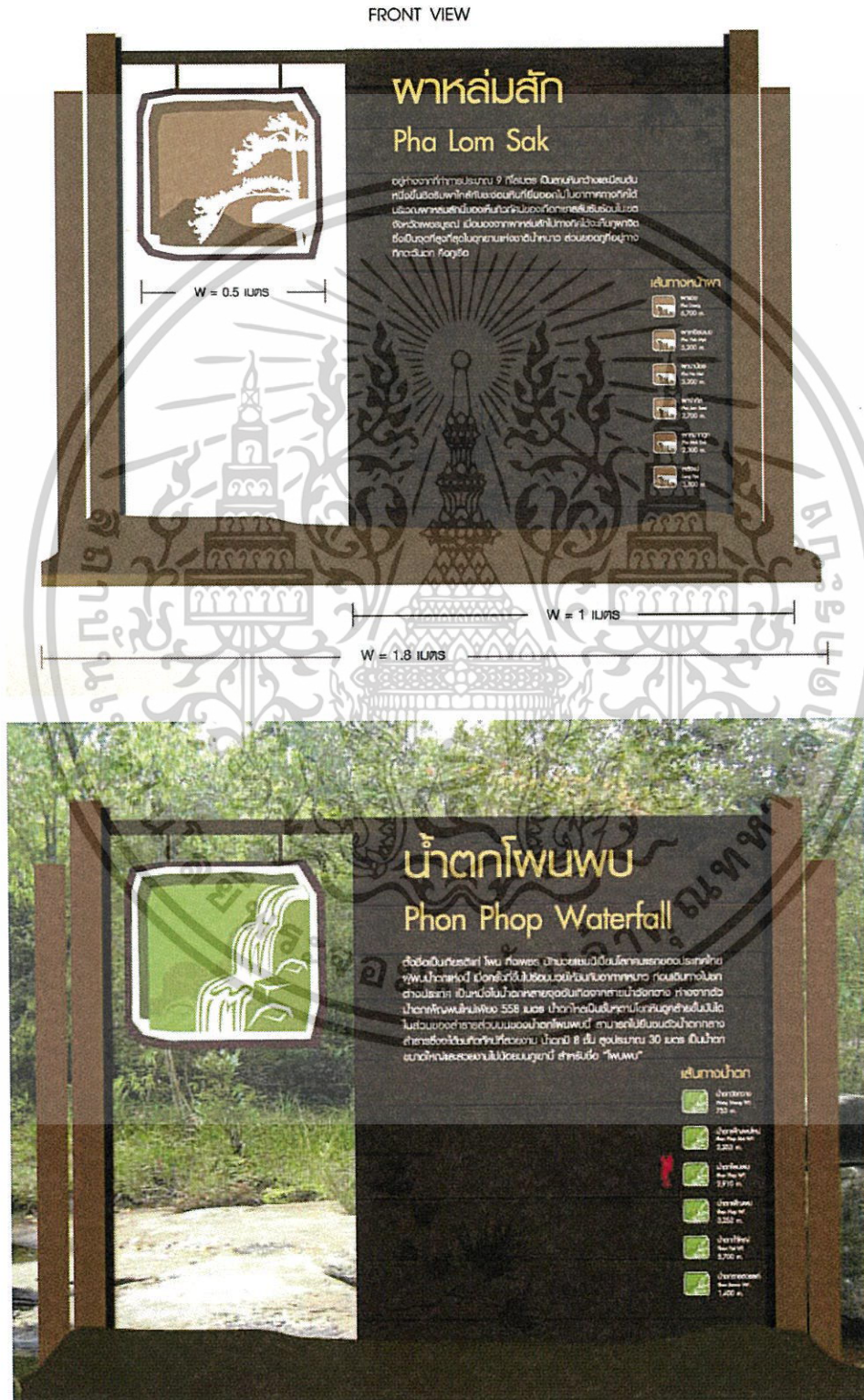


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 2.2.2 ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว

แสดงถึงชื่อ ความเป็นมาต่างๆของสถานที่นั้นๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. Direction Sign

#### 3.1 ป้ายบอกทิศทาง

มีการบอกถึงทิศทาง และเส้นทางเดินของสถานที่บนป้าย

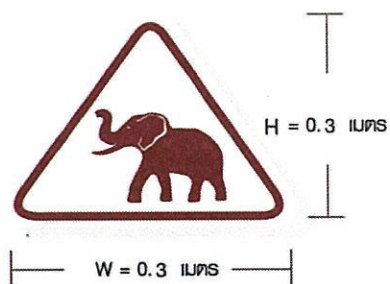
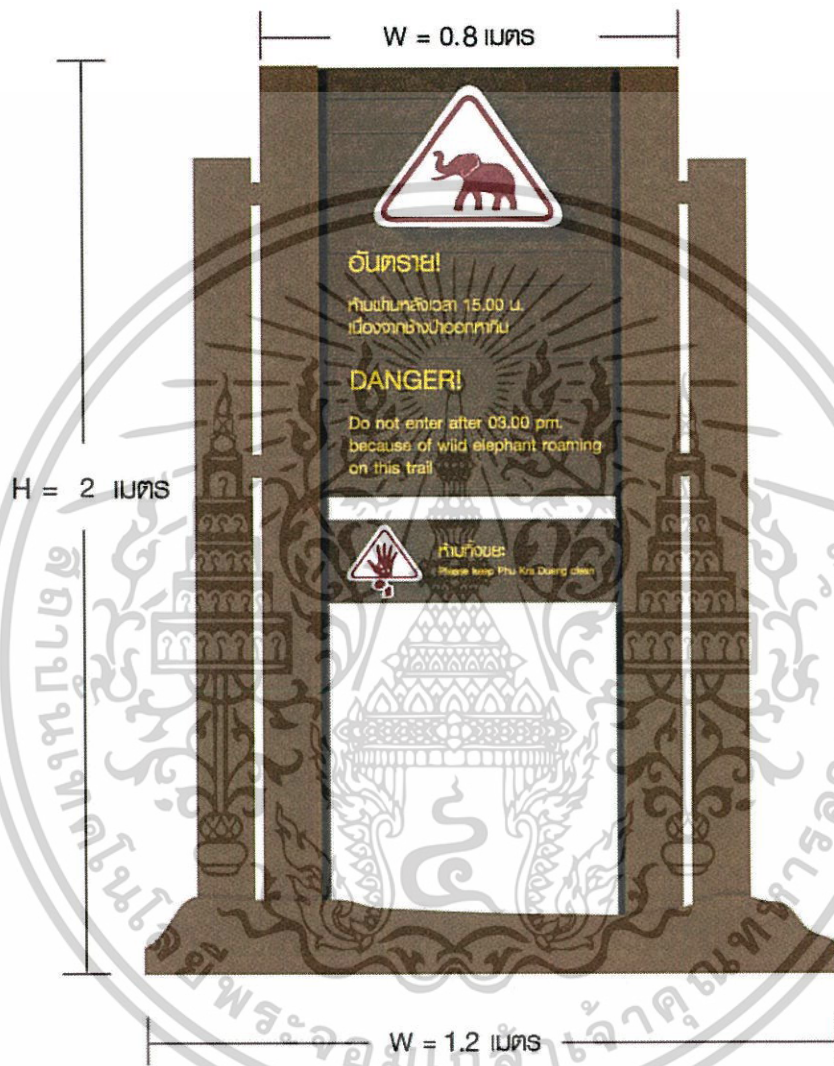


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



#### 4. Prohibition Sign

##### 4.1 ป้ายเตือน และห้าม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการทำวิจัย และออกแบบในครั้งนี้ ผลงานออกมาเป็นที่พอใจในระดับหนึ่งคือ สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง และสามารถนำความรู้เกี่ยวกับอุทยานฯ สอดแทรกเข้าไปในการออกแบบต่างๆ ได้ ทั้งระบบป้าย และกราฟฟิกสิ่งพิมพ์ต่างๆ อีกทั้งได้ทดลองการทำภาพด้วยเทคนิคต่างๆ กัน แต่งานก็ยังไม่สมบูรณ์ดีนักเนื่องจากยังไม่สามารถชี้ได้ชัดเจนถึงความแตกต่างระหว่างอุทยานแห่งชาติภูกระดึง กับอุทยานแห่งชาติอื่นๆ ดังนั้นจึงควรศึกษาเอกลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติอื่น และทำการวิเคราะห์ด้วย

ในตอนแรกลักษณะการออกแบบระหว่างสัญลักษณ์ Graphic Element และระบบป้ายยังขาดความเข้ากันในตอนแรก เนื่องจากสัญลักษณ์ และ Graphic Element ในสิ่งพิมพ์เป็นเทคนิคสีน้ำ จึงไม่สามารถนำไปใช้กับระบบป้ายที่ต้องใช้สีทึบได้ ทำให้งานมี Mood & Tone ที่ต่างกัน จึงลองแก้ไขด้วยการนำภาพสีน้ำมาทำเป็นภาพทึบด้วยเพื่อใช้กับระบบป้ายได้ และปรับความอ่อนเบาของสีน้ำให้มีความเข้มข้นเพื่อให้เข้ากับกราฟฟิกและการออกแบบของระบบป้ายด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บรรณานุกรม

ปณต. ไกรโรจนานันท์. หนังสือคู่มือชุดท่องอุทยานแห่งชาติภูกระดึง. กรุงเทพมหานคร : สารคดี, 2544.

ผศ. สุมิตรา ศรีวิบูลย์. Corporate Identity การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2540.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, 2546.

### ภาษาต่างประเทศ

MacLendon, Charles. Signage : Graphic Communication in the Build World. New York : McGraw-Hill Book Company, 1989.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาว วรณิศา ศรีบางจาด  
 ที่อยู่ 1/762-3 หมู่บ้านรัตนานิเบศร์ ถนนรัตนานิเบศร์  
 แขวงบางรักพัฒนา เขตบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110  
 E-mail : w.grafikerin@gmail.com  
 www.grafikerin.multiply.com

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2533- 2535 โรงเรียนอนุบาลเด่นหล้า

พ.ศ. 2536 - 2540 โรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์

พ.ศ. 2541- 2545 โรงเรียนสตรีนนทบุรี

## ผลงาน หรือรางวัล หรือทุนที่ได้รับ

พ.ศ. 2551 รางวัลที่ 3 โครงการ DD&D ประกวดการออกแบบหน้าหนังสือพิมพ์  
 เดลินิวส์ ประเภท “ข่าวหน้ากีฬา”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้