

โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร



นายธนากร มลิณทสูต

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-17-6621-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CORPORATE IDENTITY PROGRAM FOR THE NATIONAL MUSEUM THAILAND
: CASE STUDY ON BANGKOK NATIONAL MUSEUM, THAILAND.



Mr. Thanakorn Milindasuta

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-17-6621-1

ธนากร มลิณทสูต : โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
:กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร. (CORPORATE IDENTITY PROGRAM FOR
NATIONAL MUSEUM THAILAD : CASE STUDY ON BANGKOK NATIONAL MUSEUM,
THAILAND.) อ. ที่ปรึกษา : ผศ.เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, รศ.ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง
จำนวนหน้า 100 หน้า. ISBN 974-17-6621-1.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถาน
แห่งชาติ ที่มีความเหมาะสม และสามารถใช้งานได้จริง โดยกระบวนการวิจัย ทำการศึกษา กระบวน
การสร้างเอกลักษณ์องค์กร กระบวนการความคิด และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ การจัดการ ความเชื่อมโยง
กับความเชื่อมโยงกับความเป็นไทย โดยที่วิจัยฉบับนี้ ได้แนวทางการออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่มีความ
เหมาะสม กระบวนการศึกษาทางเรขาคณิตด้วยกัน 6 หัวข้อ ดังนี้

1. เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
2. ตราสัญลักษณ์
3. อารมณ์และความรู้สึก
4. สี
5. ตัวอักษร
6. การใช้งาน

โดยที่งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในมีความชัดเจน มี
ความเชื่อมโยงกับความเป็นไทยได้อย่างเหมาะสม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาานฤมิตศิลป์
ภาควิชาานฤมิตศิลป์
ปีการศึกษา 2004

ลายมือชื่ออนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4486556335 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD : CORPORATE IDENTITY/NATIONAL MUSEUM THAILAND/

BANGKOK NATIONAL MUSEUM

THANAKORN MILINDASUTA : CORPORATE IDENTITY PROGRAM FOR THE NATIONAL MUSEUM THAILAND :CASE STUDY ON BANGKOK NATIONAL MUSEUM, THAILAND. THESIS ADVISOR: ASST.TROS.UA-EN-DOO DISAKUL NA AYUTHAYA. ASST.TROS.PHONSANONG WONGSINGTHONG.Ph.D.

100 pp. ISBN 974-17-6621-1.

The purpose of this research was creating the Corporate Identity Program for the National Museum. Thailand. This research is to study and analyze process how to make the corporate identity and The National Museum. Thailand and Thai culture.

This research follows a series of steps starting

1. The National Musuem. Tahiland
2. Logo
3. Mood/Tone
4. Color
5. Typeface
6. Function

Experience in using Corporate Identity Program for The National Museum Thailand to creat a successful and effective communication.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department of Creative Arts

Fields of study Creative Arts

Academic year 2004

Student's signature.....

Advisor's signature.....

Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณา เมตตาจากครูผู้มีพระคุณทั้งภาควิชาคณิตศิลป์
ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่งและอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสองท่าน อาจารย์เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา อาจารย์
ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง ก่อให้สามารถก่อให้เกิดงานวิจัยฉบับนี้ อีกทั้งอาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้
ความกรุณาให้ข้อมูลที่ทรงคุณค่า ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ไว้ ณ ที่นี้ด้วยความเคารพอย่างสูง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ธนากร มลิณทสูต

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช

บทที่

1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานงานวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 คำจำกัดความ.....	4
2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ.....	5
2.2 องค์ประกอบเรขาคณิตที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์องค์กร.....	13
2.3 ความหมายของเอกลักษณ์องค์กร และวิธีการหาเอกลักษณ์องค์กร.....	24
2.4 วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารความเป็นไทย.....	34
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	39
4. รวบรวมและประมวลผล.....	49
5. วิเคราะห์และสรุปผล.....	77
6. การออกแบบ.....	87
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	98
รายการอ้างอิง.....	99
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	100

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากการสร้างรายได้กว่า 200,000 ล้านบาทต่อปี แล้วยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต ก่อให้เกิดการสร้างงาน และกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องหลายสาขา¹ พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 4 กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อเร่งหารายได้จากต่างประเทศ โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นปีละ 50,000 ล้านบาทต่อปี มีด้วยกัน 2 ประการ ประกอบด้วยมาตรการที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ การป้องกันและแก้ไขแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม การอำนวยความสะดวก ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่นๆ มาตรการที่ 2 การตลาดการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวคนไทย และคนต่างประเทศ การส่งเสริมและรณรงค์การเป็นเจ้าบ้านที่ดี²

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อบรรลุเป้าหมายปี พ.ศ. 2541-2546 ไว้หลายประการด้วยกัน โดยหนึ่งในกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล เป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับสากล ให้มีผังเมืองสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองหลักๆ เช่น กรุงเทพฯ อโยธยา เชียงใหม่ และเชียงใหม่ เป็นต้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอยู่ในระดับสากลเพิ่มและปรับปรุงป้ายสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญ ให้เป็นภาษาและความเป็นสากล³ และยังมีกลยุทธ์พัฒนาจังหวัด หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวน้อย เพื่อกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง ด้วยความพร้อมทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีมากมาย จากกองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย⁴ ได้จัดแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ คือ

¹ จริยา เปรมศิลป์, การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม (รายงานเศรษฐกิจรายได้เดือนมีนาคม 2544 กรุงเทพฯ:), หน้า 29

² การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมและแนวโน้ม (รายงานเศรษฐกิจเดือนพฤษภาคม 2544, กรุงเทพฯ:), หน้า 36

³ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อบรรลุเป้าหมายปี พ.ศ. 2541-2545 (กรุงเทพฯ:), หน้า 27

⁴ เรื่องเดียวกัน

1. ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เป็นต้น
2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชน โบราณ พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น
3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะของพิธีงานประเพณี ความเป็นอยู่ ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรม หมู่บ้านชาวเขา สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

เห็นได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยประเภทประวัติศาสตร์และประเภทศิลปวัฒนธรรมเป็นสถานที่ที่ถูกจัดขึ้นในลักษณะพิพิธภัณฑสถาน ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นในลักษณะต่างๆ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากและสามารถก่อให้เกิดรายได้ต่อการท่องเที่ยวของประเทศได้ โดยที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร และพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นต่างๆ ในประเทศที่อยู่ในความดูแลของแต่ละท้องถิ่น

กิจการพิพิธภัณฑสถานมีประวัติและการพัฒนามายาวนานนับพันปี ตั้งแต่สมัยกรีก โรมัน พัฒนาการและแผ่ขยายไปในประเทศต่างๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ในประเทศไทย กองพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในความรับผิดชอบที่เปิดให้ประชาชนเข้าชมแล้วทั้งสิ้น 44 แห่ง⁵ และพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นต่างๆ อีกจำนวนมาก กระจุกกระจายอยู่ในจังหวัดต่างๆ ดังนั้นพิพิธภัณฑสถานจึงเป็นองค์กรที่เป็นตัวชี้ถึงความเจริญทางสังคมและ พัฒนาการของในประเทศต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นสถาบันที่มีคุณค่าของสังคม โดยจะต้องมีบทบาทในการนำประชาชนในสังคมปัจจุบันและในอนาคตให้เข้าใจถึงประวัติศาสตร์ ศิลปวิทยาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิตของคนไทย และนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติต่อไป⁶

คำนิยามของสภาพิพิธภัณฑสถานระหว่างประเทศ (International Council of Museum) กำหนดไว้ว่า “สถาบันใดก็ตามที่สร้างขึ้นโดยไม่หวังผลประโยชน์หากำไร จัดตั้งเพื่อให้บริการ รับใช้สังคมและเพื่อการพัฒนาสังคม และเปิดให้สาธารณชนทั่วไปเข้าชมและจัดแสดงเผยแพร่ โดยมีจุด

⁵ กองพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในประเทศไทย, (กรุงเทพฯ, 2546)

⁶ อภิญา บัวสรวง, เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นในประเทศไทย, (กรุงเทพฯ, 2540),

มุ่งหมายเพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อกรณีศึกษาเล่าเรียน และเพื่อบันเทิงใจต่อหลักฐานทางวัตถุ อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติและสิ่งแวดล้อมของมนุษย์เรา ถ้าสถานบันใดอยู่ใน ขอบข่ายนี้ สถาบันนั้นถือเป็น พิพิธภัณฑสถาน”⁷ พิพิธภัณฑที่ประกอบด้วยหลักฐานทางวัตถุ โครงสร้างอาคารสถาปัตยกรรม และส่วนที่เป็นเรขศิลป์ที่ใช้ประกอบในการสื่อสารข้อมูลและความเข้าใจต่อการใช้งานในส่วนต่างๆ ให้มีความเข้าใจเป็นสื่อภาษากลางที่ให้ทุกคนมีความเข้าใจเดียวกัน มีความสอดคล้องกันในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

ซึ่งในการศึกษาเรขศิลป์สำหรับพิพิธภัณฑที่ให้ความชัดเจน และมีความสอดคล้องกับแนวนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการกระจายสู่จังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ภูมิภาคประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ ระบบป้ายสัญลักษณ์ และอื่นๆ ให้ก้าวสู่ความเป็นสากล เพื่อก่อเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว มีผลสู่รายได้ของประชาชนท้องถิ่นและภูมิภาคต่างๆ จำเป็นที่ จะต้องมีการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ เพื่อการสร้างเรขศิลป์สำหรับพิพิธภัณฑต่อไป

ปัญหาของการวิจัย

รูปแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบันของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ยังคง ไม่มีความสอดคล้องกับแนวนโยบายและการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่มีความเป็นมาตรฐานสากล เดียวกัน ในแต่ละพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ
2. เพื่อกำหนดแนวทางรูปแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑสถานแห่ง ชาติ

สมมติฐานของการวิจัย

สามารถหาและกำหนดรูปแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑสถานแห่ง ชาติ ที่มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นรูปแบบมาตรฐานได้ต่อไป

⁷ วราภรณ์ เผือกเล็ก,พิพิธภัณฑศิลป์ไทย,(กรุงเทพฯ,2541)

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่มีอยู่ในกรุงเทพฯ และในส่วนภูมิภาคต่างๆ ในประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาความหมายของเอกลักษณ์องค์กรและวิธีการหาเอกลักษณ์ขององค์กร
2. ศึกษาองค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร
3. ศึกษาข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
4. ศึกษาวัฒนธรรมไทยและการสื่อสารความเป็นไทย
5. เก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
6. สร้างรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
7. ออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
8. สรุปผลของสรุปผล โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถกำหนดโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติได้
2. สามารถใช้โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอื่นๆ ได้

คำจำกัดความ

พิพิธภัณฑ์สถาน⁸ พิพิธภัณฑ์ประกอบด้วยหลักฐานทางวัตถุ โครงสร้างอาคาร สถาปัตยกรรม และส่วนที่เป็นเรขศิลป์ที่ใช้ประกอบในการสื่อสารข้อมูลและความเข้าใจต่อการใช้งานในส่วนต่างๆ ให้มีความเข้าใจเป็นสื่อภาษากลางที่ให้ทุกคนมีความเข้าใจเดียวกัน มีความสอดคล้องกันในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

เอกลักษณ์⁹ หมายถึงลักษณะเฉพาะตัวขององค์กรที่นำออกแบบสามารถสร้างโดยคาดการณ์ล่วงหน้าได้

⁸ วรารัตน์ เผือกเล็ก, พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทย, (กรุงเทพฯ, 2541)

⁹ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, การออกแบบตราสัญลักษณ์, (กรุงเทพฯ, 2541) หน้า 13

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นการศึกษาหาโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ที่เหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบเรขาคณิต ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 3 ความหมายของเอกลักษณ์องค์กรและวิธีการหาเอกลักษณ์ขององค์กร

ส่วนที่ 4 วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารความเป็นไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

8

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร นับเป็นพิพิธภัณฑ์สถานสำหรับประชาชนแห่งแรกของประเทศไทยซึ่งตั้งขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2402 แต่เดิมเป็น "พระราชวังบวรสถานมงคล" หรือวังหน้าซึ่งประกอบด้วยพระที่นั่งและพระตำหนักอันนับเป็นสถาปัตยกรรมไทยที่งดงามอีกแห่งหนึ่ง

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ได้ทรงจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ส่วนพระองค์ขึ้นที่ พระที่นั่งประพาสพิพิธภัณฑ์ ซึ่งทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในพระบรมมหาราชวัง เพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ซึ่งเป็นเครื่องราชบรรณาการต่างๆ นับว่าเป็นบ่อเกิดของพิพิธภัณฑ์ในสมัยต่อมา

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้ง "มิวเซียม" ณ ศาลาสหทัยสมาคม หรือหอทองคอกเดียในพระบรมมหาราชวัง เปิดให้ประชาชนเข้าชมเป็นครั้งแรก เนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมายุครบ 21 พรรษา เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2417 ครั้งต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2430 กรมพระราชวังบวรวิชัยชาญ ทิวศต จึงได้มีประกาศยกเลิกตำแหน่งพระอุปราชแล้ว ทำให้สถานที่ในพระราชวังบวรสถานมงคลว่างลง พระบาทสมเด็จพระ

จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึง โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายพิพิธภัณฑสถานจากหอทองคองเคียว ไปตั้งจัดแสดงที่ พระราชวังบวรสถานมงคลเฉพาะด้านหน้า 3 องค์ โดยใช้พระที่นั่งด้านหน้าคือ พระที่นั่งศิวโมกษ พیمان พระที่นั่งพุทไธสวรรย์ และพระที่นั่งอิศราวินิจฉัย เรียกว่า "พิพิธภัณฑสถานวังหน้า"

ต่อมาในปี พ.ศ. 2469 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 โปรดเกล้าฯ พระ ราชทาน พระ ราชมณเฑียรในพระราชวังบวรสถานมงคลทั้งหมดให้จัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑสถาน สำหรับพระนครขึ้น และได้จัด พระที่นั่งศิวโมกษพیمانให้เป็นสถานที่จัดแสดง ศิลาจารึก คัมภีร์ใบ ลาน สมุดไทย ตำราโบราณ เรียกว่าหอสมุดวชิรญาณ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2469 เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา ต่อ มาประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองจากสมบูรณาญาสิทธิราช มาเป็นระบอบ ประชาธิปไตย รัฐบาลได้จัดตั้งกรมศิลปากรขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2476 พิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร จึงได้เข้าสังกัดกับกรมศิลปากร และได้ประกาศตั้งเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร เมื่อ พ.ศ. 2477 และจนถึงปัจจุบันพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ได้กระจายไปอยู่ในหลากหลายจังหวัดทั่ว ประเทศเรื่อยมา

ในปี พ.ศ. 2547 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อยู่ในการดูแลของกรมศิลปากร ได้มีการแบ่ง ส่วนรับผิดชอบเป็นเขตการรับผิดชอบเป็น 9 เขตรับผิดชอบและมีจำนวนพิพิธภัณฑสถาน 44 พิพิธภัณฑสถาน ดังนี้

ชื่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	จังหวัดที่ตั้ง
1. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร Bangkok National Museum	กรุงเทพมหานคร Bangkok
2. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กาญจนภิเษก Kanjaphisek National Museum	ปทุมธานี Prathumthani
3. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี Royal barges National Museum	กรุงเทพมหานคร Bangkok
4. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ช้างต้น Changton National Museum	กรุงเทพมหานคร Bangkok
5. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ วัดเบญจมบพิตร Benchamabopit National Museum	กรุงเทพมหานคร Bangkok
6. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอศิลป์ The National Gallery	กรุงเทพมหานคร Bangkok
7. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ศิลป์ พีระศรี อนุสรณ์ Silpa Bhirasri	กรุงเทพมหานคร Bangkok

8. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เจ้าสามพระยา Chaosampraya National Museum	พระนครศรีอยุธยา Ayuttaya
9. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จันทรเกษม Chantharakasem National Museum	พระนครศรีอยุธยา Ayuttaya
10. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ Narai National Museum	ลพบุรี Lopburi
11. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อินทร์บุรี Inburi National Museum	สิงห์บุรี Singhaburi
12. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชัยนาทมุนี Chainatmuni National Museum	ชัยนาท Chainat
13. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทุมพร Uthong National Museum	สุพรรณบุรี Supanburi
14. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี Suphanburi National Museum	สุพรรณบุรี Supanburi
15. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระปฐมเจดีย์ PhraPathom-Chedi National Museum	นครปฐม Nakornprathom
16. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนครศรี Pranakornkiri National Museum	เพชรบุรี Petchburi
17. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า Bankao National Museum	กาญจนบุรี Kanchanaburi
18. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี Ratburi National Museum	ราชบุรี Ratburi
19. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชาวนาไทย Chownathai National Museum	สุพรรณบุรี Supanburi
20. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ปราจีนบุรี Prachinburi National Museum	ปราจีนบุรี Prachinburi
21. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พาณิชยนาวี The National Maritime Museum	จันทบุรี Chantaburi
22. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ รามคำแหง Ramkhamhaeng National Museum	สุโขทัย Sukhothai

23. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สวรรคตวรนายก Sawanworanayok National Museum	สุโขทัย Sukhothai
24. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กำแพงเพชร Khampangpetch National Museum	กำแพงเพชร Khampangpetch
25. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระพุทธชินราช Phraputthachinnarat National Museum	พิษณุโลก Pitsanuloke
26. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงใหม่ Chiangmai National Museum	เชียงใหม่ Chiangmai
27. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เชียงแสน Chiangsaen National Museum	เชียงราย Chiangrai
28. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หริภุญไชย Hariphunchai National Museum	ลำพูน Lumpoon
29. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ น่าน Nan National Museum	น่าน Nan
30. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิมาย Phimai National Museum	นครราชสีมา Nakornratchasima
31. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มหาวิรุวงศ์ Mahaviravong National Museum	นครราชสีมา Nakornratchasima
32. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ร้อยเอ็ด Roi-et National Museum	ร้อยเอ็ด Roi-et
33. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุรินทร์ Surin National Mmuseum	สุรินทร์ Surin
34. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี Ubonratchatani National Museum	อุบลราชธานี Ubonratchatani
35. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ขอนแก่น Khonkhaen National Museum	ขอนแก่น Khonkaen
36. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเชียง Banchiang National Museum	อุดรธานี Udonthani
37. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช Nakornsritthammarat National Museum	นครศรีธรรมราช Nakornsritthammarat

38. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ไชยา Chaiya National Museum	สุราษฎร์ธานี Surattani
39. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ถลาง Thalang National Museum	ภูเก็ต Phuket
40. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา Songkhla National Museum	สงขลา Songkhla
41. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มัชฌิมาวาส Muchimavas National Museum	สงขลา Songkhla
43. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชุมพร Chumphon National Museum	ชุมพร Chumphon
44. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สตูล Satul National Museum	สตูล Satul

วิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะหาโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่มีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ได้ทั้งหมดทั้ง 44 แห่ง และสามารถนำไปใช้กับพิพิธภัณฑ์สถานในอนาคตได้ โดยที่ผู้วิจัยจะใช้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร เป็นต้นแบบในการปรับใช้กับโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานที่ได้ศึกษามา

ชนิดของศิลปะโบราณวัตถุ^๑

ศิลปะโบราณวัตถุ สามารถแบ่งออกเป็นพวกๆ ตามชนิดของเนื้อวัตถุ (Type of Material) ได้ดังต่อไปนี้

1. อนินทรีย์วัตถุ (Inorganic Material)
 - a. โลหะวัตถุ (Metallic Objects) ได้แก่ สำริด ทองแดง ทอง ทองเหลือง เงิน ตะกั่ว เหล็ก ชิน ดีบุก เป็นต้น
 - b. หิน ดิน เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบ แก้ว เป็นต้น
2. อินทรีย์วัตถุ (Organic Material)

ผ้า กระดาษ หนัง กระดุก งา เขาสัตว์ ไม้
3. จิตรกรรม (Painting)

^๑ นิคม มูลิกะคามะ, กุลพันธ์ธาดา จันทร์โพธิ์ศรี, มณีรัตน์ ท้วมเจริญ, วิชาการพิพิธภัณฑ์. (กรุงเทพฯ, 2521) หน้า 88-89

บนผ้า กระดาษ ไม้ บนฝาผนัง

หลักสำคัญในการเก็บวัตถุในคลังเก็บของเหลือจัดนั้นนิยมแยกออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆดังต่อไปนี้¹⁰

1. การเก็บตามประเภทของวัตถุ เช่น วัตถุใดเป็นหินก็เก็บวัตถุนั้นไว้เป็นกลุ่มหนึ่ง วัตถุใดเป็นสำริด ก็เป็นหมวดสำริด ฯลฯ วิธีการนี้สะดวกในการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น และการป้องกันรักษามีให้แมลงทำลาย
2. การเก็บตามยุคสมัย วัตถุในคลังเก็บของเหลือจัดของพิพิธภัณฑสถานหลายแห่งแยกเก็บเป็นพิเศษ ตามยุคสมัยหรือเรื่องราว เช่น วัตถุก่อนประวัติศาสตร์ก็เก็บหมวดหนึ่ง วัตถุสมัยประวัติศาสตร์ก็เก็บหมวดหนึ่ง หรือวัตถุทางชาติพันธุ์วิทยาก็เก็บไว้อีกหมวดหนึ่ง
3. วัตถุที่มีค่า มีวัตถุอีกกลุ่มหนึ่งที่ต้องเก็บเป็นพิเศษในตู้นิรภัยสำหรับของมีค่า ได้แก่ เพชรพลอย เครื่องทอง เครื่องเงิน ซึ่งเป็นวัตถุที่มีราคาแพง จำเป็นต้องเพิ่มความระมัดระวังอย่างมาก

การจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑสถาน (Museum Exhibittion)¹¹

ในสมัยเริ่มแรกที่ตั้งพิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑสถานแต่ละแห่งไม่ได้วางหลักเกณฑ์ในการจัดแต่อย่างใด มีวัตถุเก็บรักษาเท่าไรเท่าไรก็นำออกจัดแสดงให้ประชาชนเท่านั้น ครั้นต่อมาภายหลังจึงวางหลักการง่ายๆ ขึ้นว่า พวกเดียวกันก็จัดแสดงไว้ด้วยกัน (Object) เช่น กรณีที่วัตถุเป็นหินก็จัดแสดงไว้ในกลุ่มหินไม่ว่าหินนั้นเกี่ยวกับเรื่องอะไรก็ตาม หรือถ้าเป็นเรื่องเดียวกันไม่ว่าจะต่างยุคต่างสมัยอย่างไรก็รวมกันไว้เป็นเรื่อง (Subject) เช่น พระพิมพ์ เครื่องจักสาน ฯลฯ เป็นต้น โดยมีบัตรประจำตัววัตถุบอกเรื่องราวความเป็นมาของวัตถุนั้นไว้ด้วย การทำตู้ ชั้น แท่นฐาน ก็ไม่คำนึงอะไรมากนัก เียงแต่ป้องกันไม่ให้วัตถุสูญหายหรือถูกทำลายก็เพียงพอ

หลักการในการจัดแสดง (Basic Principles)¹²

จะสังเกตได้ว่า การใช้คำในภาษาอังกฤษเกี่ยวกับการจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานนั้น นิยมใช้คำว่า Display แต่ใช้คำว่า Museum Presentation หรือเรียกนิทรรศการ Museum Exhibition ความหมายของคำว่า Presentation ก็คือการนำเอาวัตถุที่พิพิธภัณฑสถานรวบรวมไว้นั้นออกจัดแสดงให้เรื่องราว ไม่ใช่การจัดตั้งโชว์ดังเช่นการ Display สินค้า

¹⁰ เรื่องเดียวกัน หน้า 76

¹¹ เรื่องเดียวกัน หน้า 1/89

¹² จิรา จงกล, พิพิธภัณฑสถานวิทยา, (กรมศิลปากร กระทรวงศึกษา, กรุงเทพฯ) หน้า 177-179

ปรัชญาการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์สถานสมัยใหม่ ถือหลักว่า นิทรรศการจะต้องเร้าหรือส่งเสริมให้เกิดผลในทางดีงาม ส่งเสริมทัศนคติที่ดี ส่งเสริมรสนิยมสูง เกิดความเข้าใจเห็นคุณค่า เกิดความรู้สึกนึกคิดจินตนาการ มีชีวิตชีวา เกิดความรื่นรมย์เพลิดเพลิน

พิพิธภัณฑ์สถานแต่ละประเภทอาจใช้เทคนิคในการจัดแสดงแตกต่างกัน แต่โดยหลักการที่เป็นพื้นฐานแล้ว มีหลักการอย่างเดียวกัน ดังนี้

1. ความสำคัญของการจัดแสดงอยู่ที่วัตถุ นิทรรศการของพิพิธภัณฑ์สถานต่างกัน นิทรรศการทั่วไปก็คือ ต้องเน้นความสำคัญที่วัตถุ ส่วนคำบรรยายหรือส่วนประกอบอย่างอื่นเป็นเพียงองค์ประกอบที่ช่วยให้วัตถุที่จัดแสดงมีความหมายสมบูรณ์

2. การให้เรื่องราว ความรู้เกี่ยวกับวัตถุที่จัดแสดง องค์ประกอบวัตถุที่ทำให้วัตถุมีความหมายสำคัญ จะต้องมีคำบรรยาย และการจะให้คำบรรยายอย่างไร

3. การจัดแสดงวัตถุจะต้องมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน ให้เรื่องราวขั้นตอนไปตามลำดับ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง

4. ให้ความประทับใจ ความเพลิดเพลิน ความชื่นชม ความสำคัญและคุณค่าของวัตถุ

5. การจัดแสดงต้องถือหลักจัดอย่างง่าย ๆ (Simplicity) ไม่จัดแสดงให้ดูซับซ้อน สับสน

6. ให้ความปลอดภัยแก่วัตถุ

ประเภทผู้เข้าชม¹³

ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

1. ประชาชนทั่วไป (General Public)
2. นักท่องเที่ยว (Tourists)
3. นักวิชาการ และนักปราชญ์ (Scholars)
4. นักเรียน นักศึกษา (School Children and Students)

จากที่กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของชนิดของศิลปะโบราณวัตถุ การเก็บวัตถุในคลังเก็บของ หลักการจัดนิทรรศการ และประเภทของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานก็ดี เพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึงระบบการจัดการที่เป็นมุมมองของพิพิธภัณฑ์สถาน ในการจัดการและกำหนดหมวดหมู่ของศิลปวัตถุ การจัดแสดง ประเภทของผู้ชม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑ์สถานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

¹³ เรื่องเดียวกัน หน้า 179-180

บทบาทของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกับการพัฒนาสังคม¹⁴

จากอดีตถึงปัจจุบันพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติได้มีขั้นตอนวิวัฒนาการที่พัฒนามาเป็นเวลานานกว่าร้อยปี วิวัฒนาการนั้น มีทั้งวิวัฒนาการทางด้านการบริหารและการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการรวบรวมวัตถุที่มาจากวัตถุทุกประเภทมาเป็นการสะสมวัตถุเฉพาะประเภท คือศิลปะโบราณคดีตลอดจนแนวโน้มการขยายตัวอีกครั้ง ซึ่งยังคงอยู่ในความคิดที่ชัดเจน นั่นคือ การขยายวงกว้างสู่ลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ สภาวะแวดล้อมของสังคมมนุษย์ อันเป็นความก้าวหน้าซึ่งพิพิธภัณฑ์สถานทั่วไปในสากลกำลังพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน การรวบรวมวัตถุครั้งนี้คือที่มาของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชาติพันธุ์วิทยา ซึ่งเริ่มวางรากฐานปรากฏในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหลายแห่งแล้วนอกเหนือจากวิวัฒนาการดังกล่าวมาแล้ว บทบาทของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติยังได้พัฒนาตนเองให้มีความสำคัญในเรื่องการให้ความรู้แก่ผู้เข้าชมมากขึ้น ซึ่งเป็นผลให้มีวิวัฒนาการด้านอื่นๆ ที่สืบเนื่องมาจากบทบาทดังกล่าวต่อไป นั่นคือ วิวัฒนาการทางด้านระบบการจัดทำทะเบียนวัตถุ ซึ่งทวีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับตามสภาพวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดมาเป็นเวลานาน การพัฒนารูปแบบทางด้านการสื่อสารความหมายของวัตถุต่อผู้เข้าชม หรืออีกนัยหนึ่งคือการพัฒนาการทางด้านเทคนิคการจัดแสดง ส่วนวิวัฒนาการทางด้านการบริการการศึกษาโดยตรงนั้น ก็ได้เพิ่มบทบาทด้านวิชาการขึ้น เพื่อการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทางวิชาการออกเผยแพร่ต่อผู้เข้าชม ทั้งทางด้านการสื่อความหมายผ่านเทคนิคการจัดแสดงและด้านการจัดพิมพ์เอกสาร นอกจากนี้ยังได้เพิ่มกิจกรรมเพื่อการบริการทางการศึกษาต่างๆ อีกหลายประเภทด้วย

ฉะนั้น การพัฒนางานของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ต่อไปในภายภาคหน้าควรจะสามารถดำเนินไปได้ดีจากแนวทางซึ่งได้วางรากฐานไว้แล้วในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่เด่นชัด ทั้งในด้านการรวบรวม สงวนรักษามรดกวัฒนธรรมและการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเหล่านั้น ออกสู่สายตาประชาชนเพื่อปลูกฝังความรู้ความเข้าใจและความภูมิใจในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติต่อไป พัฒนาการทางเทคโนโลยีของโลกในปัจจุบันและอนาคตมีความสำคัญในการช่วยพัฒนากิจการของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เพราะกิจการของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้น ควรพัฒนาควบคู่ไปกับบทบาทที่ได้กำหนดไว้ให้มีส่วนในการพัฒนาสังคม และการปรับตนให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมทางวิทยาการ และเทคโนโลยีของโลกปัจจุบัน เป็นวิธิต่างหนึ่งซึ่งทำให้สังคมมีความคุ้นเคย รู้จักพิพิธภัณฑ์สถานและเกิดความสนใจและความเข้าใจในกิจการในที่สุด เมื่อนั้นสังคมได้ยอมรับว่า พิพิธภัณฑ์สถาน

¹⁴ บทบาทพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกับการพัฒนาสังคม, หน้า 222-225

แห่งชาติคือส่วนหนึ่งของสังคม บทบาทในการพัฒนาสังคมของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจะดำเนินไปได้อย่างเด่นชัดขึ้น

กิจกรรมของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอีกด้านหนึ่ง ซึ่งพัฒนาการทางเทคโนโลยีจะสามารถช่วยได้คือ เทคนิคการจัดแสดงซึ่งในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหลายแห่งในปัจจุบันไม่ว่าเป็นประเภทใด หากสามารถสอดแทรกให้ชุมชนมีความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ และเข้าใจแล้ว ถือว่าพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้นประสบความสำเร็จในการพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดแทรกวิธีการต่างๆ เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้พิพิธภัณฑ์สถานสามารถแสดงออกผ่านนิทรรศการ และเนื้อหาของตนได้อย่างเป็นอิสระขึ้น ไม่จำเป็นต้องผูกแน่นอยู่กับเทคนิควิธีการสมัยแรก ซึ่งแยกแยะวิธีการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์สถานแต่ละประเภทให้แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ในปัจจุบันและอนาคต

ในบทบาทของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้นเป็นอีกมุมมองที่มองภายนอกว่า พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้น สื่อสาร การพัฒนา ความเชื่อมโยงกับสังคมต่ออย่างไร ในเมื่อพิพิธภัณฑ์สถานเป็นองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคมโดยตรง

ในการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงภาพรวมของความเป็นองค์กรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในมุมมองด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประวัติศาสตร์ความเป็นมา การจัดการที่เป็นอยู่ ลักษณะของการจัดแสดง มุมมองต่อสังคม ทำให้เข้าใจถึงความเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติได้ครอบคลุม ชัดเจน เป็นการถ่ายทอดการนำไปกำหนดโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรได้ต่อไป

ส่วนที่ 2 ความหมายของเอกลักษณ์องค์กรและวิธีการหาเอกลักษณ์ขององค์กร

Corporate Identity เกิดขึ้นหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หันเข้าหาผลิตภัณฑ์ใช้สอยต่าง ๆ มากขึ้น (Consumer Good) และหลาย ๆ คนเชื่อว่าโครงสร้างเศรษฐกิจแบบทุนนิยมคงไม่มีอะไรที่จะหยุดยั้งได้ และเศรษฐกิจจะขยายตัวต่อไปในอนาคตจะเป็นยุคของความรุ่งเรืองอยู่ดีกินดี การมีภาพในอนาคตที่ดี ทำให้เกิดแนวคิดที่ว่า “การออกแบบที่ดีทำให้เกิดธุรกิจที่ดีด้วย” (Good Design is Good Business) ซึ่งเป็นคำกล่าวของกลุ่มนักออกแบบ Graphic ในช่วงปี 1950 ซึ่งการพัฒนาของเทคโนโลยีและเศรษฐกิจที่ตีนั้นเอง ทำให้เกิดความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นตัวเชื่อมสำคัญในการทำให้คน (กลุ่มเป้าหมาย) มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องภาพลักษณ์และภาพพจน์ขององค์กร และข้อสรุปก็คืองานออกแบบเป็นหนทางเดียวที่จะสร้างคุณค่าและความน่าเชื่อถือขององค์กรได้

ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นกระบวนการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร ซึ่งมีด้วยกัน 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนในการประเมิน วิเคราะห์และเสนอแนะ (Investigation, Analsis, Recommendation) รายละเอียดของขั้นตอนนี้ดังนี้

- 1.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเชิงกลยุทธ์ (Starategic Indrstry Analysis)
- 1.2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)
- 1.3 ค้นหาเอกลักษณ์ที่ดำรงอยู่ขององค์กร (Corporate Identity)
- 1.4 การตรวจสอบด้านการออกแบบ การสื่อสาร และพฤติกรรมขององค์กร (The Design, Communication, Behavior Audit)
- 1.5 การพิจารณาภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)
- 1.6 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำเอกลักษณ์ขององค์กร (Definition of Objective)

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาการคิดในการออกแบบ กำหนดพฤติกรรม และโปรแกรมการสื่อสาร (Creation : Design, Behavior and Communication) รายละเอียดของขั้นตอนนี้ดังนี้

- 2.1 กระบวนการออกแบบ (Design System)
- 2.2 ส่วนผสมเอกลักษณ์ขององค์กร (Identify Mix)
- 2.3 องค์ประกอบด้านการออกแบบ (Design Component)
- 2.4 การสื่อสารเอกลักษณ์ขององค์กร (Communication of Corporate Identity)

ขั้นตอนที่ 3 เปิดตัวและดำเนินการ(Launch and Implementation) รายละเอียดของขั้นตอนนี้ดังนี้

- 3.1 การวางแผนการดำเนินการ (Implemantation)
- 3.2 การเปิดตัว (Launching)
- 3.3 การบริหารด้านเอกลักษณ์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง (Ongoing Management)
- 3.4 การสร้างความเป็นเจ้าของเอกลักษณ์ขององค์กร (Creating Ownership)

เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)¹⁵

- การใช้งานและกฎ (Function and Role)
 - องค์ประกอบของเอกลักษณ์องค์กร (Elements of Identity)
 - ตราสัญลักษณ์และการสื่อสาร (logo and the connection with the Brand)
- กระบวนการดำเนินการสร้างเอกลักษณ์ (Guide to process)
 - ขอบเขตในการออกแบบ (The Briefing Stage)
 - แผนการดำเนินการและการรวบรวม (Planning and Research)
 - การพัฒนาแนวความคิด (Developing Ideas)
 - การนำเสนอผลงาน (Presenting to the Client)
 - ส่วนประกอบของเอกลักษณ์ (Managing the Application)
 - ภาพลักษณ์ (Imagery)
 - ตราสัญลักษณ์ (Logotype and Symbols)
 - ตัวอักษร (Typography)
 - สีและพื้นผิว (Color and Texture)
 - สัดส่วน (Grids and Guides)

Function and Role¹⁶

..... A corporate identity is the visual statement of a company ' role and function and is used to convey a sense of purpose and set of values. Any company that has a name has to state that name in visual form at some stage. This is more or less unavoidable. The form this statement takes requires decision -making, a decision which is already part of the bigger process called corporate identity. From here logo, together with the name and guidelines on how these element should be applied to all material from stationery to products and livert, work together to become a corporate identity.

Writing in 'Corporate Identity, Making business strategy visble througn design'. Wally Olins said, "The Identity of the Corporation must be so clear that it becomes the yardstick against which its products, beheaviour and actions are measured."

¹⁵ Charlotte Rivers, IDENTIFY, หน้า 11

¹⁶ เรื่องเดียวกัน หน้า 11-12

The term 'Corporate Identity' is more commonly associated with larger "corporate" companies. This is mainly because only larger companies can afford to fund the process and pay for amount of work involved in the development of an identity. In addition to this, it is commonly deemed unnecessary for a smaller company to have such complicated and strict systems of identity, style and application.

..... This can be achieved through a series of photographs applied to business card, a logotype or a combination of colors. This gives a company or organisation a strong and coherent visual identity that acts as an expression of personality. It also creates uniformity within a company and sets a standard which all communication must adhere to.

So although both large and small companies require an identity. The designer must be aware that smaller, local companies conduct business on vastly different levels to larger, International companies. The requirements of those clients and the approach to their individual identities will therefore also differ.

.....As Simon Needham, co-founder and group creative director at ATTIK recently said, "It is a visual translation of what a company represents to both employees and the external environment, be that business or consumer."

..... by Mark Diaper, creative director at Berlin-based design agency Eggers and Diaper. "A corporate idea is transformed into a code, the code is transported through a medium to an audience. It then decodes it back, hopefully, into the original idea."

"It is the designer's task to define the most pertinent idea, transform it into a medium and ensure that the decoding, which is out of the designer's direct control, results in the acceptance of the original message or idea. This is achieved by understanding the culture and language of the audience."

Elements of Identity¹⁷

A company Identity is something that to be unique. It is based on a company's history, beliefs, philosophy and on the people who founded or are employed by that company. The designer interprets this and presents the company with a visual Identity programme by which it can communicate its philosophy and services to its audience. As I mentioned before, it usually starts by establishing a company name, then developing a mark or logo by which that name can be recognised.

A strap line or slogan is often attached to the name, either stating the company function or voicing a company value or brief as in Nike's 'Just do it'. They do tend to be changed quite often, either to move with the times or to be suited to other environments, such as advertising campaigns or use in another country.

A corporate language is developed, and a tone of voice for literature and correspondence specified. These elements are then put together in the style manual which includes a set of detailed instructions, both written and drawn, advising on how corporate literature, signage, stationery and so on should be applied with colour, typeface and size specifications.

Logo and the connection with the Brand¹⁸

A logo is essentially a distinguishing mark designed for a company, product or service and is there to create association and recognition in order to make the reader feel safe and trusting of a particular company. It can be a typographical, illustrative or an abstract mark and sometimes cornerstone of a company image and one of the basic elements of a corporate identity.

¹⁷ เรื่องเดียวกัน หน้า 13

¹⁸ เรื่องเดียวกัน หน้า 14

Logos communicate corporate values to customers, employees and Investors alike. They form a key part of the branding of a company's product or service, so once created, the development and maintenance of the logo is vital if it is going to assist in the successful branding of that product or service.

.....This is all about creating a lifestyle. Through association, a logo on a product can become a personality of its own, expressing a way of living and embodying aspirations that the users identify with. This personality is built by creating an environment for it through advertising campaigns, promotion, sponsorship and association.

Essentially a brand is the visual identity of a related group of products or services that come from one source and are related to the marketplace. It takes continual focus and vision to maintain the success of a brand and much of it is down to making the all-important right decision at the all-important right time.

Guide to process¹⁹

The Briefing Stage

This is one of the most important stages in the process of designing a company's identity. At this point, it is essential that the designer's vision fall in line with the client's objective and that a definite understanding about the aim of the identity is established. The briefing stage is also the time to sound out deal with them. Clients vary. Some are willing to let the designer take full control, whereas others have very definite ideas about what they want. Neither is easier or more difficult to deal with but they do require a different approach.

Nonathan Ellery, partner at design agency Browns, believes that briefing is "all important", adding that eye to eye contact is far better than just a written brief.

¹⁹ เรื่องเดียวกัน หน้า 118

Generally discussions about the brief involve the whole team: "Clients tend to come to us with a fixed idea in their minds of what is required and _ end to leave having to completely re-developed with us and them as a team."

.....But understanding the client's brief does not only mean understanding what they think the problem is or what they want, as often this is purely subjective. It is also important to understand why the client perceives certain issues as problems purely because their competition doesn't have the same attributes. In many instances these supposed problems are actually defining characteristics unique to that company.

Planning and Research²⁰

The research process should be seen as an opportunity to immerse yourself in the culture of your client's organisation and get to know them. This is also a chance to establish exactly what their requirements are, both now and in the future.

Identifying your clients' audience is a critical part of the design process. Finding out details such as their average age, sex, profession, location and so on will be an immense help, however such specific information is not always available or indeed relevant. Consider what their taste is and what appeals to them stylistically. As Needham says: "By setting the right brief, there is better direction as to where to start. Within certain sectors, our experience shows that certain colour palettes work better for instance. Also if you are trying to reach an older demographic, you wouldn't use a techno font."

Developing Ideas²¹

²⁰ เรื่องเดียวกัน หน้า 20-21

²¹ เรื่องเดียวกัน หน้า 22--23

With the brief defined and planning and research completed, designing and developing an Identity can begin. This evolutionary process will see one Idea spark another and although Initial thoughts on design approach are not to be dismissed It is good to push Ideas to the next level.

This conceptual phase and is therefore a time to concentrate on the specific message that will ultimately be communicated to a certain audience In an engaging, Informative and memorable way. Different designers have different methods or systems when developing Ideas. International design agency ATTIK has devised a system It uses when carrying out research and preparing for the design of an Identity that revolves around five A's; audit articulate, apply, announce, and adhere.

There is no 'method' for creating an Identity. but whether you are at the beginning of your design career or have been in the profession for a number of years the same primary considerations apply. It must be representative, and by using the brief and research consider all possible Images or Icons that could represent the client's business.

To use already established corporate colours when re-designing an Identity ,or choosing a company's corporate colour when designing its first Identity, is usual. However, it is worth remembering that the more colour you use, the more expensive the printing job will be.

Presenting to the Client²²

It is good to start by summarising the brief. It will remind the client what was asked for in the first place. what points were specified, what Ideas they had so on. Next, explain how you addressed the problem, what steps were taken to solve the issues and needs specified in the brief, and why.

²² เรื่องเดียวกัน หน้า 24-25

....., you must present the Ideas. The final visuals used at the stage should be as close as possible to the finished the job. It Is usual for a designer to present a client with around three different options, although this Is not always the case. With some client It Is simply not necessary.

When showing Images, make sure you explain them. Highlight elements of the design that you have felt are of particular Importance to the client or that relate to a specific point In the brief. Explain why you have chosen to use certain colours, Imagery, If there Is any, and of course the type . Also be honest, bring to the client's attention any aspects that may possibly cause problems, so It Is clear what they are being asked to accept.

Managing the Application²³

The effective follow-through of an Identity design Is as Important as actually designing the Identity In the first place. It Is wrong to think that once an Idea has been presented and accepted. there Is nothing more for the designer to do except organise a printer.

It Is part of the designer' s remit to ensure that the consistent and correct application Is organised for a corporate Identity programme, however big or small. This usually starts with printing the stationery set but can also Include application onto a website, vehicle liveries, packaging, clothing and so on.

If the Identity Is a re-design of an old Identity then obviously the new one will have to be phased In. This can be a major operation If the client works Internationally..... and It Is virtually Impossible to change everything at once - the process will continue for many months.

²³ เรื่องเดียวกัน หน้า 26-27

However, many larger global companies require maximum Impact on launch of a new Identity and use It as a catalyst for change ,..... The designer should provide the client with Information about costs, so that they are able to decide where to apply the Identity and at what stage. This budgeting process requires great skill and consideration and Is best decided upon by both designer and client.

Essentially, mainaing the application of an Identity, from printing the business card to maintianing a good working relationship with the client, should be controlled from a central point sa that consistency Is maintianed. It Is only then that a corporate Identity begins to establish the unity that Is required to make It successful and effective. Companies grow and change and employess come an go, the corporate Identity Is there to maintain some form of continuing but changeable consistency.

Work²⁴

Imagery

The use of imagery to create a visual language for a company has become increasingly popular. It may be used as a primary or secondary language but either way. An image will add colour and strength to any company's envelope, business card and so on.

Just as effective in black an white or colour, the use of imagery can attract increased attention or interest. The type of photograph or illustration used is dictated by contemporary fashions or trends and limitatins of the printing process. At its most basic the company logo, but it is up to the designer to add that extra character by using hand-rendered illustration , photography or typographic illustration.

Logotype and Symbols

²⁴ เรื่องเดียวกัน หน้า 30-109

The use of symbols, signs and icon to represent an idea, an activity or object, has been with us for hundreds of years. The creation of simple signs was man's first attempt to communicate using drawing or imagery, rather than language. Today, these symbols often form the basic of a brand or corporate identity and can also be used as a company trademark. They can be pictorial or abstract and can be used in commercial, political or cultural contexts, but what makes them special is that they work internationally no language is necessary.

Similarly, logotypes, although type-based, become company symbols and are recognised and associated with a particular company. Logotype can also be used as the basic for a trademark. The United States Patent and Trademark Office defines a trademark as "a word, phrases, symbols or designs which identifies and distinguishes the source of the goods or services of one party from those of others"

Typography²⁵

The choice and arrangement of an existing appropriate typeface, or design of a bespoke typeface is a fundamental aspect of identity design. Design concerned with the conveyance of information, the creation of an identity and its application onto business cards, letterheads and compliment slips, is a fundamentally typographic exercise.

Color and Texture²⁶

Colour is one of the most important aspects of an identity design and will probably be the most discussed matter between the designer and client. As a result of contention, colors have great impact, meaning and presence, and choosing a corporate color is a long lasting decision not to be taken lightly.

²⁵ เรื่องเดียวกัน ,หน้า 62-63

²⁶ เรื่องเดียวกัน ,หน้า 78-79

Grids and Guides²⁷

When Paul Rand completed the IBM logo in 1956 he also created one of the first identity manuals to accompany it a set of guidelines that instruct the client on the correct application of the identity across all possible medium. It not only included the design of the logo, but also the size, colour and way in which it was to be applied correctly in particular situations. Today, these style manuals have become increasingly common and are viewed as essential to most major identity projects. They avoid the misuse of an identity, such as use of non-approved colors or images, as well as inform the use of the correct way to lay out a letter, facsimile or invoice.

ในส่วนที่ 2 นี้ผู้วิจัยศึกษาถึงความหมายของเอกลักษณ์องค์กร กระบวนการหาเอกลักษณ์องค์กร การสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร ในลักษณะต่างๆ เพื่อจะนำไปกำหนดกระบวนการหาเอกลักษณ์ขององค์กรพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ที่มีความเหมาะสมต่อไปในบทที่ 3

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร

ประเภทของตราสัญลักษณ์²⁸

ประเภทของตราสัญลักษณ์ ก็มีการแบ่งเป็นหลายทฤษฎี หลายแนวคิด โดยในที่นี้ จะทำการแบ่งประเภทของตราสัญลักษณ์ ดังนี้

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| 1. Logo | 1.1 Name-only Mark |
| | 1.2 Initial letter Mark |
| 2. Symbol | 2.1 Allusive Mark |
| | 2.2 Abstract Mark |
| 3. Combination Mark | 3.1 Name symbol Mark |
| | 3.2 Pictorial name Mark |
| | 3.3 Associative Mark |

²⁷ เรืองเดียวกัน , หน้า 94-95

²⁸ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, การออกแบบตราสัญลักษณ์, หน้า 17-27

หลักการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์

ระบบป้ายสัญลักษณ์²⁹

เป็นระบบที่ใช้การออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ หลักสุนทรียภาพ ความรู้ความชำนาญในสายงาน คือการเลือกใช้วัสดุ และการติดตั้ง รวมทั้งควรที่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ใช้กับสถานที่ที่มีการสัญจรมาก ได้แก่ สนามกีฬา สนามบิน ระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้า ศูนย์การประชุม ศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล อาคารสำนักงาน เพื่อช่วยจัดระเบียบ และควบคุมการสัญจรที่มีประสิทธิภาพต่อเนื่อง โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมเดิม มีส่วนสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรม และแสดงความภาคภูมิใจของผู้เป็นเจ้าของ

ป้ายสัญลักษณ์³⁰ (Signage)

เป็นส่วนหนึ่งของ ระบบนำทาง (Way finding System) หรือระบบภาพชี้ทาง(Graphic Directional System) เพื่อทำให้มวลชนสามารถเดินทางไปสู่ที่ต่าง ๆ ตามต้องการ ในการจัดทำเครื่องมือเพื่อไปสู่จุดหมายนั้นได้ นักออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อมได้จำกัดความหมายให้แคบลง โดยสร้างเครื่องมือเพื่อบอกทิศทาง ระบุสถานที่ และบอกคำสั่ง เป็นการให้ข้อมูลอย่างมีระเบียบและเป็นรูปธรรมโดยจัดทำในลักษณะของ แผ่นป้ายสัญลักษณ์ ที่มีการวางแผนออกแบบ โดยการนำสัญลักษณ์ภาพมาใช้ร่วมกับแผ่นป้ายและคำนึงถึงการใช้งานอย่างมีมาตรฐาน เรียบกว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ดีจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

การแสดงความหมายในการสื่อสาร³¹

การสื่อสารความหมายสามารถทำได้หลายทาง ได้แก่ จากลักษณะท่าทาง การพูดคุย จดหมาย โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ วิดีโอ ตัวอักษร สัญลักษณ์รูปภาพ สัญลักษณ์ที่จินตนาการจากธรรมชาติ การใช้สัญลักษณ์เหล่านี้จึงสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป ได้แก่

1. การสื่อสารด้วยคำ (Word Messages)

ตัวอักษรสื่อถึงความหมายของความคิดและข้อมูลได้ เช่น บอกชื่อ อธิบายขนาด คำ

²⁹ เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา.ระบบป้ายสัญลักษณ์, (กรุงเทพฯ : พลัสเพลส,2543), หน้า 43

³⁰ เรื่องเดียวกัน : หน้า 23

³¹ เรื่องเดียวกัน : หน้า 42

เตือน ซึ่งเมื่อออกจากสถานที่ที่มีป้ายสัญลักษณ์เหล่านี้ไปแล้ว จะไม่สามารถอ่านและเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรได้เพราะสายตาของคนและความจดจำมีขีดจำกัด

ตัวอักษรที่ทันสมัยหลายชนิดที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน เช่น ตัวพิมพ์หนา และตัวอักษรที่เกิดจากการผสมผสานกัน การเขียนด้วยแปรง หรือการเขียนด้วยลายมือ เป็นลักษณะของการเขียนที่มีเอกลักษณ์ ดังนั้นป้ายสัญลักษณ์ เครื่องหมายควรเป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย และใช้เป็นตัวอักษรสากล คือใช้ภาษาอังกฤษ

2. สัญลักษณ์ภาพ (Symbols)

เป็นสัญลักษณ์ให้ข้อมูลที่ง่ายแก่การเข้าใจ และเป็นรูปแบบที่กระชับรัดกุม สามารถมองเห็นได้ในระยะไกล เป็นรูปภาพที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ เนื่องจากสัญลักษณ์รูปภาพมีความเป็นสากลอยู่ในตัว เช่น การใช้สัญลักษณ์ภาพขององค์การขนส่งของสหรัฐฯ (DOT) เป็นที่รู้จักและรับไปใช้กันอย่างแพร่หลายใน สนามบินนานาชาติ องค์การขนส่งและการจราจรทุกประเภท

สัญลักษณ์ภาพส่วนใหญ่ ที่นำไปใช้เป็นภาพมาตรฐาน จึงเป็นรูปภาพที่ทุกคนสามารถมองเห็น และเข้าใจได้เพราะการสร้างสัญลักษณ์ภาพต้องอาศัยมาตรฐานความคิดของคนทั่วไปเป็นหลัก มีความชัดเจน และควรหลีกเลี่ยงการใช้รหัสต่าง ๆ ที่คนทั่วไปไม่สามารถเข้าใจได้

3. ภาพถ่าย (Photo Images)

ภาพที่มองเห็น สามารถอธิบายข้อมูลได้ เช่น ภาพถ่าย รูปภาพ กราฟ และแผนที่ เป็นสิ่งที่ทำให้เข้าใจความหมายได้โดยตรง เพราะการอธิบายความหมายด้วยภาพสามารถใช้อธิบายข้อมูลระดับพื้นฐานที่พบเห็นได้โดยทั่วไปได้แก่

กราฟ เหมาะสำหรับแสดงข้อมูลที่เป็นสถิติ เช่นการเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร
แผนที่ แสดงข้อมูลทางด้านพื้นที่ มีหลายแบบและในแต่ละแบบใช้แตกต่างกันไป

4. ภาพบนจอ (Screen)

เป็นการสื่อสารข้อมูลที่ดึงดูดคนได้ง่าย ช่วยให้ นักเดินทาง นักท่องเที่ยว สามารถหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการได้ง่ายขึ้น เช่นการแสดงผลแบบ Slide multimedia และการให้ข้อมูลทางสถิติ (data base) เป็นการพัฒนาของระบบสื่อสาร โดยเฉพาะระบบการสร้างภาพจากคอมพิวเตอร์โดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการแสดงข้อมูล

5. สัญลักษณ์ รหัสสี (Color Coding)

เป็นการใช้สีเพื่อช่วยส่งเสริมระบบการนำทาง ได้แก่ รหัส แถบสีนำทางบนพื้น แถบสีป้ายสัญลักษณ์ รหัสสีที่ใช้ในการแบ่งแยกเขตพื้นที่หรือที่สาธารณะ

การสร้างป้ายสัญลักษณ์ ถือเป็นจุดสำคัญในการสื่อความหมายต่อสาธารณะชน ดังนั้นการจัดเตรียมการสื่อข้อมูลหรือการสร้างสัญลักษณ์ จะต้องมีการวางแผนปฏิบัติงานซึ่งต้องทำอย่างเป็นระบบ ต้องเป็นการศึกษาที่ตั้งอยู่บนเหตุผลและมีพื้นฐานที่มาจากความเป็นจริง

เกณฑ์การแบ่งประเภทป้ายสัญลักษณ์³²

ป้ายสัญลักษณ์และสัญลักษณ์ภาพแบ่งหมวดได้ตามประโยชน์ใช้สอย ดังนี้

1. บอกทิศทาง Directional คือป้ายประเภทพื้นฐาน ได้แก่ป้ายแผนที่ ไปจนถึงป้ายชี้ทาง
2. ระบุชื่อ สถานที่ หรือสิ่งของ Identifying คือป้ายบอกชื่อ ตำแหน่งสถานที่และสิ่งของ ได้แก่ป้ายชื่อเมือง ป้ายชื่อห้อง
3. ให้ข้อมูลข่าวสาร Informational คือป้ายเพื่อบอกข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ป้ายบอกข้อมูลของนิทรรศการ ประกาศ
4. ควบคุม หรือบังคับ Restrictive or Prohibitive คือป้ายเพื่อบอกข้อจำกัดและข้อห้าม ได้แก่ กฎข้อบังคับ ป้ายห้ามสูบบุหรี่ จนถึงป้ายเขตหวงห้าม

ชนิดของป้ายสัญลักษณ์³³

ป้ายสัญลักษณ์ ควรคำนึงถึงการจำกัดความหมายของข้อมูล (Terminology) และการแบ่งขอบเขตของการให้บริการ (Message Area) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. การให้บริการสาธารณะ (Public Service)
เกี่ยวกับการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง
2. การให้บริการธุรกิจ (Concession)
เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจ
3. กิจกรรมที่มีขั้นตอน (Processing Activities)
เกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญที่มีผู้โดยสารเข้ามาเกี่ยวข้อง
4. กฎระเบียบ (Regulations)
เกี่ยวกับกิจกรรมต้องห้าม

³² เรื่องเดียวกัน : หน้า 25

³³ เรื่องเดียวกัน : หน้า 27

องค์ประกอบหลักของป้ายสัญลักษณ์³⁴

องค์ประกอบหลักของป้ายสัญลักษณ์ มีสิ่งที่ควรคำนึงดังนี้

1. รูปร่าง

รูปร่างแผ่นป้ายมีผลในการสื่อความหมาย เช่นป้ายรูปสี่เหลี่ยมจะให้ความรู้สึกมั่นคง แน่นหนา เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้มอง เหมาะสำหรับเป็นป้ายชื่อ หรือให้ข่าวสาร ป้ายรูปร่างกลม ให้ความรู้สึกมั่นคงแต่ลื่นไหลไปได้ เหมาะกับข้อความควรปฏิบัติต่าง ๆ ป้ายสามเหลี่ยมหรือขนมเปียกปูนให้ความรู้สึกไม่แน่นอน เหมาะสำหรับป้ายข้อห้าม ข้อควรระวัง ฉุกเฉิน

2. วัสดุ

การสร้างป้ายมีการใช้วัสดุพื้นฐาน 3 อย่าง คือ ไม้ โลหะ และพลาสติก แต่ละอย่างมีความแตกต่างกันดังนี้

- ไม้ เหมาะที่จะใช้กลางแจ้ง ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ แต่จะมีความแข็งแรงน้อยกว่าโลหะ และพลาสติก
- โลหะ มีความแข็งแรงทนทาน ให้ความรู้สึกแน่นหนา มั่นคง ทันสมัย แต่มีปัญหาเรื่องน้ำหนักและการสะท้อนแสง
- พลาสติก เหมาะที่จะใช้กับหลอดไฟ มีน้ำหนักเบาสามารถปรับใช้งานได้กว้างกว่าวัสดุอื่น ๆ และยังไม่มีปัญหาเรื่องการมอง

3. สี

สีมีผลในเชิงจิตวิทยา มีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ของมนุษย์ การใช้สีต่าง ๆ มีผลต่อการรับรู้ทางสายตา จากการศึกษาการอ่านป้ายบนสีต่าง ๆ สรุปได้ว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือ การตัดกันระหว่างสีพื้นและสีตัวอักษร

รายชื่อคูสีที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน จัดลำดับจากคูสีที่เห็นและอ่านได้ง่ายที่สุดไปถึงอ่านได้ยากที่สุดดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงความยากง่ายในการอ่านตัวอักษรโดยสีแรกเป็นสีของตัวอักษรและสีในตัวยหลังเป็นพื้นภาพ เรียงจากความง่ายไปหายาก

1.ดำบนเหลือง	2.ดำบนขาว
3.เหลืองบนดำ	4.ขาวบนน้ำเงิน

³⁴ เรื่องเดียวกัน : หน้า 35

5. เหลืองบนน้ำเงิน	6. เขียวบนขาว
7. น้ำเงินบนเหลือง	8. ขาวบนเขียว
9. ขาวบนน้ำตาล	10. น้ำตาลบนเหลือง
11. น้ำตาลบนขาว	12. เหลืองบนน้ำตาล
13. แดงบนขาว	14. เหลืองบนแดง
15. แดงบนเหลือง	16. ขาวบนแดง

4. ตัวอักษร

ตัวอักษรรวมถึงรายละเอียดของตัวอักษรบนป้ายสัญลักษณ์มีความสำคัญในการถ่ายทอดข้อความไปสู่คนอ่าน มีหลักการดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษร ตัวอักษรแบบเรียบง่ายที่ดูธรรมดาจะอ่านได้ง่ายที่สุด
2. ความหนาบางของตัวอักษร ความหนาของตัวอักษรจะช่วยเน้นข้อความได้มากกว่าตัวบาง
3. การใช้ตัวอักษร การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ในภาษาอังกฤษ ผสมกับตัวพิมพ์เล็กจะทำให้อ่านได้ง่ายขึ้น
4. ระยะความห่าง การใช้ระยะช่องไฟห่างจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากกว่า
5. รูปร่างตัวอักษร ทำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน รูปร่างสามเหลี่ยม ความแหลม จะให้ความรู้สึกถึงพลังและความรวดเร็ว ตัวกลมให้ความรู้สึกนุ่มนวล เชื่องช้า

การเลือกใช้ตัวอักษรต้องดูให้เหมาะสมกับอารมณ์ของสถานที่นั้นเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับสภาพแวดล้อมหรือยังอาจส่งเสริมให้ดีขึ้น

ระบบสัญลักษณ์ภายนอก³⁵ (Exterior Signage System)

คือการนำทางภายนอกพื้นที่ บอกชื่อสถานที่ แสดงทิศทาง ให้ข้อมูล ควบคุมหรือบังคับ และอาจใช้เป็นส่วนประกอบตกแต่งบริเวณพื้นที่นั้น ดังนั้นการใช้งานจะต้องคำนึงถึงการมองเห็นได้จากในยานพาหนะและการเดินเท้าแบ่งออกเป็น (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, 2543)

1. Primary Identification การระบุบ่งชี้ เพื่อบอกชื่อสถานที่ สิ่งของขั้นแรก ความสำคัญคือ ถือได้ว่าเป็นการแสดงตัวขั้นแรกของสถานที่เป็นความประทับใจในจุดแรกสำหรับผู้มา

³⁵ เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. ระบบป้ายสัญลักษณ์, (กรุงเทพฯ : พลัสเพลส, 2543), หน้า 90

เขียน ดังนั้นสัญลักษณ์ที่จัดสร้างขึ้นควรแสดงถึงเอกลักษณ์และมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม สามารถอ่านและจดจำง่าย

2. Secondary Identification การระบุบ่งชี้ ในขั้นที่สอง ใช้กับสถานที่ซึ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น และต้องการบ่งชี้ทิศทางมากกว่า 1 จุด เช่น มีทางเข้าหลายด้าน ซึ่งต้องใช้รูปแบบที่ต่อเนื่องจากขั้นแรก

3. Vehicular Advance Notice คือป้ายแจ้งล่วงหน้าสำหรับยานพาหนะ เป็นป้ายเตือนขั้นแรก จะต้องแสดงตัวอยู่ในจุดที่สามารถมองเห็นเพื่อช่วยการตัดสินใจในระยะเวลานานจำกัด ทำให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น

4. Vehicular Directional ป้ายบอกทิศทางสำหรับยานพาหนะ และบอกทางไปสู่ที่จอดรถ เพื่อช่วยการตัดสินใจในทันที

5. Traffic Regulatory and Control คือป้ายควบคุมทิศทางการจราจร ใช้สำหรับบังคับ ควบคุมยานพาหนะ ป้ายเหล่านี้มีการใช้สี ขนาด รูปร่างที่เป็นระบบมาตรฐานของป้ายจราจร

6. Instructional ป้ายให้คำแนะนำ มักใช้กับการสัญจร โดยทางยานพาหนะ และการเดินเท้า ป้ายเหล่านี้ต้องจัดตั้งโดยคำนึงถึงตำแหน่งที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพอย่างเต็มที่

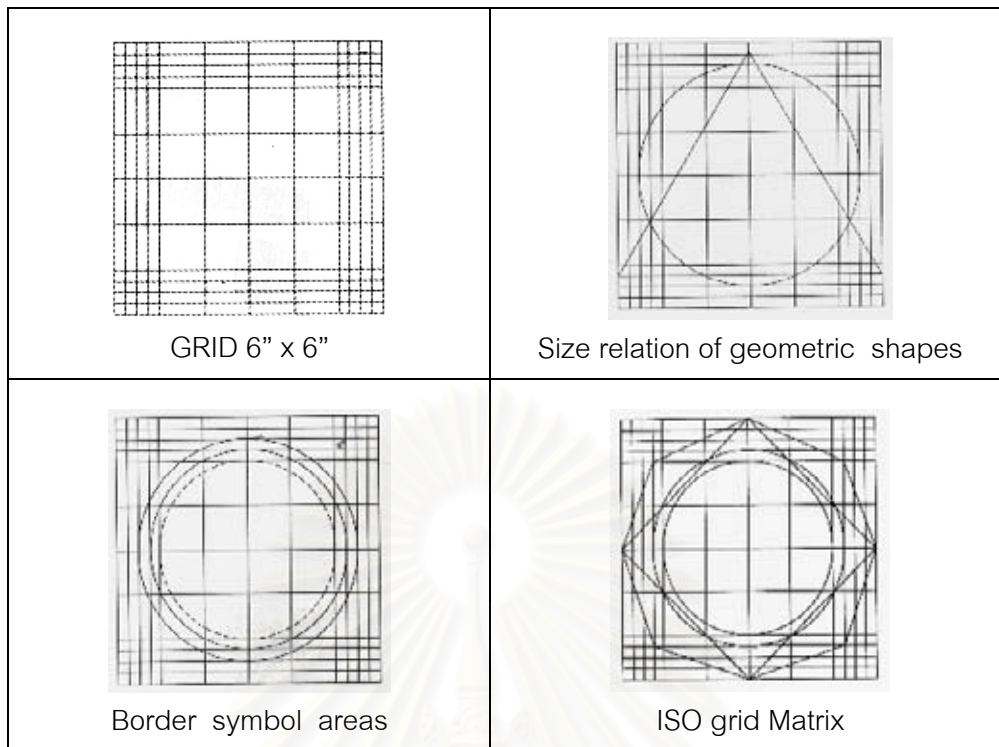
7. Informational ป้ายให้ข้อมูลข่าวสาร หรือบอกความสำคัญของสถานที่กับผู้พบเห็น ส่วนมากต้องมีความสัมพันธ์กับสถานที่ และให้ข้อมูลที่สำคัญของสถานที่ต่อผู้พบเห็น

8. Decorative ส่วนประกอบตกแต่งที่ใช้ลักษณะทางกราฟิก เพื่อความสวยงามหรือเพื่อตกแต่งบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว

การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์โดยใช้ ระบบกริด³⁶

คือ การกำหนดโครงสร้างตารางกริดเพื่อช่วยในการ กำหนดขนาดและรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ ใช้ในการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบของป้ายสัญลักษณ์เข้าด้วยกัน ได้แก่ สัญลักษณ์ภาพและลูกศร ตัวอักษร พื้นที่ว่าง เพื่อเป็นมาตรฐานในการจัดวางป้ายที่มีหลายชนิด หลายหน้าที่ให้เกิดความต่อเนื่อง ในลักษณะที่เป็นชุดเพื่อการใช้งานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของระบบป้ายสัญลักษณ์

³⁶ เรืองเดียวกัน: หน้า 58



ภาพที่ 10 ระบบกริดที่ใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ภาพ

ระบบกริดที่ใช้ในการสร้างสัญลักษณ์ภาพ

- กริดระบบเมตริกของ ISO
- มาตรฐานที่ใช้คือ อัตราส่วน 1 : 1
- โครงสร้างกริดมาตรฐาน คือ 6 ตร.หน่วย x 6 ตร.หน่วย
- เส้นตารางกริดไม่จำเป็นต้องปรากฏในแบบสัญลักษณ์
- สามารถประยุกต์ใช้กับมาตรฐานทั่วไปได้
- สามารถควบคุมสัดส่วนให้สัมพันธ์กัน
- เป็นแบบโครงสร้างสำเร็จรูปที่ดี

การกำหนดสัดส่วนเพื่อสร้างรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ

- เป็นระบบกริดที่ใช้กับ ตัวอักษร และ สัญลักษณ์ภาพ
- กำหนดสัดส่วนได้จากความสัมพันธ์ของรูปเรขาคณิต คือ รูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม
- กำหนดรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ ให้มีพื้นที่สมดุลกันทางสายตา
- กำหนดรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพ ที่แตกต่างกันให้ใช้งานร่วมกันได้ดี
- กำหนดการใช้ พื้นที่และความสูง ให้เกิดความสมดุลย์
- กำหนดความสัมพันธ์โดยใช้พื้นที่จาก ฐานของสามเหลี่ยม กับเส้นผ่านศูนย์กลางของทรงกลม กับ กว้าง X สูงของสี่เหลี่ยมจัตุรัส

- บริเวณมุมแหลมของ สามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม มีพื้นที่โค้งมนได้
- การกำหนดขนาดพื้นที่กรอบและรูปร่างของสัญลักษณ์
- กำหนดรูปร่างมากกว่าสองแบบให้จัดวางร่วมกันได้
- กำหนดขนาดกรอบภาพให้อยู่ในพื้นที่ออกแบบ
- กำหนดการใช้สีให้อยู่ในบริเวณพื้นที่ภายในกรอบ
- กำหนดการใช้สีของสัญลักษณ์ภาพให้อยู่ในพื้นที่ภายในกรอบ
- สัญลักษณ์ภาพควรเว้นพื้นที่โดยรอบอย่างน้อย $\frac{1}{4}$ ของ 1 ตารางกริด
- สัญลักษณ์ภาพไม่ควรใช้พื้นที่เกินกรอบไขปลา
- ระบบกริด ที่ใช้สร้างสัญลักษณ์ลูกศร
- กำหนดสัดส่วนของลูกศรให้สัมพันธ์กับ สัญลักษณ์ภาพและตัวอักษร
- กำหนดลูกศร ให้เหมือนกันทั้งระบบ
- กำหนดตำแหน่งของลูกศร ได้ 8 ทิศทางคือ บน ล่าง ซ้าย ขวา ล่างซ้าย ล่างขวา บนซ้าย และบนขวา

สีไทย³⁷

ในการศึกษาเรื่องสี ผู้วิจัยได้ทบทวนศึกษาในเรื่องของสีไทยโดยเฉพาะ เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้มุ่งที่จะสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรที่มีความเป็นชาติ ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องสีไทย จากงานวิจัยของนางสาวพิทยพันธ์ สิทธิรักษ์ เรื่องการออกแบบคู่มือการใช้สีไทยสำหรับนักออกแบบ ได้ผลสรุปของศึกษาสีไทยได้ดังนี้

- | | | |
|--------------------|-------------|------------------------|
| - สมัยสุโขทัย | มีสี 15 สี | เทียบเคียงได้ 3 อารมณ์ |
| - สมัยอยุธยา | มีสี 33 สี | เทียบเคียงได้ 8 อารมณ์ |
| - สมัยรัตนโกสินทร์ | มีสี 111 สี | เทียบเคียงได้ทุกอารมณ์ |

³⁷ พิทยพันธ์ สิทธิรักษ์, การออกแบบคู่มือการใช้สีไทยสำหรับนักออกแบบ, หน้า 13-14

ตัวอักษรไทย³⁸

ในการศึกษาเรื่องตัวอักษร ผู้วิจัยได้ทบทวนศึกษาในเรื่องของตัวอักษรไทยโดยเฉพาะ เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้มุ่งที่จะสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรที่มีความเป็นชาติ ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องตัวอักษรไทย จากงานวิจัยของนายธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ เรื่องการใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อบุคลิก ลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์ ได้ผลสรุปดังนี้ ลักษณะแบบตัวอักษรไทยในแต่ละบุคลิกลักษณะสามารถแบ่งได้เป็น 8 บุคลิกลักษณะดังนี้

1. ล้าลอง

ควรมีลักษณะที่ดูเรียบง่าย สบายๆ ล้าลอง เป็นแบบที่ไม่มีความซับซ้อนในเรื่องเส้นและน้ำหนักตัวอักษรมากนัก นิยมใช้เป็นตัวเนื้อความ และเป็นแบบที่นิยมใช้ในงานออกแบบทั่วไป

2. ทันสมัย

ควรมีลักษณะทันสมัย มีความชัดเจนในรูปแบบและประโยชน์ใช้สอย มีความชัดเจนในเรื่องรูปแบบ ต้องร่วมสมัย หรือไม่ดูเก่าโบราณ

3. ชวนฝัน

ควรมีลักษณะดูนุ่มนวล หวาน มีเสน่ห์ ดึงดู แบบตัวอักษรดูพลิ้วไหว เส้นและน้ำหนักตัวอักษรเป็นแบบเฉพาะตัว

4. เป็นธรรมชาติ

ควรมีลักษณะดูเรียบง่าย ฟุ้งๆ ดูอบอุ่น ตรงข้ามกับแบบทันสมัย มีความคล้ายกับแบบล้าลองบ้าง ในเรื่องเส้นและน้ำหนักตัวอักษร จะดูไม่มีความทันสมัยหรือแปลกตามากจนเกินไป โดยมากเป็นตัวเนื้อความ

5. สะอาดสะอ้ง

ควรมีลักษณะสะอาดสะอ้ง ละเอียดอ่อน เฉยเมยด้านอารมณ์ มีเสน่ห์ และความรู้สึก อาจจะเป็นตัวอักษรที่มีรูปร่างผอม หรือตัวปีบ

6. เก๋

ควรมีลักษณะเก๋ ไม่ดูตูด งามสวย มีเสน่ห์เล็กน้อย ดูเป็นผู้ใหญ่ เป็นตัวอักษรประเภทตกแต่ง สามารถแสดงอารมณ์ตามบุคลิกที่ต้องการ

7. ได้รับความนิยม

³⁸ ธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ, การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์, หน้า 141-142

ควรมีลักษณะที่ดูมีความรอบครอบ มีความเป็นทางการ เต็มไปด้วยสุนทรียภาพ ให้ความรู้สึกถึงความเป็นแบบแผน มีคุณภาพและความสมบูรณ์ เป็นตัวอักษรได้ทั้งเนื้อในและตั้ง ตกแต่ง

8. ให้อ่า

ควรมีลักษณะที่ดูมีความมั่นใจ มั่นคง ดูเป็นผู้ชาย เป็นผู้ใหญ่ ดูเรียบง่ายและสบายๆ มีความมั่นคงในเรื่องของเส้นและน้ำหนักของตัวอักษร ไม่อ่อนหรือพลิ้วมากเกินไป

ในส่วนที่ 3 ทั้งหมดนั้นได้ทำการศึกษาเรื่องของเรขศิลป์ องค์ประกอบต่างๆ ที่จะนำไปกำหนดโครงสร้างของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่มีความเหมาะสม ไม่ว่าจะเรื่องตราสัญลักษณ์ ระบบป้ายสัญลักษณ์ สี ตัวอักษร ล้วนมีความเกี่ยวข้องและความเชื่อมโยงกับการออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อย่างยิ่งในการศึกษาในบทต่อไป

ส่วนที่ 4 วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารความเป็นไทย

“... ชาติของเรารักษาเอกราชอธิปไตยมาได้จนทุกวันนี้ก็ด้วยความสามัคคี คนไทยแต่ละคนรู้จักประโยชน์ส่วนรวมของชาติ รู้จักปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องและเกื้อกูลกัน ผลการปฏิบัติของเรานั้นจึงเกิดเป็นพลังอันยิ่งใหญ่ ซึ่งสามารถกำจัดและป้องกันภัยต่างๆ มิให้ทำอันตรายแก่เราได้ แม้จะมีศัตรูคิดร้าย บุกรุกคุกคามอย่างหนักเพียงใด เราก็ยังไม่พ่ายแพ้ ขอลให้ทุกคนตระหนักว่าความสามัคคีสามัคคีของเรานั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่ต้องรักษาไว้ให้ยั่งยืนอยู่ตลอดไป หากเรามีความประมาท เราแตกความสามัคคีกันเมื่อใด เราก็จะเป็นอันตรายย่อยยับลง เมื่อนั้น...”³⁹

พระบรมราชาโชวาทเนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 3 ธันวาคม พ.ศ. 2512

“ วัฒนธรรมได้แก่ ผลรวมของลักษณะอันเด่นชัดทางจิตใจ วัตถุ ปัญญา และอารมณ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะของสังคมหนึ่งหรือกลุ่มสังคมหนึ่งวัฒนธรรมมิได้ครอบคลุมเฉพาะศิลปะและวรรณคดี เท่านั้น แต่ยังคงลุกลมไปถึงวิถีการดำเนินชีวิตวิถีพื้นฐานของมนุษย์ ระบบค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อของมนุษย์ด้วย”⁴⁰

³⁹ หนังสือรวมเกล้าชาวไทย, ธนาคราชมสิน, หน้า 44

⁴⁰ หนังสือวัฒนธรรม: บทบาทใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์, หน้า 12

คำนิยามของวัฒนธรรม โดยองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) จัดขึ้นที่เม็กซิโกซิตี้ พ.ศ. 2525

วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ, วิถีชีวิตของหมู่คณะ, ในพระราชบัญญัติวัฒนธรรม พุทธศักราช 2485 หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน, ทางวิชาการ หมายถึง พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ อยู่ในหมู่พวกของตน (ราชบัณฑิตยสถาน 2546:)

วัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคี และส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ⁴¹

วัฒนธรรมไทย คือวิถีชีวิตที่คนไทยได้สั่งสม เลือกรสรร ปรับปรุง แก้ไข จนถือว่าเป็นสิ่งที่ดีงามเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และได้ใช้เป็นเครื่องมือ หรือแนวทางแก้ปัญหาในสังคม

องค์ประกอบวัฒนธรรม 5 ประการของพระยาอนุมานราชธน⁴²

รูปแบบที่ท่านเจ้าคุณพระยาอนุมานราชธนกำหนดไว้ 5 ประการ

1. การดำรงชีวิต ไม่จำกัดเฉพาะเรื่องรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณและขนาดเท่านั้น การดำรงชีวิตยังโยงใยถึงประวัติศาสตร์เป็นมาของเผ่าพันธุ์ สังคมและเครือญาติ อาคารบ้านเรือนที่อยู่อาศัยตลอดจนการทำมาหากิน การแต่งกาย สถานะภาพของครอบครัว เครื่องใช้ไม้สอยที่จำเป็นศาสนาและความเชื่อ รวมทั้งพิธีกรรม เช่น บุญบรวงพบุรุษ ไสยศาสตร์ ตลอดจนหลักธรรมคำสั่งสอน ศิลปะการตกแต่งร่างกาย สัตว์เลี้ยง ตลอดจนมรดกทางสังคม ฯลฯ

2. ครอบครัวเพื่อนบ้านและสถาบันทางสังคม นอกจากสมาชิกในครอบครัว สิ่งนี้

⁴¹ เรื่องเดียวกัน หน้า 99

⁴² กระทรวงศึกษาธิการ. การวัฒนธรรมศึกษา:กระบวนการบริหารและจัดการวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบการสัมมนาเพื่อจัดทำแผนการศึกษาและการวัฒนธรรม จ.ที่ 1.(อนุกรมการศาสนาและวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ,2538).หน้า 96

คนจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับคือชุมชน เพื่อนบ้าน เครือญาติศาสนา ระบบเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง และสถาบันทางสังคม เช่น วัด มัสยิด โบสถ์และสถาบันทางการศึกษา เราได้ทราบข้อเท็จจริงว่าในสังคมทุกแห่ง ถ้าคนหรือสมาชิกในสังคมร่วมกันรับผิดชอบสังคมหรือชุมชนอย่างมีจิตใจที่เอื้ออาทรต่อกันแล้ว สังคมแห่งนั้นจะมั่นคงอบอุ่นและแข็งแกร่งเป็นรากฐานสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ

3. ศาสนาและจริยธรรม เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงอยู่ของคนและชุมชน ศาสนาเป็นสายใยที่บังคับจริยธรรม ศีลธรรมให้ประชาชนประพฤติปฏิบัติ เรื่องศาสนานั้นเป็นเรื่องใหญ่ของชุมชน เป็นอำนาจพิเศษที่เหนือกว่าอำนาจใดๆ ในสังคม มีความสำคัญเหนือกว่ากฎหมาย ศาสนาเป็นจิตวิญญาณของสังคม ถ้าสถาบันศาสนาได้สอนให้คนประพฤติปฏิบัติตามหลักคำสอนของพระศาสนา สังคมนั้นจะอยู่ร่วมกันอย่างผาสุก เช่น

- การปลูกฝังศีลธรรม-จริยธรรม
- การใช้ศีลข้อปฏิบัติทางศาสนารณรงค์ในเรื่องความสุจริตใจ จึงจะช่วยลดอาชญากรรมและการทำผิดวินัยทางสังคม ฯลฯ
- ศาสนาจะช่วยบ้านเมืองในการปกป้องทรัพย์สินของตนเองและเพื่อนบ้าน ฯลฯ การส่งเสริมสนับสนุนให้สถาบันวัด มัสยิด โบสถ์ในคริสต์ศาสนาทำหน้าที่อบรมประชาชน ให้ประพฤติปฏิบัติตามหลักศีลธรรม คำสอนของพระศาสนา ย่อมนำมาซึ่งความผาสุก บ้านเมืองไม่เป็นจราจลวุ่นวาย

ศีลธรรม ศีลธรรม พิธีกรรม ทางศาสนาเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องส่งเสริม สนับสนุนให้มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละสังคม ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญแต่ขาดการทำนุบำรุงส่งเสริมสนับสนุนมาช้านาน

4. ด้านศิลปะและสุนทรียศาสตร์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์รอบๆ หมู่บ้าน เป็นเรื่องสำคัญประการที่ 4 ที่มนุษย์เราจำเป็นต้องรักษา ยกกระดับให้ดีขึ้น คนกับสัตว์จึงแตกต่างกันชัดเจนระดับจิตใจนี้เอง

สัตว์โลกทั่วไปก็รักความงามเช่น นกก็มีขนสีที่สวยงาม ร้องเพลงก็ไพเราะ แต่คนมีสมองและปัญญาสูงกว่าสัตว์ ตรงที่สามารถพัฒนาความงามให้ผสมผสานกับสภาพแวดล้อมได้อย่างดีกว่ามีตาที่สามารถแก้ไขสิ่งที่อัปลักษณ์รบกวนหรือแปลกปลอมจากธรรมชาติได้

มีหูที่สามารถรับรู้ข่าวสารและสามารถแก้ไขสิ่งที่รบกวน เช่น การร้องรำทำเพลง สามารถจำแนกได้ว่าเสียงอะไรเป็นดนตรีที่ไพเราะ เสียงอะไรที่ถือว่าเป็นที่รบกวน

มีลิ้น สัมผัสกับอาหารที่โอชารสตามแต่ความเคยชินที่ได้รับการสร้างสมกันมา

มีกาย ที่สามารถแก้ไขปัญหาคืออยู่หลับนอน ฯลฯ

การศึกษาเรื่องสุนทรียศาสตร์เป็นปัจจัยในการยกระดับรสนิยม สร้างเกียรติภูมิของคนให้แตกต่างกันการยกระดับทางสุนทรียศาสตร์เป็นหัวใจสำคัญของคนและสังคม เป็นเครื่องแบ่งแยก ระหว่างสังคมด้นรจนเพื่อมีชีวิตรอด (Salvage) มาเป็นสังคมอนารชน (Barbarian) พัฒนาเป็น สังคมอารยธรรม (Civilization) ตามที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น

5. ประการสุดท้ายเรื่องของภาษา เป็นวัฒนธรรมที่มนุษย์ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสืบทอดประเพณี ศิลธรรม จริยธรรม เป็นการสืบทอดมรดกที่สร้างสมกันมาในอดีตให้สืบทอดต่อไป ภาษาจึงเป็นหัวใจสำคัญชนิดหนึ่งของวัฒนธรรม

จากคำกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าการที่ชนชาติต่างๆ ต่างกันนั้น มีความแตกต่าง มีลักษณะเด่นที่สามารถแยกแยะได้ว่า อะไรเป็นชนชาติใด เผ่าพันธุ์อะไรนั้น เสมือนเป็นสิ่งที่แสดงถึงความ เป็นหนึ่งเดียว รูปแบบที่มีความเป็นเฉพาะตัวที่ปรากฏให้ผู้อื่น ชนชาติอื่นๆ เข้าใจและมีความรู้สึก ร่วมกับความมีวัฒนธรรม ความมีเอกลักษณ์ มีความเป็นเฉพาะที่เป็นตนเอง ซึ่งการที่มีวัฒนธรรม นั้น ย่อมมีส่วนประกอบหลากหลายอย่างที่ประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็สิ่งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม โดยที่กลุ่มชน ชนชาตินั้นๆ เห็นสิ่งต่างในการกระทำและความคิดที่เป็นสิ่งๆ เดียวกัน ยอมรับสิ่งต่างๆ นั้น ด้วยกัน รับและปรับปรุงพัฒนาสิ่งต่างๆนั้น ไปในทางที่ดีพร้อมกันกับความ เจริญในด้านอื่น ซึ่งวัฒนธรรมเป็สิ่งที่ทุกชนชาตินั้นมีองค์ประกอบหลายอย่างที่เหมือนกันดังเช่น ภาษา ศิลปะวรรณคดี ระบบความเชื่อ การดำรงชีวิต การเลือกสรรปรับตัว นอกเหนือจากปัจจัยที่ จำเป็พื้นฐานต่างๆ เพื่อเป็นการรวบรวม การสร้างสังคมของกลุ่มบุคคล กลุ่มชน จากที่กล่าวเห็น ได้ว่าการเกิดของวัฒนธรรมเป็สิ่งที่รวบรวมความหลากหลายต่างให้มีความโดดเด่นเป็หนึ่งเดียว วัฒนธรรมนั้นก่อให้เกิดสังคมและความหลากหลาย ย่อมต้องมีสิ่งที่มีความเฉพาะตัว วัฒนธรรมไทย เองก็เป็หนึ่งในวัฒนธรรมมีเกิดขึ้นบนสังคมโลก ที่มีสร้างสรรค์ การพัฒนา การปรับปรุง และได้ การบ่มผสมผสานกับวัฒนธรรมอื่นๆ ให้เข้ากับความเป็นตนเองอย่างมีรูปแบบและแสดงความเป็น เฉพาะตัวตน โดยที่ยังคงอยู่และดำเนินต่อไป ในช่วงเวลาที่ผ่านไป สิ่งที่ วัฒนธรรมแสดงออกที่ ก่อให้เกิดความแตกต่าง มั่นคง เป็ลักษณะที่ผู้อื่นบุคคลอื่นสามารถรับรู้และมีสิ่งทีแสดงความเป็น เฉพาะตัว ผู้วิจัยขอกล่าวว่สิ่งต่างและลักษณะต่างเหล่านั้นว่ “เอกลักษณ์”

ในส่วนสุดท้ายผู้วิจัยมุ่งเน้นย้ำ และนำเสนอในเรื่องความแตกต่าง และหลักการของการ กำหนดวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ ที่แสดงความแตกต่างของชนชาติต่างๆ นั้น กับชนชาติไทย เนื่อง

ตัววิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะหาเอกลักษณ์ขององค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ซึ่งเป็นองค์กรที่นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์

จากที่กล่าวถึงในบทที่ 2 ทั้งหมดและส่วนต่างๆ ทั้ง 4 ส่วนนั้น เนื่องจากพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเป็นสถานที่เก็บรักษาและรวบรวมสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม สิ่งของเครื่องใช้ในการดำรงชีวิตต่างๆ และอื่นๆ อันแสดงถึงความอารยธรรม วัฒนธรรมของชนชาติ ดังนั้นการที่มีความเข้าใจในรูปแบบของวัฒนธรรมไทย เอกลักษณ์ของความเป็นไทย จะทำให้สามารถเข้าใจได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในการศึกษาวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจในองค์ประกอบต่างในการศึกษาโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ที่มีความเหมาะสม ในการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติต่อไป และเป็นพื้นฐานในกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ที่มีความครอบคลุมในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติของประเทศไทย ในบทต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการการดำเนินการวิจัย รวมถึงวิธีการรวบรวมข้อมูลและเก็บข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์สร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย โดยการรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งกระบวนการการดำเนินการวิจัยนี้ จัดแบ่งขั้นตอนออกเป็น 9 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1
 - สร้างบทสัมภาษณ์ เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Identity)
- ขั้นตอนที่ 2
 - สร้างขอบเขตของการศึกษาเรื่องเรขศิลป์ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย (Element of Design)
- ขั้นตอนที่ 3
 - สร้างแบบสอบถามเรื่ององค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้กำหนดองค์ประกอบสำหรับโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บข้อมูล (Corporate Identity)
- ขั้นตอนที่ 4
 - ศึกษาและเก็บรวบรวมองค์ประกอบการใช้งานของระบบองค์กรทางด้านเรขศิลป์ที่มีในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย (Function of Design)
- ขั้นตอนที่ 5
 - ศึกษาและรวบรวมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของต่างประเทศ
- ขั้นตอนที่ 6
 - รวบรวมและประมวลผลข้อมูล (Analysis)
- ขั้นตอนที่ 7
 - โปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติประเทศไทย และขอบเขตของโปรแกรกดังกล่าวข้างต้น (Design Brief)
- ขั้นตอนที่ 8
 - ออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย (Design Process)

ขั้นตอนที่ 9 - สรุปผลโปรแกรมเอกลักษณ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

กระบวนการดังกล่าวข้างต้นเป็นกระบวนการในการหาองค์ประกอบต่างๆ ที่จะนำมาสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ องค์ประกอบเว็บไซต์ หรือเอกลักษณ์ขององค์กรพิพิธภัณฑ์สถาน เป็นต้น ซึ่งกระบวนการทั้งหมดในวิจัยฉบับนี้ เพื่อหาข้อมูล รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลนำไปใช้ในบทต่อไป

- ขั้นตอนการดำเนินการ - สร้างบทสัมภาษณ์ เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
- ขั้นตอนที่ 1 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
- รวบรวมและเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Identity)

สร้างบทสัมภาษณ์ เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

ในสัมภาษณ์เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย นี้ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และแบบมีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) โดยมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน แบ่งออกเป็น ทางด้านพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย จำนวน 3 ท่าน และทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร 2 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครอบคลุมข้อเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์สถาน ทั้งมุมมองจากภายในและภายนอก โดยวิธีการเก็บข้อมูลโดยการบันทึกเสียง และการรวบรวมอยู่ในบทที่ 4 และภาคผนวกที่ 1

โดยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร ดังมีรายชื่อนี้

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| ท่านที่ 1 นางสาวลักษณะณ์ เจริญพจน์ | ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ |
| ท่านที่ 2 นางราตรี บัวประดิษฐ์ | หัวหน้าพช. เรือพระราชพิธี |
| ท่านที่ 3 นางกาญจนา โอบสุชัยมพราย | หัวหน้าพช. ข้างต้น |
| ท่านที่ 4 นายชูเกียรติ แยมงาม | MD.บริษัท G49 |
| ท่านที่ 5 นางวิภา บุญดี | CD. บริษัท Think up Corporate Design |

กระบวนการสัมภาษณ์และรูปแบบของบทสัมภาษณ์ มีดังนี้

กระบวนการที่ 1 - การนำเสนอโครงร่างวิจัย และจุดมุ่งหมายของการสัมภาษณ์

กระบวนการที่ 2 - สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล โดยรูปแบบของบทสัมภาษณ์มีดังนี้

บทสัมภาษณ์เรื่องโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ประเทศไทย : กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร

Corporate Identity Program for National Museum Thailand

: case study on national Museum Bangkok

- หัวข้อที่ 1 นิยามความหมายของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- หัวข้อที่ 2 สิ่งที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ต้องการสื่อสารหรือจุดมุ่งหมาย คือ อะไร
- หัวข้อที่ 3 คุณลักษณะเด่นของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่เหนือกว่าพิพิธภัณฑ์ประเภทอื่นๆ
- หัวข้อที่ 4 บริการ และสินค้าที่มีความโดดเด่นของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- หัวข้อที่ 5 มาตรฐานของกำหนดรูปแบบของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- หัวข้อที่ 6 รูปแบบของศิลป หรือวัฒนธรรมยุคใด ที่สามารถแสดงแทนตัวตนของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติได้
- หัวข้อที่ 7 เป้าหมายในอนาคตของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
- หัวข้อที่ 8 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มีการสร้างความแตกต่าง ได้อย่างไร
- หัวข้อที่ 9 อะไรหัวใจสำคัญของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

โดยการเก็บบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านนั้น ใช้วิธีการบันทึกเสียงและการถอดข้อมูลเสียงเป็นข้อมูลตัวอักษร โดยที่ข้อมูลทั้งหมดอยู่ในวิจัยฉบับนี้ในส่วนของภาคผนวกที่ 1 ในหัวข้อทั้ง 9 หัวข้อ เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้

คำถามหัวข้อที่ 1 - นิยามความหมายของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

เพื่อให้ทราบถึง ความหมาย คำนิยาม ความเป็นมา ความรู้สึก ข้อมูลเบื้องต้นที่มีความเกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่มีอยู่ในอดีต ปัจจุบัน

คำถามหัวข้อที่ 2 - สิ่งที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ต้องการสื่อสารหรือจุดมุ่งหมาย คือ อะไร

เพื่อให้ทราบถึง วัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของพิพิธภัณฑ์สถาน ในอดีต ปัจจุบัน

คำถามหัวข้อที่ 3 - คุณลักษณะเด่นของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่เหนือกว่า พิพิธภัณฑ์ประเภทอื่นๆ

เพื่อให้ทราบถึง ความแตกต่าง และลักษณะที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีความแตกต่าง หรือคล้ายคลึงกับพิพิธภัณฑ์อื่นๆ คู่แข่งอย่างไร จุดขายอย่างไรในอดีต ปัจจุบัน

คำถามหัวข้อที่ 4 - บริการ และสินค้าที่มีความโดดเด่นของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

เพื่อให้ทราบถึง ในการให้บริการ การดำเนินงาน การจัดการต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ รวมถึงสินค้า สิ่งที่น่าสนใจต่อการบริการ ในอดีต ปัจจุบัน

คำถามหัวข้อที่ 5 - มาตรฐานของกำหนดรูปแบบของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

เพื่อให้ทราบถึง รูปแบบของงานเรขศิลป์ที่มีอยู่ กระบวนการดำเนินงาน การโครงสร้างของการใช้เรขศิลป์ที่มีอยู่ในอดีต ปัจจุบัน

คำถามหัวข้อที่ 6 - รูปแบบของศิลป์ หรือวัฒนธรรมยุคใด ที่สามารถแสดงแทน ตัวตนของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติได้

เพื่อให้ทราบถึง ภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์สถานที่น่าสนใจหรือแสดงออกต่อสาธารณชน

คำถามหัวข้อที่ 7 - เป้าหมายในอนาคตของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

เพื่อให้ทราบถึง จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย มุมมองในอนาคตของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

คำถามหัวข้อที่ 8 - พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มีการสร้างความแตกต่าง ได้อย่างไร

เพื่อให้ทราบถึง แผนการดำเนินงานในอนาคต การกำหนดพิพิธภัณฑ์สถานในอนาคต

คำถามหัวข้อที่ 9 - อะไรคือหัวใจสำคัญของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

เป็นการกล่าวสรุปโดยรวมของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติว่าอย่างไร

ขั้นตอนการดำเนินการ - สร้างขอบเขตของการศึกษาเรื่องเรขศิลป์ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรม

ขั้นตอนที่ 2 - เอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

ในกระบวนการดำเนินการวิจัยขั้นที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมรวมแล้วในบทที่ 2 ของการวิจัย กล่าวคือ องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่มีความจำเป็นในการศึกษาวิจัยในเรื่องโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรนั้นมีส่วนประกอบดังนี้

ส่วนประกอบที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logotype)

ส่วนประกอบที่ 2 ตัวอักษร (Typography)

ส่วนประกอบที่ 3 สี (Color)

โดยที่ส่วนประกอบต่างๆ นี้ เพื่อสร้างแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญในการกำหนดองค์ประกอบเรขศิลป์ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ส่วนประกอบที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logotype) เพื่อกำหนดรูปแบบในการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logotype) ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โดยการเลือกลักษณะตราสัญลักษณ์ (Logotype) ที่มีการจัดแบ่งประเภทที่เป็นสากลจากข้อมูลในบทที่ 2

ส่วนประกอบที่ 2 ตัวอักษร (Typography) เพื่อกำหนดรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โดยการเลือกรูปแบบตัวอักษร (Typography) ในลักษณะต่างๆ จากผลสรุปของงานวิจัยของนายธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ ในหัวข้อวิจัยการใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์ (The Usage of Thai Typefaces to Communicate Personality in Graphic Design)

ส่วนประกอบที่ 3 สี (Color) เพื่อกำหนดรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โดยการเลือกสี (Color) ในลักษณะต่างๆ จากผลสรุปของงานวิจัยของนางสาวพิชญ์พันธ์ สิทธิรักษ์ ในหัวข้อวิจัยการออกแบบคู่มือการใช้สีไทยสำหรับนักออกแบบ

เพื่อให้ได้ขอบเขตของการศึกษาองค์ประกอบทางเรขศิลป์ของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ต่อไป ข้อมูลผลสรุปของงานวิจัยทั้งสองอยู่ในภาคผนวกที่ 2

ขั้นตอนการดำเนินการ - สร้างแบบสอบถามเรื่ององค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้กำหนดองค์ประกอบ
 ขั้นตอนที่ 3 สำหรับโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
 ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บข้อมูล (Corporate Identity)

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาในขั้นตอนการดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 2 โดยได้สร้างแบบสอบถามเรื่ององค์ประกอบเรขศิลป์ สำหรับโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ดังนี้

แบบสอบถาม

เพื่อกำหนดองค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบ
โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
(Corporate Identity Program for National Museum Thailand)

- องค์ประกอบต่างๆ มีด้วยกัน 5 ข้อ ดังนี้
- หัวข้อที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logo)
 - หัวข้อที่ 2 อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone)
 - หัวข้อที่ 3 สี (Color)
 - หัวข้อที่ 4 ตัวอักษร (Typeface)

Question 1
ตราสัญลักษณ์ (Logo) เพื่อกำหนดรูปแบบการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่มีความเหมาะสม

			Good	Normal	Bad
ตราสัญลักษณ์ (Logo)	Logo	Name-only mark			
		Initial letter mark			
	Symbol	Allusive mark			
		Abstract mark			
	Combination mark	Name symbol mark			
		Pictorial name mark			
		Associative mark			

Question 2
Mood/Tone เพื่อกำหนด Mood/Tone ที่มีความชัดเจน ไปใช้ในการออกแบบ

Mood/Tone		Good	Normal	Bad
ทันสมัย (Modern)	สภาพ (Urbane)			
	เหตุผล (Rational)			
	พิถีพิถัน (Sharp)			
	ก้าวหน้า (Progressive)			
	ดั่งโลหะ (Metallic)			

Mood/Tone		Good	Normal	Bad
ได้รับตามแบบ (Classic)	เป็นแบบแผน (Traditional)			
	อร่อยดี (Tasteful)			
	ลึกซึ้ง (Heavy and Deep)			
	ดูเป็นผู้ใหญ่ (Mature)			

Mood/Tone		Good	Normal	Bad
โฉบ (Dandy)	สงบเย็น (Placid)			
	ดูมีเสน่ห์ (Sophisticated)			
	ไว้ใจได้ (Reliable)			
	ไร้เดียงสา (Naive)			
	เหมือนเด็ก (Childlike)			
	สวยงาม (Cute)			

Mood/Tone		Good	Normal	Bad
เป็นทางการ (Formal)	อำนาจ (Majestic)			
	ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred)			
	เคร่งครัด (Austere)			
	ขี้บอง สง่า (Noble & Elegant)			

แบบสอบถามที่ 1 สอบถามเรื่องตราสัญลักษณ์ (Logo)

แบบสอบถามที่ 2 สอบถามเรื่องอารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone)

Question 3
สี (Color) เพื่อกำหนดสีที่ถูกต้องกับ Mood/Tone ที่ใช้ในการออกแบบ

Mood/Tone	Color Code	A	B	C	D	E	Color Code	A	B	C	D	E
ทันสมัย (Modern)	number oo1						number o28					
ได้รับคามนิยม (Classic)	number oo2						number o29					
ดีอา (Dandy)	number oo3						number o30					
เป็นทางการ (Formal)	number oo4						number o31					
	number oo5						number o32					
	number oo6						number o33					
	number oo7						number o34					
	number oo8						number o35					
	number oo9						number o36					
	number o10						number o37					
	number o11						number o38					
	number o12						number o39					
	number o13						number o40					
	number o14						number o41					
	number o15						number o42					
	number o16						number o43					
	number o17						number o44					
	number o18						number o45					
	number o19						number o46					
	number o20						number o47					
	number o21						number o48					
	number o22						number o49					
	number o23						number o50					
	number o24						number o51					
	number o25						number o52					
	number o26						number o53					
	number o27						number o54					

Question 4
ตัวอักษร (Typeface) เพื่อกำหนดแบบตัวอักษร (Typeface) ที่ถูกต้องกับ Mood/Tone ที่ใช้ในการออกแบบ

Mood/Tone	Typeface	A	B	C	D	E	Typeface	A	B	C	D	E
ทันสมัย (Modern)	number oo1						number o28					
ได้รับคามนิยม (Classic)	number oo2						number o29					
ดีอา (Dandy)	number oo3						number o30					
เป็นทางการ (Formal)	number oo4						number o31					
	number oo5						number o32					
	number oo6						number o33					
	number oo7						number o34					
	number oo8						number o35					
	number oo9						number o36					
	number o10						number o37					
	number o11						number o38					
	number o12						number o39					
	number o13						number o40					
	number o14						number o41					
	number o15						number o42					
	number o16						number o43					
	number o17						number o44					
	number o18						number o45					
	number o19						number o46					
	number o20						number o47					
	number o21						number o48					
	number o22						number o49					
	number o23						number o50					
	number o24						number o51					
	number o25						number o52					
	number o26						number o53					
	number o27						number o54					

แบบสอบถามที่ 3 สอบถามเรื่องสี (Color)

แบบสอบถามที่ 4 สอบถามเรื่องตัวอักษร (Typeface)

โดยเก็บข้อมูลผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร จำนวน 5 ท่าน ดังมีรายชื่อนี้	
ท่านที่ 1 ม.ร.ว.ธีรเดช รัชนี้	Creative Director บริษัท TBWA\Thailand
ท่านที่ 2 นายชูเกียรติ ลิขิตปัญญารัตน์	อาจารย์พิเศษคณะศิลปกรรมศาสตร์
ท่านที่ 3 นายชาคริต แย้มงาม	อาจารย์พิเศษคณะศิลปกรรมศาสตร์
ท่านที่ 4 นายปรีชัย วิวงศ์	SC Matchbox
ท่านที่ 5 วิวัฒน์ชัย สัจจารียกุล	Printing Solution

กระบวนการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูล มีดังนี้

- กระบวนการที่ 1 - การนำเสนอโครงร่างวิจัย และจุดมุ่งหมายของการเก็บข้อมูล
- กระบวนการที่ 2 - เก็บข้อมูล โดยใช้รูปแบบของบทสอบถามดังที่แสดงไว้ข้างต้น

เพื่อให้ได้ขอบเขตขององค์ประกอบทางเรขศิลป์ของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย ต่อไป รูปแบบและผลของแบบสอบถามอยู่ในบทที่ 4 และภาคผนวกที่ 3

ขั้นตอนการดำเนินการ - ศึกษาและเก็บรวบรวมองค์ประกอบการใช้งานของระบบองค์กร
 ขั้นตอนที่ 4 ทางด้านเรขศิลป์ที่มีในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
 ประเทศไทย (Function of Design)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ของประเทศไทย ในเรื่องขององค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑสถานของไทย ทั่วประเทศ โดยใช้กระบวนการแยกองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่กล่าวถึงในบทที่ 2 ด้วยวิธีการแยกตามการใช้งาน (Function)

เพื่อให้ได้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่มีการใช้งานอยู่จริงของพิพิธภัณฑสถานของไทย ทั่วประเทศ เพื่อนำไปสู่การกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย ต่อไป ข้อมูลสรุปของรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย อยู่ในบทที่ 4 และภาคผนวกที่ 4

ขั้นตอนการดำเนินการ - ศึกษาและรวบรวมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
 ขั้นตอนที่ 5 ของต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของประเทศอื่นๆ ในเรื่องขององค์ประกอบทางเรขศิลป์ ไว้ด้วยกันดังนี้

1. National Museum of Australia
2. Czech National Muzeum
3. The National Museum of Denmark
4. National Museum of Ireland
5. National Museums & Galleries of Wales
6. National Museum of Namibia
7. Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa
8. National Museums of Scotland
9. The National Museum of Natural History - Smithsonian Institution
10. TOKYO National Museum
11. Kyoto National Museum

เพื่อการศึกษาถึงเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของประเทศอื่นๆ โดยที่ข้อมูลและการรวบรวมอยู่ในบทที่ 4 และภาคผนวกที่ 5

ขั้นตอนการดำเนินการ - รวบรวมและประมวลผลข้อมูล (Analysis)
 ขั้นตอนที่ 6

เป็นกระบวนการดำเนินการวิจัยในบทที่ 4 ทั้งหมด

ขั้นตอนการดำเนินการ - โปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติประเทศไทย
 ขั้นตอนที่ 7 และขอบเขตของโปรแกรมหักล้างข้างต้น (Design Brief)

เป็นกระบวนการดำเนินการวิจัยในบทที่ 5 ทั้งหมด

ขั้นตอนการดำเนินการ - ออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ขั้นตอนที่ 8 ประเทศไทย (Design Process)

เป็นกระบวนการดำเนินการวิจัยในบทที่ 6 ทั้งหมด

ขั้นตอนการดำเนินการ - สรุปผลโปรแกรมเอกลักษณ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
ขั้นตอนที่ 9

เป็นกระบวนการดำเนินการวิจัยในบทที่ 7 ทั้งหมด

โดยที่กล่าวมาทั้งหมดในวิจัยบทที่ 3 นี้ แสดงถึงกระบวนการดำเนินการวิจัย การรวบรวม
ข้อมูล และเก็บข้อมูลทั้งหมด ที่มีความจำเป็นต่องานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการ
วิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการในบทที่ 4 และแสดงผลของงานวิจัยในบทที่ 5 และดำเนินการออกแบบ
โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทยในบทที่ 6 ต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

รวบรวมและประมวลผล

ในบทนี้จะกล่าวถึงการรวบรวมข้อมูลและประมวลผลข้อมูลที่ได้กล่าวมาในบทที่ 3 ในขั้นตอนที่ 6 รวบรวมและประมวลผล เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ ไปสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่เหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในบทต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลด้วยกันใน 4 ขั้นตอนการดำเนินการในบทที่ 3 ด้วยกัน ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1
 - สร้างคำถามสัมภาษณ์ เรื่องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Identity)
- ขั้นตอนที่ 2
 - สร้างขอบเขตของการศึกษาเรื่องเรขศิลป์ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย (Element of Design)
- ขั้นตอนที่ 3
 - สร้างแบบสอบถามเรื่ององค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้กำหนดองค์ประกอบสำหรับโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บข้อมูล (Corporate Identity)
- ขั้นตอนที่ 4
 - ศึกษาและเก็บรวบรวมองค์ประกอบการใช้งานของระบบองค์กรทางด้านเรขศิลป์ที่มีในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย (Function of Design)
- ขั้นตอนที่ 5
 - ศึกษาและรวบรวมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของต่างประเทศ

กระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 1 จาก

- ขั้นตอนที่ 1 - สร้างคำถามสัมภาษณ์ เรื่องพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย
 - สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
 - รวบรวมและเก็บรวบรวมข้อมูล (Research Identity)

โดยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร ดังมีรายชื่อนี้

ท่านที่ 1	นางสมลักษณ์ เจริญพจน์	ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
ท่านที่ 2	นางราตรี บัวประดิษฐ์	หัวหน้าพช. เว็พระราชพิธี
ท่านที่ 3	นางกาญจนา โอษฐ์ยิ้มพราย	หัวหน้าพช. ช้างต้น
ท่านที่ 4	นายชูเกียรติ แยมงาม	MD.บริษัท G49
ท่านที่ 5	นางวิภา บุญดี	บริษัท Think up Corporate Design

โดยบทสัมภาษณ์ คำตอบ และสรุปจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านมีดังนี้

หัวข้อที่ 1 นิยามความหมายของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
 ผู้วิจัยขอสรุปดังนี้ “พิพิธภัณฑสถาน คือสถานที่เก็บรวบรวมสิ่งที่ค้นพบเป็นทรัพย์สินของชาติ ที่ไม่มีใครสามารถอ้างสิทธิความเป็นเจ้าของได้ หลักฐานที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ความเป็นชาติ ความเป็นไทย ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ครอบคลุมทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลป์ ชาติพันธุ์วิทยา ศิลปร่วมสมัย ให้ผู้คนรู้ถึงรากเหง้าของคนไทย ว่ามาจากไหน เป็นใคร มีอารยธรรมอย่างไร โดยมีหลักฐานประกอบความน่าเชื่อถือ”

หัวข้อที่ 2 สิ่งที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ต้องการสื่อสารหรือจุดมุ่งหมาย คือ อะไร
 ผู้วิจัยขอสรุปดังนี้ “ให้ผู้คนรู้ถึงรากเหง้าของคนไทย ว่ามาจากไหน เป็นใคร มีอารยธรรมอย่างไร และเป็นสถานที่แสดงเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ สร้างความมั่นคงของความเป็นชาติ ให้คนไทยรุ่นหลังและชาวต่างชาติได้พบเห็น”

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 1 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อข้อเป็นการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ในบทที่ 5 ต่อไป ส่วนรายละเอียดทั้งผู้เชี่ยวชาญและรายละเอียดการสัมภาษณ์ อยู่ในภาคผนวกที่ 1

กระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 2 จาก

ขั้นตอนที่ 2 - สร้างขอบเขตของการศึกษาเรื่องเรขศิลป์ที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
(Element of Design)

จากการรวบรวมขอบเขตของการศึกษาเอกลักษณ์องค์กรประกอบด้วยส่วนสำคัญดังต่อไปนี้

1. ตราสัญลักษณ์ (Logotype)
2. ตัวอักษร (Typography)
3. สี (Color)
4. การใช้งาน (Function)

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 2 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อข้อเป็นการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ในบทที่ 5 ต่อไป

กระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 3 จาก

ขั้นตอนที่ 3 - สร้างแบบสอบถามเรื่ององค์ประกอบเรขศิลป์ ที่ใช้กำหนดองค์ประกอบสำหรับโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ประเทศไทย

- สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
- รวบรวมและเก็บข้อมูล (Corporate Identity)

โดยเก็บข้อมูลผู้เชี่ยวชาญทางการสร้างเอกลักษณ์องค์กร จำนวน 5 ท่าน ดังมีรายชื่อนี้

- | | | |
|-----------|---------------------------|--|
| ท่านที่ 1 | ม.ร.ว.ธีรเดช รัชนี้ | Creative Director บริษัท TBWA\Thailand |
| ท่านที่ 2 | นายชูเกียรติ ลิขิตบัญญัติ | อาจารย์พิเศษคณะศิลปกรรมศาสตร์ |
| ท่านที่ 3 | นายชาคริต แยมงาม | อาจารย์พิเศษคณะศิลปกรรมศาสตร์ |
| ท่านที่ 4 | นายปรัชชัย วังศ์ | SC Matchbox |
| ท่านที่ 5 | วิวัฒน์ชัย สัจจาริยกุล | Printing Solution |

เป็นการเก็บข้อมูลด้วยค่าสถิติและหาค่าเฉลี่ย มีด้วยกัน 3 หัวข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logotype)

ส่วนที่ 2 อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone)

ส่วนที่ 3 ตัวอักษร (Typography)

ส่วนที่ 4 สี (Color)

โดยมีจำนวนข้อมูลและค่าสถิติดังต่อไปนี้

คำถามส่วนที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logotype) ได้คำตอบดังนี้

แบบสอบถาม

เพื่อกำหนดองค์ประกอบ ที่ใช้ในการออกแบบ
โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
(Corporate Identity Program for National Museum Thailand)

องค์ประกอบต่างๆ มีด้วยกัน 5 หัวข้อ ดังนี้

หัวข้อที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logo)
หัวข้อที่ 2 อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone)
หัวข้อที่ 3 สี (Color)
หัวข้อที่ 4 ตัวอักษร (Typeface)

Question 1

ตราสัญลักษณ์ (Logo) เพื่อกำหนดรูปแบบการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่มีความเหมาะสม

			1	0	-1
			Good	Normal	Bad
ตราสัญลักษณ์ (Logo)	Logo	Name-only mark	2	3	0
		Initial letter mark	0	4	1
	Symbol	Allusive mark	0	4	1
		Abstract mark	0	4	1
	Combination mark	Name symbol mark	2	3	0
		Pictorial name mark	0	5	0
		Associative mark	5	0	0

การคำนวณค่าสถิติ (Good=1, Normal=0, Bad=-1) คุณค่าที่เก็บได้ คุณ 20

เพื่อเทียบเป็นระบบเปอร์เซ็นต์ ซึ่งในแบบสอบถามที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) มีค่าดังนี้

- | | | |
|-----------------------------|---------------|--------|
| 1. Logo-Name-only mark | ค่าที่เก็บได้ | 2 ท่าน |
| 2. Logo-Initial letter mark | ค่าที่เก็บได้ | 1 ท่าน |
| 3. Symbol-Allusive mark | ค่าที่เก็บได้ | 1 ท่าน |
| 4. Symbol -Abstract mark | ค่าที่เก็บได้ | 1 ท่าน |
| 5. Combination mark | ค่าที่เก็บได้ | 2 ท่าน |
| -Name symbolmark | | |

6. Combination mark ค่าที่เก็บได้ 0
 -Pictorial name mark
7. Combination mark ค่าที่เก็บได้ 5 ท่าน
 -Associative mark

- ค่าที่ได้แบ่งได้เป็น 5 ท่าน (100%) Combination mark-Associative mark
 2 ท่าน (40%) Logo-Name-only mark
 Combination mark-Name symbolmark
 (0%) Combination mark-Pictorial name mark
 2ท่าน (-20%) Logo-Intial letter mark
 Symbol-Allusive mark
 Symbol -Abstract mark

คำถามส่วนที่ 2 อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone) ได้คำตอบดังนี้

Question 2
 Mood/Tone เช้าหน้า Mood/Tone ที่กำหนดจะ ใช้ในการออกแบบ

Mood/Tone		1	0	-1
		Good	Normal	Bad
ทันสมัย (Modern)	ฉลาด (Urbane)	3	1	1
	เหตุผล (Rational)	2	3	0
	เฉียบ (Sharp)	4	1	0
	ก้าวหน้า (Progressive)	2	2	1
	โลหะ (Metallic)	0	4	1

Mood/Tone		1	0	-1
		Good	Normal	Bad
โบราณกาล (Classic)	เป็นแบบ (Traditional)	4	1	0
	ละเอียด (Tasteful)	4	1	0
	หนัก (Heavy and Deep)	4	1	0
	เป็นผู้ใหญ่ (Mature)	0	5	0

Mood/Tone		1	0	-1
		Good	Normal	Bad
ดี (Dandy)	สะอาด (Placid)	3	2	0
	ทันสมัย (Sophisticated)	1	3	1
	ไว้ใจ (Reliable)	4	0	1
	โหดร้าย (Naive)	0	2	3
	น่ารัก (Childlike)	0	2	3
	น่ารัก (Cute)	0	4	1

Mood/Tone		1	0	-1
		Good	Normal	Bad
เป็นทางการ (Formal)	สง่างาม (Majestic)	3	2	0
	ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred)	4	1	0
	เคร่งครัด (Austere)	0	5	0
	มีค่าสูง (Noble & Elegant)	4	1	0

การคำนวณค่าสถิติ (Good=1, Normal=0, Bad=-1) คุณค่าที่เก็บได้ คุณ 20 เพื่อเทียบเป็นระบบเปอร์เซ็นต์ ซึ่งเหมือนในแบบสอบถามที่ 1 โดยค่าที่ได้แบ่งเป็นค่าดังนี้

- ค่าที่ได้แบ่งได้เป็น 80% พิถีพิถัน (Sharp)
 เป็นแบบแผน (Traditional)
 ดูมีรสนิยม (Tasteful)
 หนักซึ้ง (Heavy and Deep)
 ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred)

ชั้นสูง สง่า (Noble & Elegant)

60% สงบเสถียร (Placid)

ไว้ใจได้ (Reliable)

ไร้เดียงสา (Naive)

อำนาจ (Majestic)

40% สุภาพ (Urbane)

มีเหตุมีผล (Rational)

ก้าวหน้า (Progressive)

0% ดูเป็นผู้ใหญ่ (Mature)

ดูมีเล่ห์เหลี่ยม (Sophisticated)

เคร่งครัด (Austere)

-20% ดูเป็นโลหะ (Metallic)

สวยฉลาด (Cute)

Symbol-Allusive mark

Symbol -Abstract mark

-60% เหมือนเด็ก (Childlike)

โดยรายละเอียดของข้อมูล ดูได้ในภาคผนวกที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำถามส่วนที่ 3 สี (Color) ได้คำตอบดังนี้

Question 3
สี (Color) เปรียบเทียบสีที่ตรงกับ MoodTone ที่ใช้ในงานออกแบบ

MoodTone	Color Code	1	0.5	0	-0.5	-1	Color Code	1	0.5	0	-0.5	-1
ทันสมัย (Modern)	number 001	1		4			number 028	3		2		
โรแมนติค (Classic)	number 002			5			number 029			5		
โลด (Jandy)	number 003	1		4			number 030	1		4		
เป็นทางการ (Formal)	number 004	1		4			number 031	3		2		
	number 005	2		3			number 032	4		1		
	number 006	2		3			number 033	3		2		
	number 007	2		3			number 034	3		2		
	number 008	3		2			number 035			5		
	number 009	2		3			number 036	2		3		
	number 010	2		3			number 037			5		
	number 011			5			number 038			5		
	number 012			5			number 039			5		
	number 013	4		1			number 040	4		1		
	number 014	4		1			number 041			5		
	number 015			5			number 042	2		3		
	number 016			5			number 043	3		2		
	number 017			5			number 044	3		2		
	number 018			5			number 045			5		
	number 019	1		4			number 046			5		
	number 020			5			number 047			5		
	number 021			5			number 048			5		
	number 022			5			number 049	4		1		
	number 023	1		4			number 050	5		6		
	number 024	2		3			number 051			5		
	number 025	1		4			number 052	1		4		
	number 026	4		1			number 053	3		2		
	number 027	4		1								

การคำนวณค่าสถิติ (A=1, B=0.5, C=0, D=-0.5, E=-1) คุณค่าที่เก็บได้ คุณ 20 เพื่อเทียบเป็นระบบเปอร์เซ็นต์ ซึ่งเหมือนในแบบสอบถามที่ 1 และ 2 โดยค่าที่ได้แบ่งเป็นค่าดังนี้

ค่าที่ได้แบ่งได้เป็น	100%	color code	050				
	80%	color code	013	014	026	027	032
			040	049			
	60%	color code	008	033	034	043	044
			053				
	40%	color code	001	005	006	007	009
			010	024	036	042	
	20%	color code	003	004	019	023	025
			030	052			
	0%	color code	002	011	012	015	016
			017	018	020	021	022
			029	035	037	038	039
			041	045	046	047	048
			051				

โดยรายละเอียดของข้อมูลและ color code ดูได้ในภาคผนวกที่ 2

คำถามส่วนที่ 4 ตัวอักษร (Typeface) ได้คำตอบดังนี้

Question 4
ตัวอักษร (Typeface) ที่ตรงกับ MoodTone ที่ใช้ในงานออกแบบ

MoodTone	Typeface	1	0.5	0	-0.5	-1	Typeface	1	0.5	0	-0.5	-1
ทันสมัย (Modern)	number 001	5					number 028			5		
โบราณย้อนยุค (Classic)	number 002	1		4			number 029			5		
โลดจ๋า (Jandy)	number 003	2		3			number 030			5		
เป็นทางการ (Formal)	number 004			5			number 031			5		
	number 005			5			number 032			5		
	number 006			5			number 033	1		4		
	number 007			5			number 034			5		
	number 008			5			number 035	2		3		
	number 009			5			number 036	2		3		
	number 010			5			number 037	4		1		
	number 011			5			number 038			5		
	number 012			5			number 039			5		
	number 013			5			number 040			5		
	number 014			5			number 041			5		
	number 015			5			number 042			5		
	number 016			5			number 043			5		
	number 017			5			number 044			5		
	number 018			5			number 045			5		
	number 019			5			number 046			5		
	number 020			5			number 047			5		
	number 021			5			number 048			5		
	number 022			5			number 049			5		
	number 023	3		2			number 050			5		
	number 024	2		3			number 051			5		
	number 025			5			number 052			5		
	number 026			5			number 053			5		
	number 027			5			number 054			5		

การคำนวณค่าสถิติ (A=1, B=0.5, C=0, D=-0.5, E=-1) คุณค่าที่เก็บได้ คุณ 20 เพื่อเทียบเป็นระบบเปอร์เซ็นต์ ซึ่งเหมือนในแบบสอบถามที่ 1 และ 2 และ 3 โดยค่าที่ได้แบ่งเป็นค่าดังนี้

ค่าที่ได้แบ่งได้เป็น	100%	Typeface	001	068			
	80%	Typeface	037	061	069		
	60%	Typeface	023	069	102	105	
	40%	Typeface	003	024	035	036	073
			082	089	095		
	20%	Typeface	002	033	064	065	067
			071				
	0%	Typeface	004	005	006	007	008
			009	010	011	012	013
			014	015	016	017	018
			019	020	021	022	025
			026	027	028	029	030
			031	032	034	038	039
			040	041	042	043	044

0%	Typeface	045	046	047	048	049
		050	051	052	053	054
		055	056	057	058	059
		060	062	063	066	070
		072	074	075	076	077
		078	079	080	081	083
		084	085	086	087	088
		090	091	092	093	094
		096	097	098	099	100
		101	103	104	106	107
		108	109	110	111	112
		113	114	115	116	117
		118	119	120	121	

โดยรายละเอียดของข้อมูลและ Typeface ดูได้ในภาคผนวกที่ 2

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 3 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อขอเป็นการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ในบทที่ 5 ต่อไป

กระบวนการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูล มีดังนี้

กระบวนการที่ 1 - การนำเสนอโครงร่างวิจัย และจุดมุ่งหมายของการเก็บข้อมูล

กระบวนการที่ 2 - เก็บข้อมูล โดยใช้รูปแบบของบทสอบถามดังที่แสดงไว้ข้างต้น

เพื่อให้ได้ขอบเขตขององค์ประกอบทางวิชาชีพของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ต่อไป รูปแบบและผลของแบบสอบถามอยู่ในบทที่ 4 และภาคผนวกที่ 3

กระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 4 จาก

ขั้นตอนที่ 4 - ศึกษาและเก็บรวบรวมองค์ประกอบการใช้งานของระบบองค์กร
ทางด้านเรขศิลป์ที่มีในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ประเทศไทย (Function of Design)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของประเทศไทย ในเรื่องขององค์ประกอบ
ทางเรขศิลป์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ของพิพิธภัณฑ์สถานของไทย ทั่วประเทศ โดยใช้กระบวนการแยก
ตามการใช้งาน (Function) ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร
Bangkok National Museum

การจัดแบ่งห้องแสดงและส่วนบริการอื่นๆ
ในปัจจุบัน

C001

	Art object	Age of Art	building	service	office
ห้องจัดแสดง					
ประวัติศาสตร์ชาติไทย		X			
ก่อนประวัติศาสตร์		X			
พระที่นั่งพุทธโธสวรรย์			X		
พระที่นั่งอิศราวินิจฉัย			X		
มหรเรขกัณฑ์	X				
ราชยานคานหาม	X				
การละเล่น	X				
เครื่องถ้วย	X				
งาช้าง	X				
เครื่องมุก	X				
อาวุธโบราณ	X				
เครื่องทอง	X				
ศิลาจารึก	X				
ไม้จันทน์	X				
เครื่องแต่งกาย-ผ้า	X				
เครื่องใช้ในพระพุทธศาสนา	X				
เครื่องดนตรี	X				
พระที่นั่งอิศเรศราชานุสรณ์			X		
โรงราชรถ			X		
พระที่นั่งมณฑลภิเษก			X		
พระที่นั่งป่าก่หินรัยทิศใน			X		
ศาลาสารภมขมมายุ			X		
ส่วนบริการ					
ประชาสัมพันธ์				X	
ห้องรับฝากของ				X	
ร้านหนังสือ/ของที่ระลึก				X	
ห้องบรรยาย				X	
จุดตรวจบัตรเข้าชม				X	
ห้องสมุด				X	
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม				X	
สำนักงาน					
ห้องจำหน่ายบัตร				X	
ฝ่ายบริหารงานทั่วไป				X	
ห้องผู้อำนวยการ					X
ฝ่ายบริการการศึกษา				X	
ฝ่ายวิชาการ					X
ฝ่ายเทคนิคและศิลปกรรม					X
ส่วนวิทยาศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์					X

1. ศิลปวัตถุ (Art Object)
2. ยุคของศิลปะ (Age of Art)
3. โบราณสถาน หรืออาคาร (Building)
4. ส่วนบริการของพิพิธภัณฑ์สถาน (Service)
5. สำนักงาน (Office)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. ศิลปวัตถุ (Art object) | <ul style="list-style-type: none"> - มหรรณมาภิวัตน์ - ราชยานคานหาม - เรือพระที่นั่ง - ช้าง - อาวุธโบราณ - ศิลปจารึก - ไม้จำหลัก - พระพุทธรูป - พระพิมพ์ - เศียรพระ - เครื่องใช้ในพระพุทธศาสนา - ประติมากรรม - ประตู่ - หน้าบัน - รูปภาพ - เครื่องทอง - เครื่องทองเหลือง - เงินตรา - เครื่องประดับ - เครื่องแต่งกาย-ผ้า - เครื่องถ้วย - เครื่องดนตรี - วัตถุวิจิตร - การละเล่น |
|---------------------------|---|

2. ยุคของศิลปะ (Age of Art)
- ก่อนประวัติศาสตร์
 - สมัยทวาราวดี
 - สมัยศรีวิชัย
 - สมัยลพบุรี
 - สมัยเชียงแสนล้านนา
 - สมัยสุโขทัย
 - สมัยอยุธยา
 - สมัยรัตนโกสินทร์
3. โบราณสถาน หรืออาคาร (Building)
- พระที่นั่งต่างๆ
 - อาคารเรือนไทย
 - ตึกพระเจ้าเหา
 - อาคารนิทรรศการถาวร
 - อาคารนิทรรศการหมุนเวียน
 - อาคารนิทรรศการกลางแจ้ง
4. ส่วนบริการของพิพิธภัณฑ์สถาน
- ประชาสัมพันธ์
 - ห้องจำหน่ายบัตร
 - จุดตรวจบัตรเข้าชม
 - ห้องรับฝากของ
 - ร้านหนังสือ/ของที่ระลึก
 - ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
 - ห้องบรรยาย
 - ห้องสมุด
 - ฝ่ายบริการการศึกษา
 - ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
5. สำนักงาน (Office)
- ห้องผู้อำนวยการ
 - ฝ่ายวิชาการ
 - ฝ่ายเทคนิคและศิลปกรรม
 - ส่วนวิทยาศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 4 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อข้อเป็นการกำหนดรูปแบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ในบทที่ 5 ต่อไป

กระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 5 จาก

ขั้นตอนที่ 5 - ศึกษาและรวบรวมเอกลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ของต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ของประเทศอื่นๆ ในเรื่องขององค์
ประกอบทางเรขศิลป์ ไว้ด้วยกันดังนี้

1. National Museum of Australia
2. Czech National Muzeum
3. The National Museum of Denmark
4. National Museum of Ireland
5. National Museums & Galleries of Wales
6. National Museum of Namibia
7. Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa
8. National Museums of Scotland
9. The National Museum of Natural History - Smithsonian Institution
10. TOKYO National Museum
11. Kyoto National Museum

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 5 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อขอเป็นการกำหนดรูปแบบ
แบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ในบทที่ 5 ต่อไป

โดยมีการศึกษาดังนี้

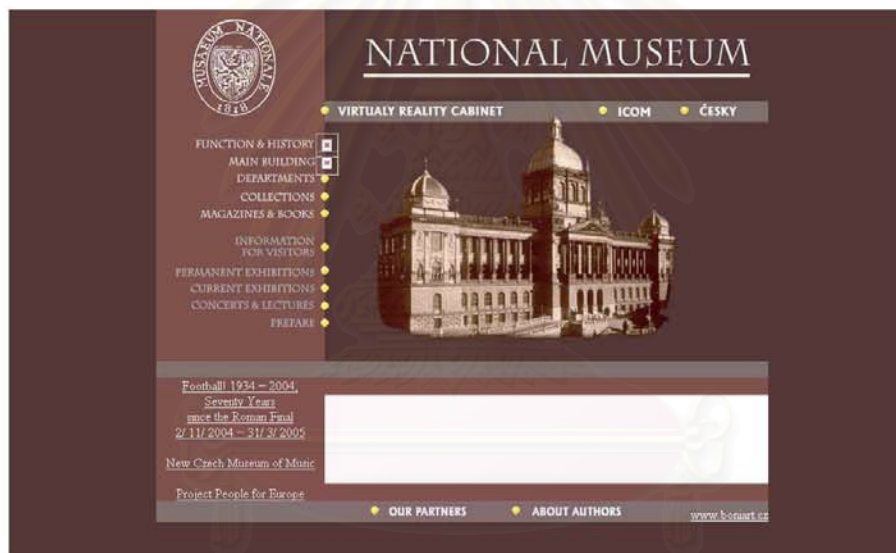
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

National Museum of Australia

Logotype



Czech National Muzeum



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The National Museum of Denmark

Logotype >


 NATIONALMUSEET



NATIONALMUSEET


[Forside](#) | [Kontakt](#) | [Nyheder](#) | [Index](#)

[English](#) | [Permanent exhibitions](#) | [Visitor information](#) | [Temporary exhibitions](#) | [Future exhibitions](#) | [Contact](#)

 [Printable version](#)

The National Museum of Denmark

The National Museum is Denmark's central museum of cultural history, comprising the histories of Danish and foreign cultures, alike. The Museum has a number of national commitments, particularly within the following key areas: archaeology, ethnology, numismatics, ethnography, natural science, conservation, communication, building antiquarian activities in connection with the churches of Denmark as well as the handling of the Danatke (the National Treasures).



The National Museum is responsible for Denmark's principal collection of cultural history. The Museum houses collections of Danish and foreign museum artefacts that may illuminate the culture from its origin to the present day. It is a priority goal for the Museum that the collections shall be accessible – in the broadest sense of the word – to research and communication through conservation, recording and storage activities.

[Conference: Architectural Paint Research in Building Conservation 9-11 May 2005](#)

NATIONALMUSEET [Kontakt os](#) [Presserum](#) [Index](#)

[Udstillinger](#) | [På museet](#) | [Tider & Priser](#) | [Kalender](#) | [Forskning](#) | [Undervisning](#) | [Om Nationalmuseet](#)

Herregården - Drøm eller virkelighed

Herregården. Man ser den for sig med den stolle alle, den imponerende hovedbygning og haven, lystik arrigt med anlæg og skulpturer. At sammen origivet af vidstrakte marker. Den perfekte ramme for et liv i sus og dus. Men er virkeligheden sådan, eller afspejler faktisk billeder snarere end-der?

[Læs mere om museets store udstilling...](#)



Lige nu

- Paint Conference**
8-11 May 2005
- Vinterfesten 2005**
- Herregården**
Sæmstilling
25.09.04 - 26.03.05
- De nye dødsynder**
Sæmstilling 01.02.05 - 01.05.05
- Wars in Europe**
Fotoudstilling
27.11.04 - 24.04.05
- Keramiske**
Sæmstillinger

[Arkiv af udstillinger](#) | [Bibliotek](#) | [Forskningssamtale](#) | [Udmøntning](#) | [Etnologisk Museum](#) | [Historisk Museum](#) | [Folkemuseet](#) | [Folkehistorisk Museum](#)

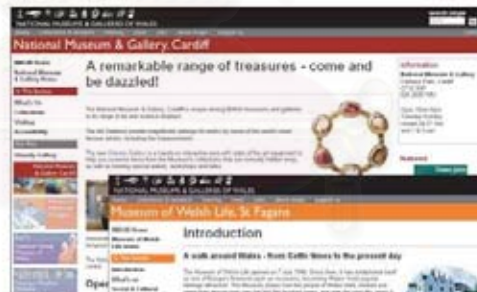
National Museum of Ireland

Logotype >

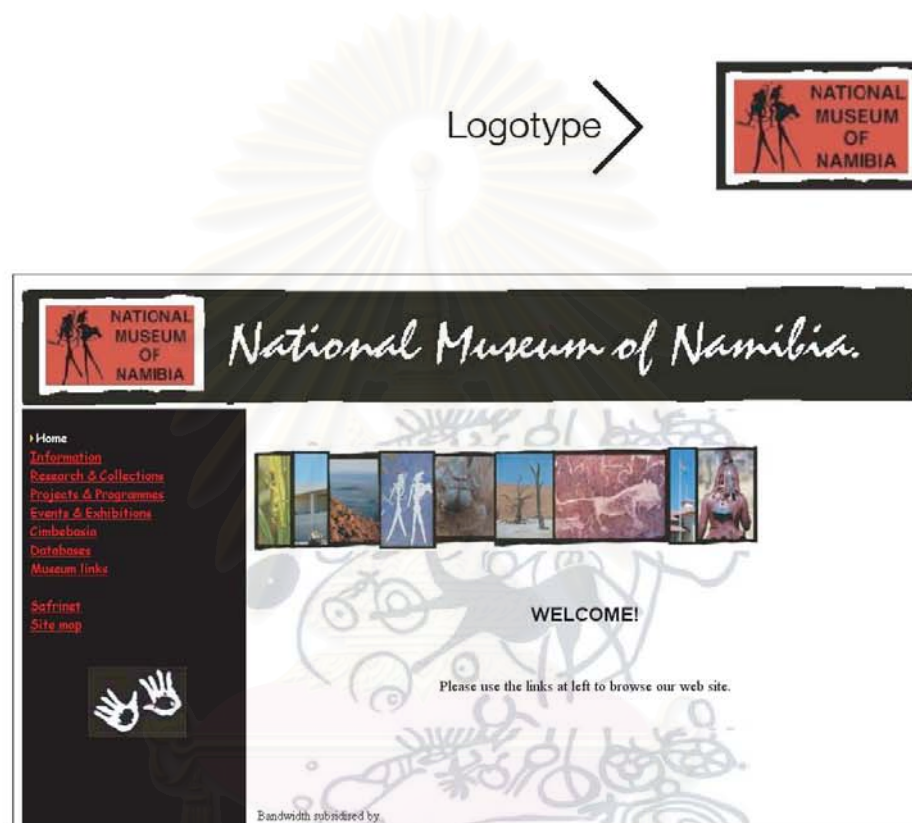


The collage displays five different pages from the National Museum of Ireland website. The top screenshot shows the main homepage with a navigation menu and a featured article titled "What's in Store" about the new visible storage facility. Below it are three smaller screenshots, each featuring a different exhibition or news item, such as "Archaeology & History" and "Decorative Arts & History". The bottom screenshot shows a page with multiple news items and exhibition highlights, including "Decorative Arts & History" and "Natural History".

National Museums & Galleries of Wales



National Museum of Namibia



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

National Museums of Scotland

Logotype >



National Museums of Scotland

Logotype >



The National Museum of Natural History - Smithsonian Institution

Logotype 



Smithsonian Institution



Smithsonian National Museum of Natural History

Information Desk
Calendar of Events
Exhibits
Educational Resources

Johnson MAX II Theater

What's New
Museum Directory
Research & Collections

SEARCH

Natural History Highlight

The Scanning Electron Microscopy (SEM) Lab - for more than 30 years the SEM Lab has assisted researchers at the museum to explore and understand our world at the microscopic level. Take a microscopic tour of NMNH research as seen in the SEM Lab. [Learn More](#)

Exhibits

Starch Express - this exhibit tracks the progress of how these beautiful plants were discovered, collected in the wild, transported, cultivated, hybridized, propagated, and finally mass-marketed to delighted audiences of plant lovers.

Feature Web Presentation

North American Mammals - Would you like a mammal field guide for the Grand Canyon, or your neighborhood? Are you interested in finding out which species are threatened? Using this web [http://www.nmnh.si.edu/Research/](#)

Ocean Science Initiative

SMITHSONIAN JAZZ CAFE



Smithsonian National Museum of Natural History

Museum Directory

Director of NMNH: **Crishawn Egan**

The NMNH Board Chair: **Marshall Turner**, Chairman

Staff Assistant to the Director: **Quinn Adams-Derry**

Associate Director for Research and Collections: **Helen Egan**

- Anthropology
- Birds
- Botany
- Chondrichthyes
- Conservation
- Evolution
- Geology
- Herpetology/Reptiles
- Mammals/Reptiles
- Research & Collections Information Office
- SEM Laboratory
- Smithsonian Research Programs
- Research, Studies, Frontiers

Associate Director for Public Programs: **Richard Sullivan**

- Exhibits
- Educators

Associate Director for Development and Public Affairs: **Larry Ford Clark**

- Public Affairs/Press Office
- Smithsonian Learning, Services, and Special Events
- Special Exhibitions/Research/Collection Management/Information
- Special Events
- Special Programs



Smithsonian National Museum of Natural History




Smithsonian National Museum of Natural History

Information Desk

- Access - Free Plans
- Annual Events
- Ask the Experts
- Discovery Center
- Educational Resources
- Field Inquiries
- Highlight Tours
- Hours - Admission
- MAX Jazz Cafe
- MAX Theater
- Information for Professional Visitors
- Museum Store
- Membership, Sponsorship, and Special Events
- Participate at the Museum
- Press Office
- Research & Collections
- Special Events
- Smithsonian Visitor Information
- Special Events
- Volunteers, Internships, and Employment

Museum Hours

The National Museum of Natural History is open every day of the year except December 25.

- Regular museum hours are 10:00 a.m. to 5:30 p.m.
- Spring Holiday, March 11 through Saturday, May 21, extended hours for Friday and Sunday will be 10:00 a.m. to 7:30 p.m.
- Spring Holiday, May 2 through Labor Day, Monday, September 5, extended museum hours for all days will be 10:00 a.m. to 7:30 p.m.

For general Smithsonian Institute visitor information, including maps, transportation options, and other tips for visiting, please see [Exhibits, Tours, Smithsonian Web](#). All programs are free unless otherwise noted.

Admission

Admission to the Smithsonian's National Museum of Natural History is free and no tickets are required for entrance to the museum.

TOKYO National Museum

Logotype >

TNM TOKYO NATIONAL MUSEUM
TNM 東京国立博物館

Independent Administrative Institutions National Museums • Kyoto National Museum • Niara National Museum • Kyushu National Museum

TNM TOKYO NATIONAL MUSEUM Japanese English

Exhibitions Events Today's TNM The TNM Collection Museum Guide News

Exhibitions and Events

Exhibitions
 About Special Exhibitions, Thematic Exhibitions, Feature Exhibition, Regular Exhibitions and Family Gallery

Events
 About Lectures, Seminars, Gallery Talks, Events, Talks by TNM scholars

Today's TNM
 What's on today at the Tokyo National Museum. Also for past and future events

Museum Guide

Access / Admissions / Hours
 Museum Map
 Library and Photo Archive Services
 Volunteer Activities
 Museum Shop
 Restaurants
 Photocopy and Other Guidelines
 Accessibility and Facilities
 Friends of the TNM and Museum Patron

The TNM Collection The TNM Collection Top

Select by Type
 Archaeology
 Sculpture
 Painting
 Calligraphy
 Decorative Arts
 Others

Select by Region
 Japan
 China
 Korea
 Japan or East Asia
 India & Southeast Asia
 Chinese Central Asia
 Egypt & Western Asia

Current Display

Topics More

Guide

ENGLISH
 DEUTSCH
 FRANÇAIS
 ESPAÑOL
 日本語
 中国語

News
 History of the TNM
 Organization

独立行政法人国立博物館 • 京都国立博物館 • 奈良国立博物館 • 九州国立博物館

TNM 東京国立博物館 TOKYO NATIONAL MUSEUM Japanese English

展示 催し物 今日博物館 館藏品ギャラリー 利用案内 お知らせ

展示・催し物

展示
 特別展、特別公開、特別特別展、特別公開のギャラリーの予定がわかります。

催し物
 講座、講演会、セミナー、展示解説、コンサートなどのイベントの予定がわかります。

今日の博物館
 今日開催されている展示や催し物から、過去の展覧や過去の予定についても調べられます。

館藏品ギャラリー 館藏品ギャラリートップへ

分野から
 考古
 彫刻
 書画
 工芸
 その他

地域から
 日本
 中国
 朝鮮半島
 日本もしくは東アジア
 インド・東南アジア
 西域
 エジプト・西アジア

今日出せる名品

館藏品検索
 館蔵品のデジタル地味・特異・特別・重要など様々な条件から検索できます。

図書・写真検索
 カラ・フィルム・写真・図録・図書、必収書の資料閲覧・検索することができます。

利用案内

交通・料金・開館時間
 観覧地図
 飲食・写真の利用
 宝庫・展示場などの利用
 ボランティア活動
 SNS・ブログ・ウェブ
 食事と喫茶
 モバイルアプリ
 お客さまへのお願い
 リニア案内
 友の会/スポンサー

お知らせ

館の歴史
 組織・事業
 博物館ニュース・発行図書

ミュージアムショップ
 東京国立博物館 東京国立博物館

Guide

ENGLISH

Kyoto National Museum

Logotype >

京都国立博物館
Kyoto National Museum



京都国立博物館
Kyoto National Museum

Kyoto National Museum

Logotype >

京都国立博物館
Kyoto National Museum



จากการรวบรวมภาพลักษณ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ทั้ง 11 พิพิธภัณฑ์สถาน ได้ข้อ
สังเกตในระบบการใช้งาน 3 ประการดังนี้

1. การใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ไม่ว่าจะ เป็นตราสัญลักษณ์ประเภทใด ข้ำในลักษณะ
เดิม ได้แก่

- National Museum of Australia
- Czech National Muzeum
- National Museums & Galleries of Wales
- National Museum of Namibia
- Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa
- The National Museum of Natural History - Smithsonian Institution

2. การใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ประเภท Logo-Initial letter mark แล้วกระจาย ตรา
สัญลักษณ์ ออกเป็นหน่วยย่อยๆ โดยการ ใช้ logo ประเภท Combination mark-Associative
mark ในตัวอย่าง

- National Museums of Scotland

3. การใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) โดยการ ใช้ภาษาของตนเองประกอบอยู่ใน Logo หรือชื่อ
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้นๆ ด้วยภาษาของตนเอง ในตัวอย่าง

- The National Museum of Denmark
- TOKYO National Museum
- Kyoto National Museum

จากกระบวนการรวบรวมและประมวลผลที่ 5 คำตอบที่ได้จะใช้เพื่อข้อเป็นการกำหนดรูปแบบ
แบบของโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
ในบทที่ 5 ต่อไป

ในบทที่ 4 ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมและประมวลผลทั้ง 5 ขั้นตอน โดยเป็น
ค่าทางสถิติที่คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ และค่าสถิติที่เกิดจากการประมวลผล ซึ่งค่าต่างๆ ที่ได้มานั้นจะถูก
ดำเนินวิเคราะห์และนำไปใช้ในการสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร ที่มีความเหมาะสมกับ
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ในบทต่อไป

บทที่ 5

วิเคราะห์และสรุปผล

ในบทนี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์ และสรุป เพื่อสร้างโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่เหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โดยค่าสถิติที่ด้วยระมวลผลในบทที่ 4 นั้น ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่มีเกณฑ์เกินครึ่งหนึ่ง หรือ 50 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

โดยขอบเขตของโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติประเทศไทย โดยมีด้วยกันทั้งหมด 6 เรื่อง ดังนี้

เรื่องที่ 1	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
เรื่องที่ 2	ประเภทของตราสัญลักษณ์ (Logo)
เรื่องที่ 3	อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone)
เรื่องที่ 4	สี (Color)
เรื่องที่ 5	ตัวอักษร (Typeface)
เรื่องที่ 6	การใช้งาน (Function)

เรื่องที่ 1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย

ที่มาและความสำคัญ

“พิพิธภัณฑ์สถาน คือสถานที่เก็บรวบรวมสิ่งที่ค้นพบเป็นทรัพย์สินของชาติ ที่ไม่มีใครสามารถอ้างสิทธิความเป็นเจ้าของได้ หลักฐานที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ความเป็นชาติ ความเป็นไทย ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ครอบคลุมทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลป์ ชาติพันธุ์วิทยา ศิลปร่วมสมัย ให้ผู้คนรู้ถึงรากเหง้าของคนไทย ว่ามาจากไหน เป็นใคร มีอารยธรรมอย่างไร โดยมีหลักฐานประกอบความน่าเชื่อถือ”

วัตถุประสงค์

“ให้ผู้คนรู้ถึงรากเหง้าของคนไทย ว่ามาจากไหน เป็นใคร มีอารยธรรมอย่างไร และเป็นสถานที่แสดงเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ สร้างความมั่นคงของความเป็นชาติ ให้คนไทยรุ่นหลัง และชาวต่างชาติได้พบเห็น”

“ปลูกฝังเรื่องความเป็นไทย เอกลักษณะของความเป็นให้ผู้คนไม่ว่าคนไทย หรือชาวต่างชาติ รู้สึกถึงคุณค่า และสื่อสารต่อชนรุ่นหลังต่อไป”

“สร้างความน่าสนใจ ความเชิดชู ความเป็นสากล เป็นสิ่งที่คู่กับคนไทย ความเป็นไทย สื่อสารต่อโลกและผู้อื่นได้”

ความคิดรวบยอด

“ความเป็นของแท้ มีแหล่งเดียว ที่แสดงถึงความเป็นไทยอย่างแท้จริง”

เรื่องที่ 2. ประเภทของตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ที่มีความเหมาะสม

ค่าที่ได้ 100% Combination mark-Associative mark

เรื่องที่ 3. อารมณ์และความรู้สึก (Mood/Tone) ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย ที่มีความเหมาะสม

ค่าที่ได้	80%	พีถีพีถัน (Sharp) เป็นแบบแผน (Traditional) ดูมีรสนิยม (Tasteful) ลึกซึ้ง (Heavy and Deep) ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) ชั้นสูง สง่า (Noble & Elegant)
	60%	สงบเสียบ (Placid) ไว้ใจได้ (Reliable) ไร้เดียงสา (Naive) อำนาจ (Majestic)

เรื่องที่ 4. สี (Color) ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ประเทศไทย
ที่มีความเหมาะสม

ค่าที่ได้	100%	color code	050					
	80%	color code	013	014	026	027	032	
			040	049				
	60%	color code	008	033	034	043	044	
			049					



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรื่องที่ 5. ตัวอักษร (Typeface) ที่มีความเหมาะสมกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ประเทศไทย ที่มีความเหมาะสม

ค่าที่เป็น	100%	Typeface	001	068		
	80%	Typeface	037	061	069	
	60%	Typeface	023	069	102	105

Typeface code 001_100%
BrowalliaDSE_regular

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ผ ฝ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ
๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typeface code 068_100%
KodchianagDSE_italic

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ผ ฝ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ
๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typeface code 037_80%

JS Jukaphanas_regular

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป

ผ ฝ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ

๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typeface code 061_80%

JS Saksitas_bold

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป

ผ ฝ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ

๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Typeface code 069_80%
LilyDSE_italic

ก ข ค ง จ ฉ ช ฅ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ฝ ฟ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typeface code 069_80%
EucrosiaDSE_regular

ก ข ค ง จ ฉ ช ฅ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ฝ ฟ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ
๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Typeface code 102_60%
JS Synjal_normal

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ฝ ฟ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ

๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typeface code 105_60%
SV Kantima_normal

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป
ฝ ฟ พ ฤ ภา ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พ อ ฮ

๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรื่องที่ 6. การใช้งาน (Function) ของระบบองค์กรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ
ประเทศไทย ที่มีความเหมาะสม

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ศิลปวัตถุ (Art object)

- มหรรณภรณ์
- ราชยานคานหาม
- เรือพระที่นั่ง
- ช้าง
- อาวุธโบราณ
- ศิลปจารึก
- ไม้จำหลัก
- พระพุทธรูป
- พระพิมพ์
- เศียรพระ
- เครื่องใช้ในพระพุทธศาสนา
- ประติมากรรม
- ประติมากรรม
- หน้าบัน
- รูปภาพ
- เครื่องทอง
- เครื่องทองเหลือง
- เงินตรา
- เครื่องประดับ
- เครื่องแต่งกาย-ผ้า
- เครื่องถ้วย
- เครื่องดนตรี
- วิถีชีวิต
- การละเล่น

2. ยุคของศิลปะ (Age of Art)

- ก่อนประวัติศาสตร์
- สมัยทวารวดี
- สมัยศรีวิชัย

- สมัยลพบุรี
 - สมัยเชียงแสนล้านนา
 - สมัยสุโขทัย
 - สมัยอยุธยา
 - สมัยรัตนโกสินทร์
3. โบราณสถาน หรืออาคาร (Building)
- พระที่นั่งต่างๆ
 - อาคารเรือนไทย
 - ตึกพระเจ้าเหา
 - อาคารนิทรรศการถาวร
 - อาคารนิทรรศการหมุนเวียน
 - อาคารนิทรรศการกลางแจ้ง
4. ส่วนบริการของพิพิธภัณฑ์สถาน
- ประชาสัมพันธ์
 - ห้องจำหน่ายบัตร
 - จุดตรวจบัตรเข้าชม
 - ห้องรับฝากของ
 - ร้านหนังสือ/ของที่ระลึก
 - ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
 - ห้องบรรยาย
 - ห้องสมุด
 - ฝ่ายบริการการศึกษา
 - ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
 - ห้องน้ำ
 - ที่จอดรถ
 - โทรศัพท์
 - อื่นๆ
5. สำนักงาน (Office)
- ห้องผู้อำนวยการ
 - ฝ่ายวิชาการ
 - ฝ่ายเทคนิคและศิลปกรรม
 - ส่วนวิทยาศาสตร์เพื่อการอนุรักษ์
 - อื่นๆ

จากสรุปผลที่กล่าวมาทั้งหมด ข้อมูลที่ได้จากทั้งผู้เชี่ยวชาญและการเก็บรวบรวม ประมวลผล วิเคราะห์ ตั้งแต่บทที่ 2 บทที่ 3 และบทที่ 4 ได้สรุปผลของขอบเขตโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติประเทศไทย ดงชั้นต้น และไปดำเนินการออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์ องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประเทศไทย ต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ผลงานการออกแบบ

โปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ภายใต้ข้อกำหนดที่ถูกสร้างขึ้นในบทที่ 5 ผู้วิจัยได้รวบรวมสามารถสร้างความคิดรวบยอด (Concept) ได้ว่า พิพิธภัณฑ์ – สถานะ – คนไทย ซึ่งได้เหตุผล วัตถุประสงค์ ในบทที่ 5 ที่ว่า ให้ผู้คนรู้ถึงรากเหง้าของคนไทย ว่ามาจากไหน เป็นใคร มีอารยธรรมอย่างไร และเป็นสถานที่แสดงเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ สร้างความมั่นคงของความเป็นชาติ ให้คนไทยรุ่นหลังและชาวต่างชาติได้พบเห็น

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นเสมือนสถานะที่แสดงความเป็นไทย ที่มีความแตกต่างจากนานาประเทศ เป็นองค์กร สถานที่ที่แสดงความเป็นคนไทย ความเป็นอยู่ วิวัฒนาการ ความคิด โดยที่ผู้วิจัยได้แบ่งการออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. Concept and how to use
 2. Basic element
 3. Graphic sytem
 4. Signage system
-
1. Concept



มหาวิทยาลัย
รัตนมหาวิทยาลัย

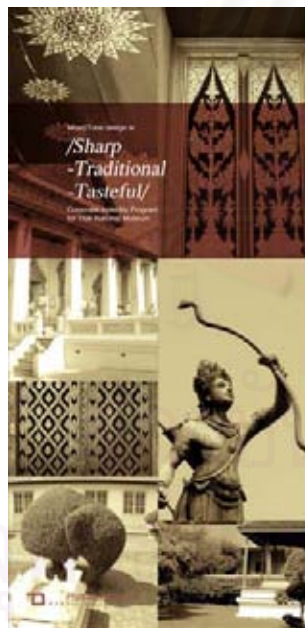
กร
Concept-design
Thai National Museum
Concept Design Manual

How to use

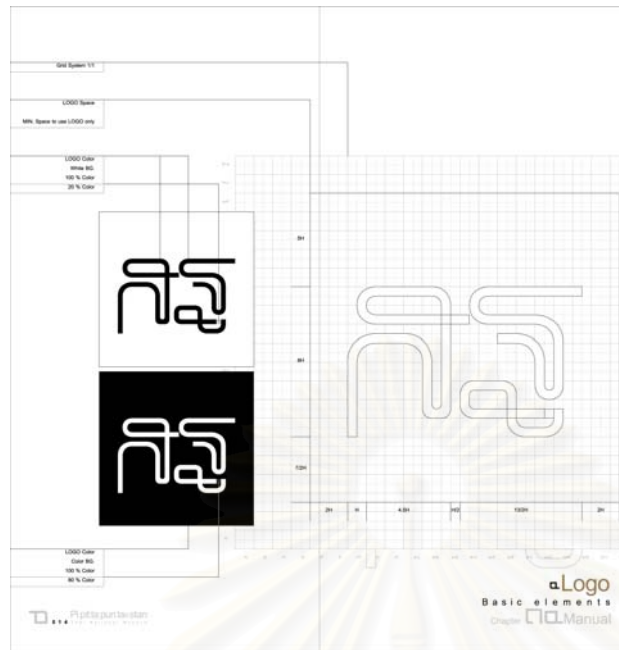


2. Basic element ประกอบด้วย

2.1 Mood/tone



2.2 Logo

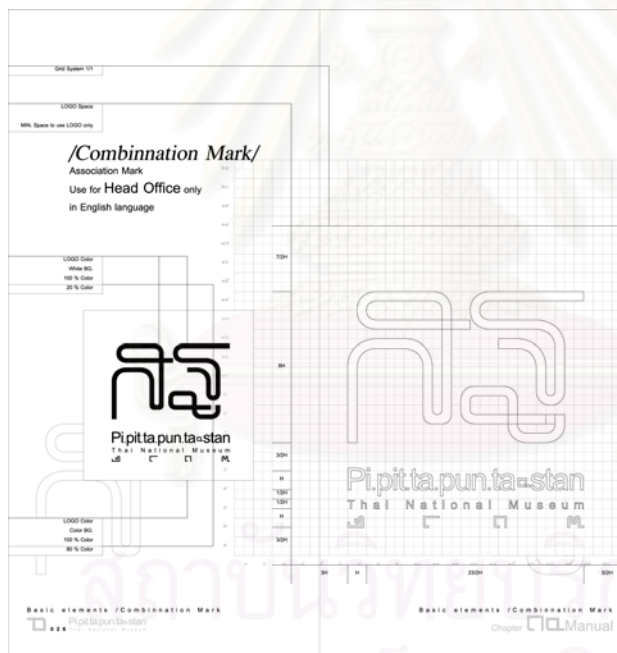
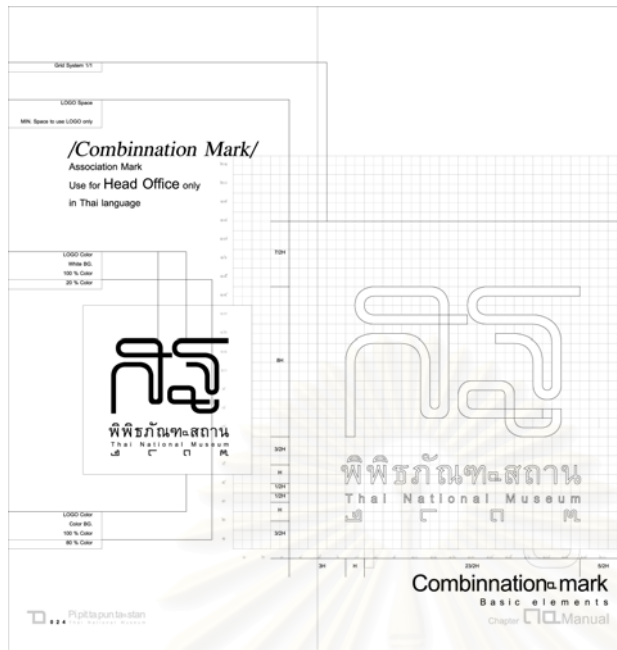


2.3 Typeface



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.4 Combinnation Mark



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 Name Mark Only

Grid System 1/4

LOGO Space
Min. Space to use LOGO only

/Name Mark Only/
Association Mark
Use for **MUSEUM** only
in Thai language and
English Language

พิพิธภัณฑสถาน
Thai National Museum

Pi.pit.ta.pun.ta-stan
Thai National Museum

Use to Corporate Name

Corporate Identify

Corporate Name Head office
Thai language and
English Language

Museum Category Identify

Corporate Logo

Pi.pit.ta.pun.ta-stan
Thai National Museum

Corporate-name
Basic elements
Chapter 10 Manual

Grid System 1/4

LOGO Space
Min. Space to use LOGO only

/Name Mark Only/
Association Mark
Use for **MUSEUM** only
in Thai language and
English Language

พระนครสถาน
Thai National Museum
BANGKOK

Pra.na.kom-stan
Thai National Museum
BANGKOK

Use to MUSEUM Name

Corporate Identify

Museum Name
Case: English Name change
to Thai language facility

Museum Category Identify

Name Museum change to begin
to change the National
Museum in the 1st. July 61
Museum (New)
Building Rajabhat Center

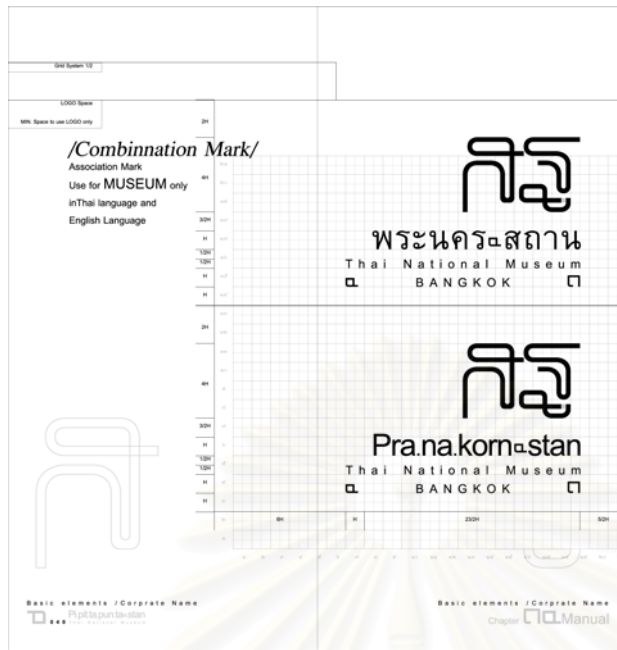
Pra.na.kom-stan
Thai National Museum
BANGKOK

Basic elements /Corporate Name
Pi.pit.ta.pun.ta-stan
Thai National Museum

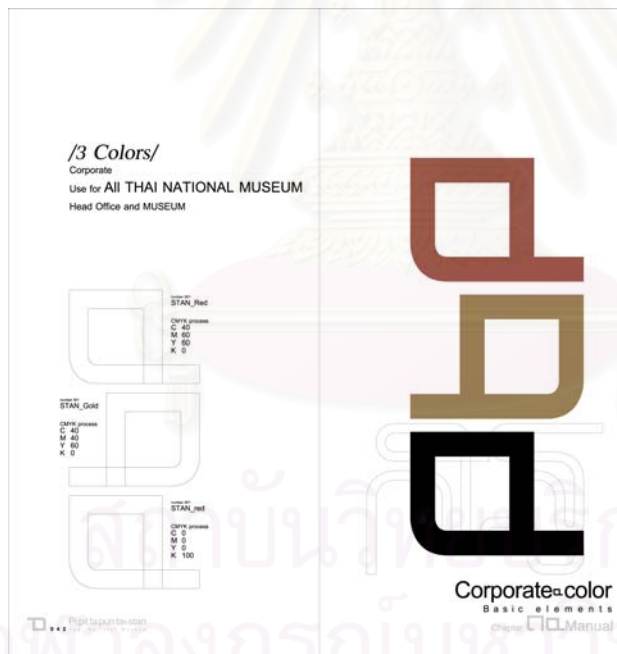
Basic elements /Corporate Name
Chapter 10 Manual

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

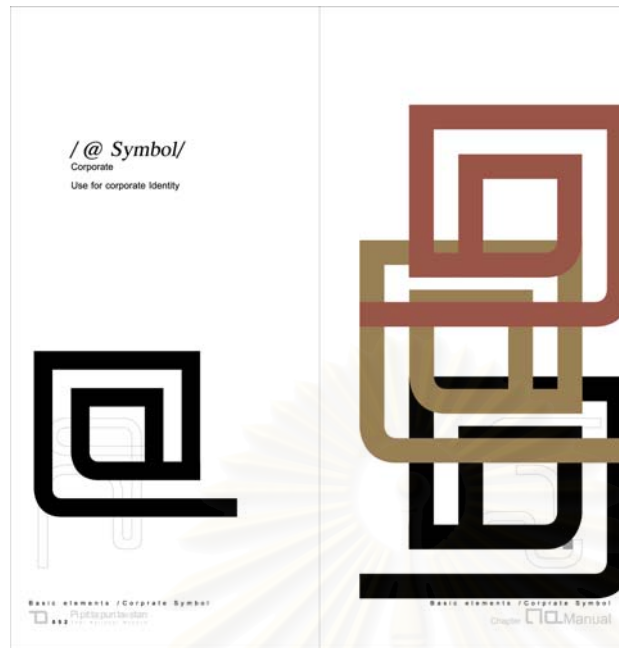
2.6 Cominnation Mark



2.7 Color



2.8 Symol

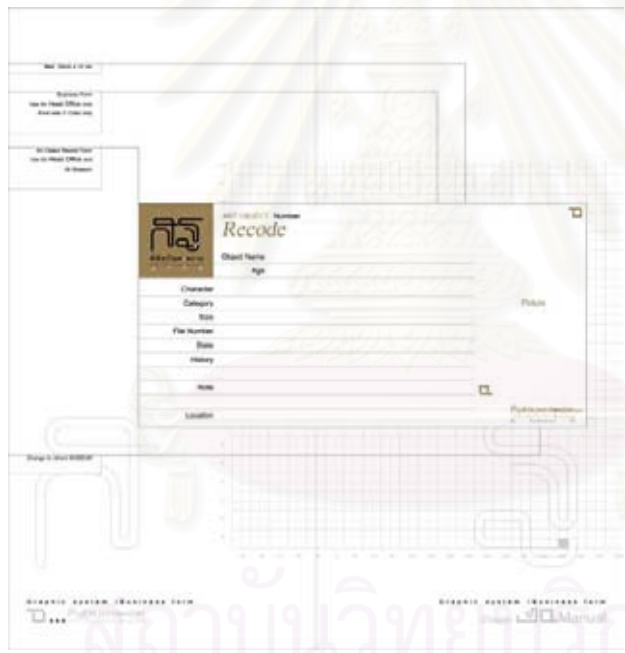


ในส่วนที่ 2 Basic element เป็นองค์ประกอบเรขาคณิตในการออกแบบที่กำหนดเพื่อความครอบคลุมในการสร้างเอกลักษณ์องค์กร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ที่มีหลากหลายสาขา โดยที่ผู้วิจัยได้จัดแบ่งส่วนการบริหารจัดการออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนบริหาร จะใช้ชื่อ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นชื่อขององค์กรใหญ่ ในส่วนที่ 2 ในส่วนพิพิธภัณฑสถานต่างๆ ที่เป็นส่วนของการจัดแสดง จะเปลี่ยนชื่อเพื่อตัดความซ้ำของคำ และการตั้งชื่อที่มีความหลากหลายประเภท และมีส่วนประกอบทางเรขศิลป์อื่นๆ อีกดังที่กล่าวมาแล้ว

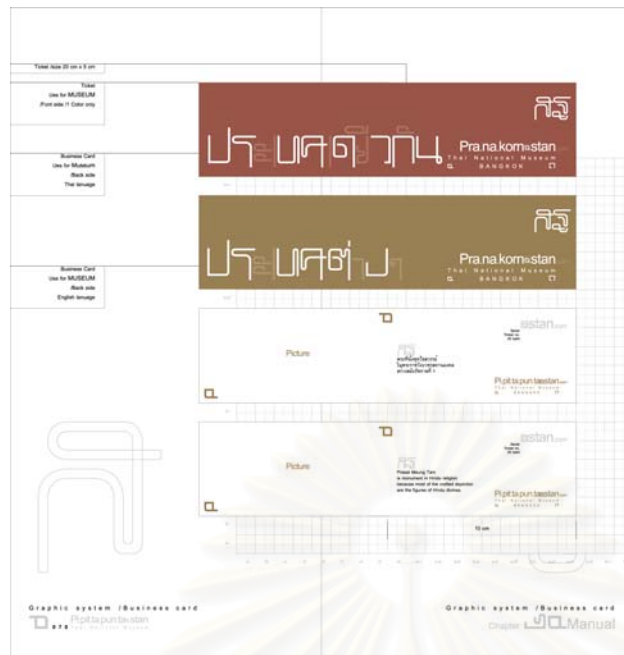
3. Graphic system ประกอบด้วย

3.1 Business card

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



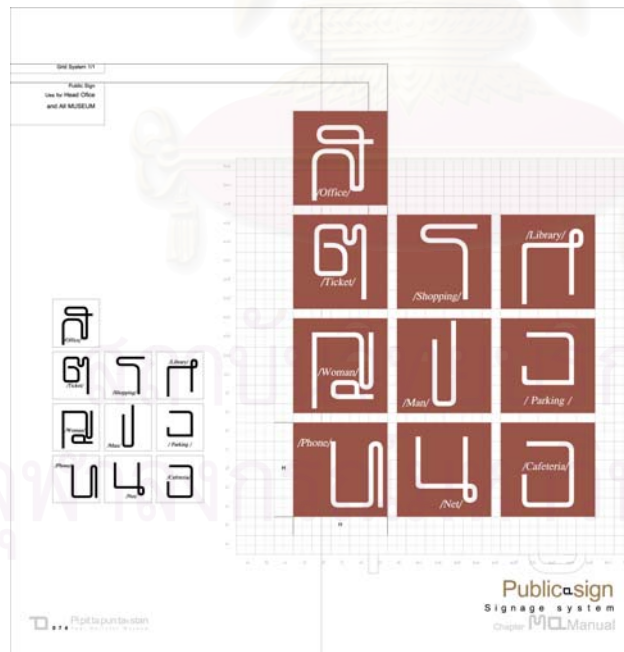
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



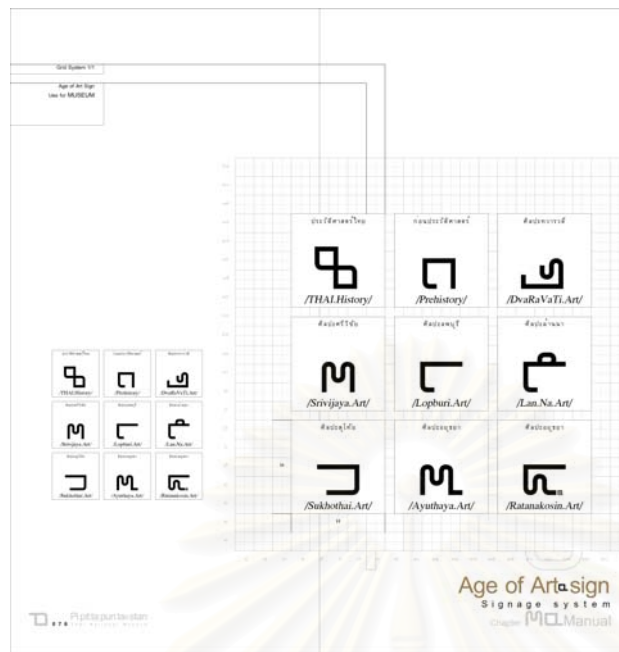
ในส่วนที่ 3 เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความชัดเจนของความเป็เอกลักษณ์ขององค์กร ในแง่ของงาน 2 มิติ

4. Sygnage system

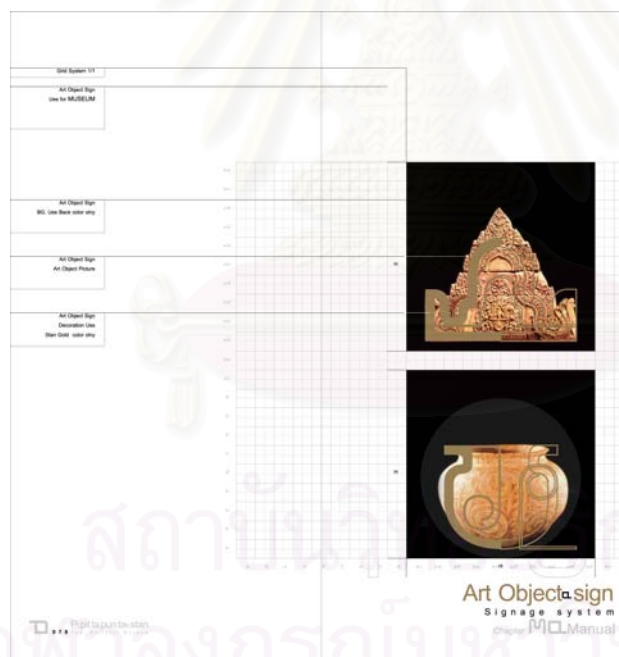
4.1 Public sign



4.2 Age of Art sign



4.3 Art Object sign



4.4 Exterior sign



4.5 Interior sign



ในส่วนที่ 4 Signage system เป็นระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ออกแบบมาเพื่อการใช้กับโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กร สำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในการควบคุม เนื่องจากสถานที่ที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความหลากหลาย

สรุปการออกแบบโปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินั้นเป็นโปรแกรมที่สร้างขึ้น ในการจัดการระบบความคิดขององค์กรระดับใหญ่ และมีความสำคัญ ให้เป็นระบบและมีความเป็นสากล โดยตอบสนองความคิดรวบยอดที่ว่า พิพิธภัณฑ์ - สถานะ - คนไทย

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ที่ได้จากคณะกรรมการ โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรที่สร้างขึ้น มีความเป็นระบบที่มีการประมวลผลความคิดอย่างเป็นขั้นตอน รูปแบบของการออกแบบมีความเฉพาะตัว แต่ความสามารถในการที่จะใช้โปรแกรมเอกลักษณ์องค์กรนี้ ยังคงต้องมีการปรับปรุงเนื่องจากการออกแบบบางส่วนนั้น นำไปใช้ในสถานการณ์ปัจจุบันได้ยาก แต่เป็นการเริ่มต้นที่ดีในการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่ว่าเปลี่ยนแปลงแค่รูปลักษณะภายนอกเท่านั้น แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงระบบความคิด แก่นของระบบองค์กร ความยึดถือ ความเชื่อที่คงอยู่มาอย่างช้านาน ซึ่งความคิดรวบยอดของการออกแบบนั้น อาจจะยังไม่ครอบคลุม ในความหมายและการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายของพิพิธภัณฑ์นั้นได้ยากเกินไป ความเป็นไปได้ในการสร้างโปรแกรมนี้ขึ้น ควรคำนึงถึงการใช้งานด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า การหา หรือหารสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรที่มีความเชื่อมโยงกับความเป็นไทย คนไทย วัฒนธรรมของไทยนั้น มีทิศทางและความน่าจะเป็นไปได้ แต่คงต้องมีการประมวลผลในระบบกว้างขวาง แต่กระนั้นก็ตามผู้วิจัยเห็นว่าการที่เราสามารถกำหนดทิศทาง การออกแบบที่มีความเป็นไทยได้ชัดเจนขึ้น เป็นสิ่งที่ดีต่อสังคมโดยรวม เนื่องจากการแสดงออกทาง การออกแบบไม่ว่าจะเป็นทางเรขาคณิต ทัศนศิลป์ นาฏยศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ และงานทางด้าน การออกแบบ ไปสู่การออกแบบที่ดีและตอบสนองสังคมในทางที่ดี ย่อมทำให้สังคมมีองค์ประกอบที่ดี ด้วยเช่นกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จริยา เปรมศิลป์, การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม (รายงานเศรษฐกิจรายได้
เดือนมีนาคม 2544 กรุงเทพฯ:), หน้า 29

การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมและแนวโน้ม (รายงานเศรษฐกิจเดือนพฤษภาคม 2544,
กรุงเทพฯ:), หน้า 36

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อบรรลุเป้าหมายปี พ.ศ. 2541-
2545 (กรุงเทพฯ:)

กองพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในประเทศไทย, (กรุงเทพฯ, 2546)

อภิญา บั้วสง, เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการพิพิธภัณฑที่ท้องถิ่นในประเทศไทย,
(กรุงเทพฯ, 2540)

วรภรณ์ เฟือกเล็ก, พิพิธภัณฑศิลป์ไทย, (กรุงเทพฯ, 2541)

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, การออกแบบตราสัญลักษณ์. (กรุงเทพฯ, 2541)

นิคม มูลิกะคามะ, กุลพันธาดา จันทโรโพธิ์ศรี, มณีรัตน์ ท่วมเจริญ, วิชาการพิพิธภัณฑ.
(กรุงเทพฯ, 2521)

จิรา จงกล, พิพิธภัณฑสถานวิทยา, (กรมศิลปากร กระทรวงศึกษา, กรุงเทพฯ)

บทบาทพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกับการพัฒนาสังคม,

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. ระบบป้ายสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ:ภาควิชาานฤมิตศิลป์, 2543.

พิฑยพันธ์ สิทธิรักษ์, การออกแบบคู่มือการใช้สื่ไทยสำหรับน้กออกแบบ

ธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ, การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์

หนังสือร่มเกล้าชาวไทย, ธนาคารออมสิน

หนังสือวัฒนธรรม: บทบาทใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์

กระทรวงศึกษาธิการ. การวัฒนธรรมศึกษา: กระบวนการบริหารและจัดการวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ

ภาษาอังกฤษ

Charlotte Rivers, IDENTIFY.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายธนากร มิลินทสูต เกิดวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2518 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
สาขานิเทศการศิลป์ ภาควิชนฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี
การศึกษา 2540 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขา นฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรม
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2544 ปัจจุบันปฏิบัติงานทางด้านออกแบบ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย