



การออกแบบ

โลโก้

โลโก้ (Logo) เป็นเครื่องหมายหรือภาพที่ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนสินค้า หรือองค์กร โดยทั่วไปหน่วยงานจะใช้โลโก้ควบคู่กับเครื่องมืออื่นๆ เช่น สโลแกน ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้า หรือบริการ

ประโยชน์ของโลโก้

- ช่วยสร้างและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของสินค้าและองค์กร
- ช่วยให้ลูกค้ามองเห็นองค์กร ร้านค้า หรือ สถานบริการ ได้ง่ายและรวดเร็ว จากระยะทางไกลๆ เช่น โลโก้ขนาดใหญ่ที่แขวนไว้หน้าปั้มน้ำมัน หน้า McDonalds หรือที่ตั้งอยู่บนหลังคาของธนาคาร
- สามารถใช้เป็นตราแสดงมาตรฐานสินค้าและบริการ เช่น ตราเซลล์ชวนชิม ตราอ.ย.
- เป็นสัญลักษณ์ของการร่วมมือกันของหลายหน่วยงาน ในการทำกิจกรรมหนึ่งๆ เช่น โลโก้โครงการดาวพิเศษ
- ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายที่อ่านหนังสือไม่ออกจดจำสินค้า บริการ หรือองค์กร ได้ง่ายขึ้น

การออกแบบโลโก้

ถึงแม้ว่าการออกแบบโลโก้ให้สะดุดตา ง่าย และสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและ องค์กรเป็นเรื่องไม่่ง่ายนัก The Center for Communication Programs ของมหาวิทยาลัย Johns Hopkins ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่

เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้สรุปหลักการออกแบบและการใช้ประโยชน์จากโลโก้ไว้หกขั้นตอนคือ

1. การวิจัย (Research) ก่อนออกแบบโลโก้ ผู้ออกแบบจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ขององค์กร จุดขายของสินค้า และความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย การสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กรเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานขององค์กร ลักษณะเด่นของสินค้า และวัตถุประสงค์ในการทำโลโก้ หรือ การทำ Focus Group เพื่อศึกษาพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นวิธีที่ดีที่ช่วยให้ได้ข้อมูลเหล่านี้

2. การออกแบบ (Design) โลโก้ที่ดีต้องสะท้อนบุคลิกของสินค้าหรือองค์กร และต้องมีเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำกับโลโก้ของสินค้าหรือหน่วยงานอื่น ในการออกแบบโลโก้ผู้ออกแบบควรใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการเลือกองค์ประกอบของโลโก้ ส่วนประกอบทุกส่วนของโลโก้ต้องมีความหมายและเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น ดวงอาทิตย์แสดงถึงพลังสีแดงแสดงถึงความมีชีวิตชีวา นอกจากนี้ลายเส้นของโลโก้ควรเรียบง่ายและไม่มียารละเอียดมากนักเพื่อให้สะดวกในการย่อหรือขยาย โลโก้รูปดอกบัวของธนาคารกรุงเทพเป็นตัวอย่างของโลโก้ที่ดีที่มีลักษณะเรียบ มีเอกลักษณ์และจดจำง่าย โลโก้ที่มีรายละเอียดมากเกินไปเมื่อนำมาย่อจะทำให้รายละเอียดไม่

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ชัดเจนหรือคลาดเคลื่อนได้ หากหน่วยงานต้องการให้บุคคลภายนอกมีส่วนร่วมกับหน่วยงานของตนมากขึ้น หน่วยงานอาจจัดประกวดการออกแบบโลโก้และเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปส่งผลงานเข้าประกวด วิธีนี้นอกจากจะช่วยให้ได้โลโก้ที่ดีแล้วยังเป็นการประชาสัมพันธ์หน่วยงานอีกทางหนึ่งด้วย

3. การทดสอบ (Pretest) ก่อนนำโลโก้ออกใช้จริง ควรผลิตโลโก้หลายขนาด หลากสี บนสื่อหลายชนิด แล้วนำไปทดสอบความนิยมจากคนหลายๆ กลุ่ม เช่น ทดสอบกับผู้บริหารขององค์กร ลูกค้าเป้าหมาย และบุคคลทั่วไป จากนั้นจึงนำผลของการทดสอบโลโก้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงโลโก้ก่อนนำออกใช้จริง

4. การป้องกันโลโก้ (Protect the logo) เนื่องจากการออกแบบโลโก้ต้องใช้ทั้งกำลังสมองและกำลังทุนอย่างมาก เมื่อได้โลโก้ที่ดีที่ผ่านการทดสอบความนิยมจากคนกลุ่มต่าง ๆ แล้วควรรักษาโลโก้ไปจดทะเบียนลิขสิทธิ์เพื่อป้องกันการเลียนแบบ

5. การแนะนำโลโก้สู่สาธารณะ (Introduce the logo to the public) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักโลโก้ ควรมีกิจกรรมที่ช่วยแนะนำโลโก้

6. นำโลโก้มาใช้ (Use the logo) เพื่อใช้ประโยชน์จากโลโก้เพิ่มเติมที่องค์กร หรือเจ้าของสินค้าอาจพิมพ์ โลโก้ลงบนสื่อทุกชนิดขององค์กร เช่น หัวจดหมาย ของจดหมาย ป้ายขององค์กรหรือสถานบริการ เครื่องแบบ แผ่นพับ billboard หีบห่อของสินค้า ปากกา ดินสอ ยานพาหนะ ธง ตึก ป้าย ทะเบียนรถ สติกเกอร์ กระดุม และสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสม ข้อสำคัญหน่วยงานควรใช้โลโก้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาาน เพื่อให้ ลูกค้าจดจำและเชื่อมโยงระหว่างโลโก้กับองค์กร หรือสินค้า

กรณีศึกษา “โครงการดาวทอง”

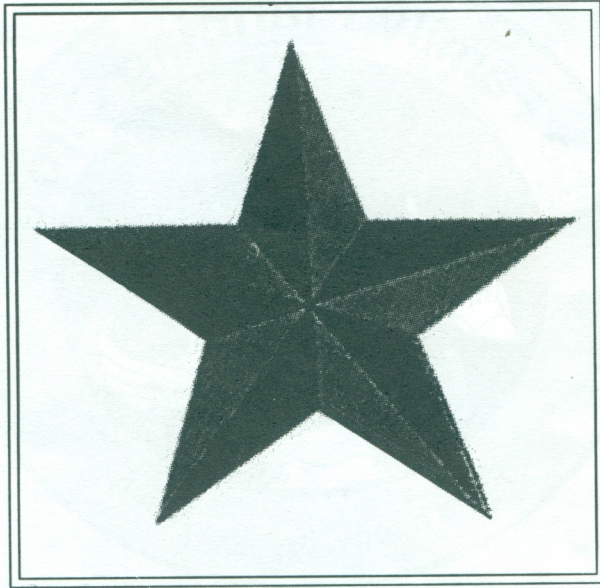
The Center of Communication Programs ได้นำขั้นตอนทั้งหกขั้นนี้ไปใช้ในโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในประเทศต่างๆ มากกว่า 65 ประเทศ การใช้โลโก้เพื่อการรณรงค์การวางแผนครอบครัวในประเทศอียิปต์ เป็นหนึ่งในหลายโครงการ

ที่ประสบความสำเร็จในการออกแบบและการใช้โลโก้

กระทรวงสาธารณสุขของประเทศอียิปต์ได้จัดทำโครงการดาวทองเพื่อวัตถุประสงค์หลักสองประการคือ เพื่อรณรงค์ให้หน่วยบริการวางแผนครอบครัวในอียิปต์พัฒนาคุณภาพของการให้บริการวางแผนครอบครัวแก่ประชาชน และเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้บริการวางแผนครอบครัว โครงการใช้ดาวทองเป็นสัญลักษณ์ของการให้บริการวางแผนครอบครัวที่มีคุณภาพสูง

การออกแบบโลโก้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของบริการที่มีคุณภาพสูงจากการประชุมเพื่อระดมความคิด (Brainstorming sessions) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนครอบครัวและนักออกแบบโลโก้ร่วมกันหาแนวคิดหลักเพื่อที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่านทางโลโก้ ที่ประชุมเลือกสัญลักษณ์ 30 ชนิดเพื่อแทนคุณภาพของบริการและทดสอบประสิทธิภาพในการสื่อความหมายและความนิยมของสัญลักษณ์ทั้ง 30 ชนิดกับชาวอียิปต์ ดังนั้นโครงการรณรงค์การวางแผนครอบครัวจึงเลือกดาวทองเป็นโลโก้และเป็นชื่อโครงการควบคู่ไปกับโครงการดาวทอง กระทรวงสาธารณสุขของอียิปต์ได้ทำโครงการพัฒนาคุณภาพของหน่วยบริการวางแผนครอบครัว โดยเน้นการฝึกอบรมเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการด้านการวางแผนครอบครัว หน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการฝึกอบรมเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการวางแผนครอบครัว หน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการประเมินผลการให้บริการวางแผนครอบครัว หน่วยงานที่ได้รับเครื่องหมายดาวทองต้องเป็นหน่วยงานที่ได้คะแนน 100% จากการประเมินผลตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข และต้องรักษามาตรฐานนี้ได้อย่างน้อยหกเดือน หน่วยงานที่ได้รับเครื่องหมายดาวทองจะแขวนโลโก้นี้ไว้หน้าหน่วยบริการเพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้ผู้ใช้บริการทราบว่าหน่วยบริการนั้น ๆ ให้บริการวางแผนครอบครัวที่มีคุณภาพสูง ในปัจจุบันสถานบริการวางแผนครอบครัวประมาณ 700 แห่งในประเทศอียิปต์ได้รับโลโก้ดาวทอง โลโก้ดาวทองกลายเป็นเครื่องหมายที่ชาวอียิปต์นึกถึงและมองหาเมื่อต้องการใช้บริการวางแผนครอบครัว

ตัวอย่างโลโก้ของโครงการวางแผนครอบครัวที่ใช้หกชั้นตอนที่กล่าวข้างต้นเป็นแนวทางในการออกแบบ



“ดาวทอง” โลโก้ของโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการวางแผนครอบครัวในประเทศอียิปต์ ปัจจุบันโลโก้นี้ก็กลายเป็นสัญลักษณ์ที่ชาวอียิปต์มองหาเมื่อต้องการใช้บริการวางแผนครอบครัวที่มีคุณภาพ



“ดอกไม้สีเหลือง” เป็นโลโก้ที่ประสบความสำเร็จมากในการรณรงค์การวางแผนครอบครัวในประเทศอูกันดา ผลการวิจัยแสดงว่า 90% ของชาวอูกันดาที่ถูกสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้เห็นหรือได้ยินข้อมูลเกี่ยวกับโครงการวางแผนครอบครัวและโลโก้ของโครงการ



โลโก้โครงการวางแผนครอบครัวในประเทศแซมเบีย เป็นสัญลักษณ์ของครอบครัวที่มีสุขภาพดีและมีความสุข โลโก้ชนะการแข่งขันการออกแบบโลโก้ระหว่างศิลปิน 20 คนที่ผู้รับผิดชอบโครงการเชิญมาร่วมแข่งขันการออกแบบโลโก้

เอกสารอ้างอิง

เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การโฆษณาเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: A.N.การพิมพ์

Center for Communication Programs, Johns Hopkins University. Strategic Communication. Center for Communication Programs, Johns Hopkins University. 1998a. Reproductive

Logos. (On-line). Available: [HYPERLINK http://www.jhuccp.org/mmc/logos.stm](http://www.jhuccp.org/mmc/logos.stm)

1998b. Egypt Gold Star Logo. (On-line). Avail-

able: [HYPERLINK](#)

<http://www.jhuccp.org/mmc/logos.stm> <http://www.jhuccp.org/mmc/goldstar.stm>

1998c. Uganda's Yellow Flower Logo. (On-line).

Available: [_ HYPERLINK](#)

<http://www.jhuccp.org/mmc/logos.stm> <http://www.jhuccp.org/mmc/flower.stm>

1998d. Zambia National Family Planning Logo.

(On-line). Available:

[HYPERLINK](#) <http://www.jhuccp.org/mmc/>

[logos.stm](http://www.jhuccp.org/mmc/logos.stm) <http://www.jhuccp.org/mmc/zamlogo.stm>