

**การออกแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้เพื่องาน
ประชาสัมพันธ์
(Logo Design for Public Relation)**

การดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของ
ภาครัฐ หรือบริษัทเอกชน จะเป็นองค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ก็
ตาม ล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นที่จะต้องมีสัญลักษณ์ หรือโลโก้
(**Logo**) ประจำตัว เพื่อเป็นการสื่อสารหรือใช้เพื่อการเตือนความ
ทรงจำ และทำให้เกิดผลประโยชน์ในด้านการสื่อความหมายต่อ
สาธารณชนให้เป็นที่จดจำและเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้นนั่นเอง

ปัจจุบัน โลโก้องค์กร ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะ
จะเป็นโลโก้แบรนด์สินค้า โลโก้ร้าน เพราะโลโก้ จะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจมี
ความก้าวหน้า และประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการทำโลโก้ นั้น จะต้องอาศัย
ความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการเป็นหลัก เพื่อให้โลโก้มีความแปลก
ใหม่ โดดเด่น และไม่เหมือนใคร โดยเป้าหมายส่วนใหญ่ของการทำโลโก้
ขึ้นมา นั้น ก็เพื่อการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

ดังนั้นการออกแบบโลโก้ จึงมีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อการ
สร้างแบรนด์สินค้าให้โดดเด่น และน่าสนใจ และยังเป็น การช่วยส่งเสริม
ธุรกิจให้เติบโตขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย



ที่มา: <https://www.mahamongkol.com/m/content.php?id=63>

ความหมายของสัญลักษณ์ หรือโลโก้

สัญลักษณ์หรือโลโก้ (**Logo**) มาจากคำเต็ม **Logotype** หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบ หรือรูปพรรณสัณฐานของสิ่งที่เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ หรือโลโก้ (**Logo**) นั้น ๆ

โลโก้ (**Logo**) คือ สัญลักษณ์ที่แสดงถึงภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่าง ๆ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิต การออกแบบโลโก้สินค้าและบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือและตราตรึงต่อผู้บริโภคตลอดไป

ดังนั้นโลกก็จึงสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อ ความ
นิยม และการจดจำเกี่ยวกับองค์กรหรือสินค้า ในการสร้างสรรค์โล
โก้ เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว เพราะโลกก็ไม่ได้เป็นแค่
เครื่องหมายเฉย ๆ แต่โลกก็นั้นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในทางการ
ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

จุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้

โลโก้ (Logo) ที่ปรากฏต่อสายตาเป็นภาพลักษณ์แรกที่ลูกค้าจะรับรู้จัก ดังนั้นจึงมีความหมายต่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งโลโก้ที่ดีจะช่วยสร้างเครดิตให้กับองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ยกตัวอย่างหากขายสินค้าคุณภาพ โลโก้ นั้นต้องสะท้อนสิ่งนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

- สร้างการจดจำได้ง่าย สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าโลโก้คือแบรนด์อะไร
- ส่งเสริมความเชื่อมั่นในตัวแบรนด์ เพิ่มความจงรักภักดี (**Loyalty**) ของแบรนด์
- บอกถึงความเป็นมืออาชีพ
- ยสะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจ และยอมรับ

ความสำคัญของการออกแบบโลโก้

ปัจจุบันการออกแบบโลโก้ควรใช้เวลาคิดวิเคราะห์ข้อมูลหลาย ๆ อย่าง เพื่อให้โลโก้ที่ออกแบบมานั้นตอบโจทย์กับองค์กร สินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการออกไปสู่ภายนอกได้อย่างถูกต้องตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้นความสำคัญของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

**1.การออกแบบโลโก้ ช่วยในการนำเสนอด้วย
สัญลักษณ์หรือรูปภาพกราฟิกง่ายเป็นสัญลักษณ์ของ
บริษัท องค์กร หรือห้างร้าน แต่สิ่งสำคัญคือต้องมี
อำนาจในการดึงดูด และแสดงภาพลักษณ์ ของ
ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของผู้ชาย โลโก้
ควรจะสื่อถึงความเข้มแข็ง มาดมั่น หรือสมาร์ท**

**2. การออกแบบโลโก้ที่ดี จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมาย
สามารถจดจำได้ทันทีที่เห็น สามารถสร้างแรงบันดาลใจ
ใจ สร้างความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์ การยอมรับและ
ความชื่นชม โลโก้ที่ดีจึงเป็นพื้นฐานของแนวความคิด
หรือคุณค่าของบริษัทที่สมบูรณ์แบบ**

3. การสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็น ซึ่งจะต้องมีความหมายและจำได้ง่ายเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถจะเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าได้ จะต้องมียกเว้นและไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเวลา นอกจากนี้มันจะต้องมีความยืดหยุ่นในเรื่องของขนาดเพราะมันจะต้องถูกนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆ เช่นป้ายประกาศ บิลบอร์ดขนาดใหญ่ หนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญก็คือมีความคมชัด มองเห็นได้ง่าย

4. การออกแบบโลโก้ เป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน เสมือนการกำหนดตัวตนของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องเหมาะสมหรือตรงกับความชอบและค่านิยมของลูกค้า เป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของบริษัทที่จะต้องทำความเข้าใจอย่างระมัดระวัง มีความชัดเจน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

5.การออกแบบโลโก้และการสร้างแบรนด์ เป็นองค์ประกอบที่ผสมผสานกันระหว่างปัจจัยสองอย่างคือ คุณภาพและการพบเห็น และในโลกโลกาภิวัตน์นี้เป็นการบ่งบอกความชาญฉลาดของบริษัทที่จะสามารถเอาตัวรอดไปได้ตลอดจากเงื่อนไขของเวลาและการแข่งขัน

ตัวอย่าง โลโก้ที่มีการพัฒนา



Original logo, 1976



1977-1998



1998



1998-2000



2001-2007



2007-2013



2013-

ประเภทของโลโก้

เริ่มต้นออกแบบโลโก้นั้นมีปัจจัยหลายอย่างที่
ต้องพิจารณาตั้งแต่แนวคิด (**Concept**) ของสี ไป
จนถึงการออกแบบงานแต่ในปัจจุบันเราแบ่งโลโก้
(**Logo**) ออกเป็น 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. Wordmark

เป็นโลโก้ที่ออกแบบโดยการนำตัวอักษรหลายตัวมาจัดเรียงเข้าด้วยกันหรือที่เรียกว่า **Logotype** บริษัทที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ เช่น **Disney, CocaCola, Canon, Google** เป็นต้น



Coca-Cola Disney Google
CNN Canon VISA
FedEx® facebook

ที่มา: <http://www.graphicnumber1.com/news/dddd/>

2. Letterform

โลโก้ลักษณะนี้สร้างจากการประดิษฐ์
ตัวอักษรตัวเดียวให้มีลักษณะพิเศษชวนจดจำเช่น
Honda, Uber, Unilever, McDonald's
เป็นต้น



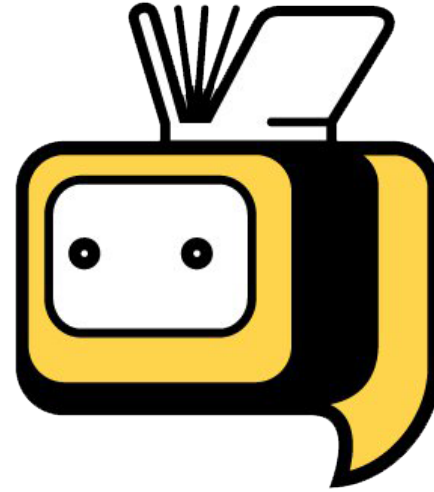
ที่มา: <https://webneel.com/daily/2-letterform-logo-design-different-types-logo-design>

3. Pictorial

เป็นโลโก้ที่มีลักษณะเป็นรูปเชิงสัญลักษณ์ที่
เราสามารถเห็นแล้วจดจำได้ง่าย เช่น
Starbucks, Twitter หรือ **OOKBEE** โลโก้
ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่มีลักษณะเป็นรูป
สัญลักษณ์ทั้งสิ้น



STARBUCKS®

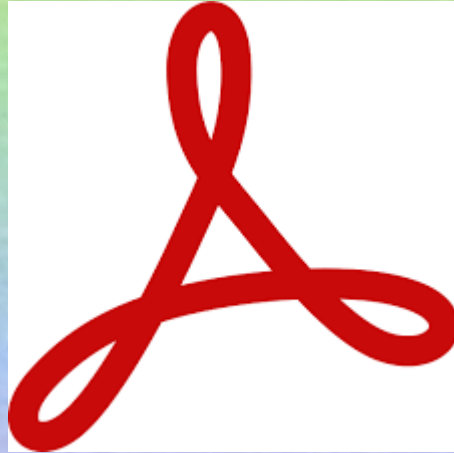


OokBee

twitter 

4. Abstract

ตัวโลโก้ไม่ได้สื่อถึงสิ่งใด แต่สามารถจดจำได้ง่าย ดูแล้วเหมือนกับภาพศิลปะแบบนามธรรม แบรินด์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ดูเหมือนจะเป็นแบรินด์ไนกี้



การที่จะเริ่มทำสื่อสารประชาสัมพันธ์ใด ๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการค้า บริษัท ห้างร้าน และองค์กรอื่น ๆ การออกแบบโลโก้ ผู้ออกแบบต้องเข้าใจก่อนว่า โลโก้ คือใช้อะไร เป็นตัวแทน และเอาไว้ใช้ทำอะไร โลโก้ไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมายการเล่าเรื่อง แต่โลโก้ นั้นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ ในทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์งาน โครงการ กิจกรรมหรือแบรนด์ **Brand:** ยี่ห้อ) ผ่านทาง รูปร่าง ตัวอักษร สี หรือรูปภาพ ดังนั้นโลโก้ใช้เพื่ออะไร มีดังนี้

ด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภค
เกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัว
และยอมรับและที่สำคัญคือความต้องการที่จะ
สร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจ

**ด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้
ผู้บริหารแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของ
เอกลักษณ์ขององค์กร**

ด้านภาพพจน์ คือ ต้องการให้
ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบ
ต่อผู้ผลิต

องค์ประกอบการออกแบบโลโก้

การออกแบบโลโก้ที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือ การแสดงตัวตนและเก็บรักษาความทรงจำของแต่ละบุคคล บริษัทหรือองค์กร และองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการออกแบบโลโก้ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ดังนี้คือ

1. มีความสอดคล้อง

2. มีความน่าจดจำ

3. มีความหมาย

4. ไม่ซ้ำแบบใคร

5. มีความเป็นมืออาชีพ

6. ไม่มีขอบเขตทางด้าน

เวลา

7. การเลือกใช้สี



Influential Brands.
TOP BRAND
2019



ที่มา: <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/branding/206483/>

หลักการออกแบบโลโก้ที่ดี

โลโก้ที่ดีจะต้องเป็นโลโก้ที่สามารถจดจำได้ง่ายเมื่อแรกเห็น และสามารถติดตามผู้บริโภคได้ทันที เช่น โลโก้ของ บัม น้ำมันปตท.(PTT)ซึ่งเป็นโลโก้แบบ **Wordmark** และโลโก้ของ **Instragram** ที่มีสีสันสวยงามชวนมอง เป็นต้น โลโก้เหล่านี้ทำหน้าที่ของมันได้ดีมากในการดึงแบรนดิ้งให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง และทำให้ลูกค้าสนใจ รวมไปถึงเพิ่มยอดขายได้ซึ่งหลักการออกแบบโลโก้ที่ดี มีดังนี้คือ

1. หลีกเลี่ยงการใช้ไฟล์ภาพคลิปอาร์ต
2. หลีกเลี่ยงใส่ลูกเล่นหรือเอฟเฟ็กต์กับโลโก้
3. โลโก้ไม่ใช่แบนเนอร์
4. โลโก้ผสมรูปต้องพึงระวัง
5. โลโก้ที่ใช้ตัวอักษรอย่างเดียว
6. โลโก้ที่เป็นชื่อย่อ
7. โลโก้สุดซับซ้อน-รายละเอียดมากเกินไป



ขั้นตอนการออกแบบโลโก้ (Logo Design Process)

ขั้นตอนในการออกแบบโลโก้แบบมืออาชีพนั้น จะมีรายละเอียดที่สำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1. ศึกษาว่าโลโก้คืออะไร และมีหน้าที่อย่างไร
2. ศึกษาหลักการในการออกแบบโลโก้
3. ศึกษาโลโก้ที่ประสบความสำเร็จและข้อผิดพลาดต่าง ๆ
4. เริ่มต้นกระบวนการออกแบบโลโก้ของตัวเอง
5. เรียนรู้การใช้งานโปรแกรมและเสร็จสิ้นการทำโลโก้

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบโลโก้

การออกแบบโลโก้ เป็นส่วนสำคัญมากเพราะเป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นโลโก้คือสิ่งแรกที่ได้รับสารคดีจะมองและจะอยู่คู่กับกิจกรรมที่สื่อสารหรือตราสินค้าไปโดยตลอด และนอกจากโลโก้จะถือเป็นสัญลักษณ์ทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำธุรกิจของเราได้แล้ว โลโก้ยังนำมาซึ่งการคุ้มครองทางกฎหมายถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ผู้ใดจะมาละเมิดมิได้อีกด้วย ดังนั้นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

1. ต้องการให้โลโก้สื่ออารมณ์ใดออกมา

องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ออกแบบโลโก้เหล่านั้นล้วนสามารถควบคุมให้สื่อสารอารมณ์ต่าง ๆ ออกมาได้ ดังนั้นสิ่งแรกที่คุณควรนึกถึงคืออารมณ์ที่ต้องการให้คนทั่วไปรับรู้ ซึ่งนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสินค้า และบริการต่าง ๆ

2. ต้องการสื่อสารความหมายใดออกมา

สีและการจัดวางองค์ประกอบของรูปโลโก้ นั้นมีผลอย่างมากต่อความหมายที่จะสื่อสารออกมาได้ ซึ่งหากเลือกใช้สีโทนร้อนจะช่วยในการกระตุ้นอารมณ์ต่าง ๆ ของผู้พบเห็นได้ แต่สีโทนเย็นจะช่วยให้รู้สึกสงบลง อารมณ์เย็นลงได้

3.ความร่วมมือของโลก

การออกแบบควรคำนึงถึงอายุการใช้งานของโลกด้วย โดยพิจารณาถึงความร่วมมือของโลก ออกแบบให้เรียบง่าย ไม่ออกแบบตามกระแส มีเอกลักษณ์ให้คนจดจำได้โดยง่าย เพื่อให้โลกของเราตราตรึงอยู่ในความทรงจำของผู้คน และนี่ก็ถึงได้ง่าย



4. โลโก้กลายเป็นสีขาวหรือดำจำเป็นต้องสื่อสารได้ดี

การออกแบบให้สามารถมองดูแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นโลโก้ของแบรนด์ใด แม้จะอยู่ในรูปขาวหรือดำ จะช่วยยืนยันได้ว่าโลโก้ของเรานั้นเป็นที่จดจำและนึกถึงได้โดยง่าย



5. โลกใบนี้เมื่อเปลี่ยนขนาดต้องชัดเจนเข้าใจ

ข้อนี้เป็นปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง อย่างที่กล่าวไปในข้อ 4 แล้วว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีต้นทุน ขนาดโลกใบที่ใหญ่ก็ส่งผลต่อต้นทุนที่ต้องจ่าย ทั้งนี้พื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่อาจจะมีคนลงทุนตัดหน้าไปแล้วด้วย คุณจึงต้องออกแบบโลกใบนี้เพื่อมีการขยายต่าง ๆ ด้วย เพื่อให้มีความยืดหยุ่น ข้อจำกัดน้อย

10 ประเด็นสำคัญที่ควรรู้ในการออกแบบโลโก้

โลโก้เป็นงานออกแบบชิ้นหนึ่งที่ดูเหมือนจะง่ายแต่จริง ๆ แล้ว ก็ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด เพราะโลโก้ส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นอาจจะดูว่ามันเป็นแค่ลายเส้นง่าย ๆ ที่ใคร ๆ ก็น่าจะวาดได้ แต่เบื้องหลังความเรียบง่ายเหล่านั้น นักออกแบบอาจต้องคิดและร่างแนวคิดเป็นสิบเป็นร้อยแบบ เพื่อให้ได้โลโก้ที่สามารถทำหน้าที่ของมันได้อย่างสมบูรณ์ จนเราเห็นและจำได้จนติดตา ดังนั้นถ้าใครยังไม่มีพื้นฐานหรือทักษะที่ดีเยี่ยมจะต้องศึกษา 10 สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

1. โลกใบที่ดีต้องจดจำได้ง่าย
2. ให้ความสำคัญกับตัวอักษรบนโลโก้
เลือกสีให้เหมาะสม
3. หลีกเลี่ยงการใช้เอฟเฟกต์บนโลโก้มากเกินไป
4. ออกแบบโลโก้จากพื้นหลังสีขาว
5. ให้ความสำคัญกับพื้นที่ว่างและพื้นหลัง
6. อย่าใช้สีรุ้ง
7. โลกใบไม่ใช่ดูดีอย่างเดียวแต่ต้องสื่อ
ความหมายให้ได้
8. การลอกเลียนแบบเป็นสิ่งที่ไม่ควร
หลีกเลี่ยง
9. โลกใบที่ดีต้องผ่านการคิดอย่าง
รอบคอบ

บทสรุป

โลโก้ (**Logo**) คือเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (**Symbolism**) เป็นภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ แก่สินค้าและบริษัทของตน โดยวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะของตนเอง สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ผู้พบเห็นจดจำง่าย เกิดความน่าเชื่อถือ หรือตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป