



ระเบียบสถาบันปรีดี พนมยงค์ ว่าด้วยการใช้อัตลักษณ์องค์กร

ข้อ 1. วัตถุประสงค์

เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของสถาบันฯ สู่สาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนด CI เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและการนำเสนอสื่อต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ครอบคลุมตั้งแต่การใช้สี รูปแบบตัวอักษร โลโก้ ไปจนถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ

ข้อ 2. การใช้อัตลักษณ์องค์กร

การใช้อัตลักษณ์องค์กรของสถาบันฯ ต้องเป็นไปตามคู่มือการออกแบบ (Manual) ที่สถาบันฯ กำหนด เอกสาร: อัตลักษณ์องค์กร สถาบันปรีดี พนมยงค์ (PRIDI Corporate Identity - CI)

ข้อ 3. การออกแบบ

การออกแบบของสถาบันฯ ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดเรื่องการออกแบบ ดังนี้

3.1 โลโก้

- ใช้โลโก้แบบย่อหรือแบบเต็มตามความเหมาะสม
- ห้ามดัดแปลง แก้ไข หรือบิดเบือนโลโก้
- ต้องเว้นพื้นที่ว่างรอบโลโก้ให้เหมาะสม

3.2 สี

- ใช้สีหลัก Classic Blue (PANTONE 19-4052 TCX) และสีขาวเป็นหลัก
- สามารถใช้สีอื่นประกอบได้ตามความเหมาะสม โดยต้องไม่ไปลดทอนความโดดเด่นของสีหลัก

3.3 ตัวอักษร

- ใช้ฟอนต์ PRIDI, KANIT, SARABUN และ ARTDECO ตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนด
- ขนาดและน้ำหนักของตัวอักษรต้องมีความเหมาะสม อ่านง่าย สบายตา

3.4 รูปแบบการนำเสนอ

- ต้องมีความเรียบง่าย ทันสมัย และสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน
- การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ต้องมีความสมดุล เป็นระเบียบ และสวยงาม



ข้อ 4. ข้อห้าม

ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการดังต่อไปนี้

- 4.1 ใช้โลโก้ สี หรือตัวอักษร ของสถาบันฯ โดยไม่ได้รับอนุญาต
- 4.2 ดัดแปลง แก้ไข หรือบิดเบือน โลโก้ สี หรือตัวอักษร ของสถาบันฯ
- 4.3 นำอัตลักษณ์องค์กรของสถาบันฯ ไปใช้ในทางที่ก่อให้เกิดความเสียหาย เสื่อมเสียชื่อเสียง หรือขัดต่อวัตถุประสงค์ของสถาบันฯ

ข้อ 5. การขออนุญาตใช้อัตลักษณ์องค์กร

- 5.1 ให้ยื่นคำขอต่อกรรมการผู้จัดการสถาบันฯ โดยระบุวัตถุประสงค์ และวิธีการใช้ ให้ชัดเจน
- 5.2 กรรมการผู้จัดการมีอำนาจอนุญาต หรือไม่อนุญาต ให้ใช้ อัตลักษณ์องค์กรของสถาบันฯ ตามที่เห็นสมควร
- 5.3 ฝ่ายอำนวยการและกองบรรณาธิการมีสิทธิใช้อัตลักษณ์องค์กรในงานที่เกี่ยวข้องกับสถาบันฯ เท่านั้น

ประกาศ ณ วันที่ 20 มกราคม 2568



(นายปรีดีวิฑูร์ พนมยงค์)
กรรมการผู้จัดการสถาบันปรีดี พนมยงค์



อัตลักษณ์องค์กร สถาบันปริดี พนมยงค์ (PRIDI Corporate Identity - CI)

เพื่อสื่อสารคุณค่าของสถาบันฯ สู่สาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ เราตระหนักถึงความสำคัญของการมีอัตลักษณ์องค์กร หรือ CI ที่แข็งแกร่ง ซึ่งเปรียบเสมือน DNA ขององค์กร ที่สะท้อนถึงวิถีการทำงาน และค่านิยมหลัก (Core Value) อันได้แก่

- P - Professionalism: มุ่งมั่นทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- R - Rationality: ใช้หลักเหตุผลและข้อมูลในการตัดสินใจ
- I - Integrity: ยึดมั่นในความถูกต้อง โปร่งใส
- D - Democratic: เคารพในหลักการประชาธิปไตย
- I - Intellectual: ส่งเสริมการเรียนรู้ และใช้สติปัญญาวิเคราะห์ พิจารณาอย่างรอบด้าน

ดังนั้น สถาบันฯ จึงกำหนด CI เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและการนำเสนอสื่อต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ครอบคลุมตั้งแต่การใช้สี รูปแบบตัวอักษร โลโก้ ไปจนถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายและที่มาของโลโก้

โลโก้ของสถาบันปริดี พนมยงค์ ได้รับการออกแบบขึ้นโดยยึดหลัก "เรียบง่าย แต่มั่นคงในหลักการ" เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์และคุณค่าของสถาบันฯ โดยมีองค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ลายเซ็น "ปริดี พนมยงค์"

ลายเซ็นของ ปริดี พนมยงค์ เปรียบเสมือนสัญลักษณ์แทนตัวตน และเพื่อรำลึกถึงคุณูปการและผลงานของท่าน โดยลายเซ็นถูกวางไว้ในวงกลม เหมือนเป็นการ "พิทักษ์" หรือ "ปกป้อง" มรดกทางความคิด และอุดมการณ์ของปริดี พนมยงค์ ให้คงอยู่สืบไป




2. วงกลมสองชั้น

วงกลมสองชั้น สื่อถึง ความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่าง "อดีต กับ ปัจจุบัน" โดยสถาบันฯ ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยง นำแนวคิดและผลงานของ ปริดี พนมยงค์ มาประยุกต์ใช้



3. สีน้ำเงิน Classic Blue และขาว

สีน้ำเงิน “Classic Blue” เป็นสีที่เรียบง่ายแต่แฝงไว้ด้วยความสง่า สื่อถึงความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง สติปัญญา ให้ความรู้สึกที่สามารถพึ่งพาได้ สีขาว สื่อถึงความเรียบง่าย ความเสียสละ ความสงบสันติ ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญของการทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะ สอดคล้องกับบุคลิกภาพ และคุณค่าของท่าน ปริดี รวมถึงวิสัยทัศน์ของสถาบันฯ ที่มุ่งมั่นในการศึกษา วิจัย และเผยแพร่ผลงาน และแนวคิดของท่าน เพื่อประโยชน์ต่อสังคม

โลโก้แบบย่อ	โลโก้แบบเต็ม
 <p>เป็นตราสัญลักษณ์ของสถาบันปริดีฯ มีลายเซ็น “ปริดี พนมยงค์” อยู่ในวงกลม 2 ชั้น ลายเส้นสีน้ำเงิน Classic Blue บนพื้นขาว</p>	 <p>ประกอบด้วยตราสัญลักษณ์และข้อความ “สถาบันปริดี พนมยงค์ PRIDI BANOMYONG INSTITUTE” ฟอนต์ PRIDI สีน้ำเงิน Classic Blue บนพื้นขาว</p>
	
<p>คำสี Pantone Classic Blue</p>	
<p>PANTONE 19-4052 TCX</p> <p>Color Values:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RGB: 15 76 129 • HEX/HTML: 0F4C81 	



ความหมายและที่มาของฟอนต์ (Font)

1. "PRIDI" เป็นฟอนต์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัว สอดคล้องกับชื่อ "ปริดี" แปลว่า "ความปิติยินดี" มีจุดเด่นคือการผสมผสานรูปแบบ Slab Serif ของอักษรละตินเข้ากับรูปแบบตัวอักษรไทยแบบมีหาง ให้ความรู้สึกหนักแน่น มั่นคง และอ่านง่าย เหมาะสำหรับใช้กับเอกสารทางการ โลโก้ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันปริดีฯ สามารถใช้ได้ทั้งกับพาดหัวและเนื้อหา
2. "KANIT" เป็นฟอนต์ที่ผสมผสานความเรียบง่ายแบบ Humanist Sans Serif (ตัวอักษรไม่มีหัว) เข้ากับเส้นโค้งแบบเรขาคณิต สะท้อนตรรกะ การใช้เหตุผล และเป็นสากล เหมาะกับการใช้งานกับสื่อนำเสนอที่หลากหลาย ให้ความรู้สึกทันสมัย ดูสะอาดตา ใช้เป็นพาดหัวรอง
3. "ART DECO" เป็นฟอนต์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง (1930s) มีความสมดุลย์และสมมาตร สื่อถึงความก้าวหน้า สง่างาม และทันสมัย เหมาะสำหรับใช้เป็นพาดหัวหลัก ทั้ง Headline และ Title เพิ่มความโดดเด่น
4. "SARABUN" ชื่อ "Sarabun" สื่อถึงเอกสาร งานวิชาการ เป็นฟอนต์ที่อ่านง่าย สบายตา เหมาะสำหรับใช้กับเอกสารงานทั่วไป เช่น เอกสารราชการ จดหมาย บันทึก โดยใช้ Body Text เป็นหลัก

ตัวอย่างการใช้งานฟอนต์

PRIDI



- ใช้สำหรับโลโก้ สถาบันปริดี พนมยงค์
- ใช้ในเอกสารทางการของสถาบันฯ เช่น แฉลงการณ์ หนังสือ สาร จดหมายเปิดผนึก ฯลฯ
- ใช้พาดหัว และเนื้อหา ในหนังสือ เว็บไซต์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ



KANIT



- ใช้พาดหัวรอง (Headings) และเนื้อหาในหนังสือ เว็บไซต์ โปสเตอร์ แบนเนอร์ และสื่อ PR ต่างๆ เพื่อเน้นความทันสมัย อ่านง่าย
- ใช้พาดหัวรองจาก Title เพื่อขยายความ ใน Cover บทความ โปสเตอร์ และแบนเนอร์
- ใช้ในงานออกแบบ Infographic

ART DECO



- ใช้พาดหัวหลักทั้ง Headline และ Title เพื่อสร้างความโดดเด่น ในปกหนังสือ Cover เว็บไซต์ โปสเตอร์ แบนเนอร์ และสื่อ PR ต่างๆ
- ใช้เฉพาะหัวข้อ หรือวลีที่ต้องการเน้น เท่านั้น และไม่ใช้กับข้อความทั้งประโยค

SARABUN



ในปัจจุบัน ปัญหาข้อพิพาทเรื่องดินแดนระหว่างประเทศ ยังคงเป็นประเด็นละเอียดอ่อนที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศ ประเทศไทยเองก็เผชิญกับปัญหาดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีปราสาทพระวิหาร ข้อพิพาทเรื่องเขตแดนทางทะเลบริเวณเกาะกูด และปัญหาชายแดนไทย-พม่า

- ใช้เป็น Body Text สำหรับเนื้อหาทั่วไปในหนังสือ เอกสาร จดหมาย เว็บไซต์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ
- สามารถใช้ร่วมกับหรือแทนฟอนต์ PRIDI ในเอกสารที่เป็นทางการ



แนวทางการใช้โลโก้กับรูปภาพและ Artwork

เพื่อสร้างการจดจำและรักษาเอกลักษณ์ของสถาบันฯ รูปภาพ VDO และ Artwork ทุกชิ้นที่เผยแพร่ ต้องใช้โลโก้ของสถาบันฯ ไว้ที่มุมใดมุมหนึ่งของภาพ โดยมีข้อกำหนดดังนี้

- ตำแหน่ง: ควรวางโลโก้ไว้ที่มุมใดมุมหนึ่งของภาพ เป็นหลัก
- ขนาด: ต้องจัดวางโลโก้ให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาดของภาพ ไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป โดยทั่วไปขนาดของโลโก้ไม่ควรเกิน 10% ของพื้นที่ภาพ
- สี:
 - โดยปกติให้ใช้โลโก้สี Classic Blue ตาม CI
 - กรณีที่พื้นหลังของภาพเป็นสีเข้ม หรือมีลวดลาย จนทำให้มองเห็นโลโก้ไม่ชัดเจน ให้ใช้โลโก้สีขาวแทน
- พื้นที่ว่าง: เว้นพื้นที่ว่างรอบโลโก้ เพื่อไม่ให้โลโก้ถูกบดบังด้วยองค์ประกอบอื่นๆ ในภาพ

แนวทางการใช้สี CI

การใช้สี CI ในการออกแบบสื่อต่างๆ ให้ยึดหลักการ "เน้นความเรียบง่าย แต่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว" โดยมีแนวทางดังนี้

- สีหลัก: ใช้สี Classic Blue (PANTONE 19-4052 TCX) เป็นหลัก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ และความรู้สึกมั่นคง น่าเชื่อถือ
- สีรอง: สามารถใช้สีอื่นๆ ร่วมกับสีหลักได้ แต่ต้องคุมโทนโดยรวมให้ดูกลมกลืน และไม่ฉูดฉาด โดยเน้นโทนสีที่ดูเรียบง่าย เช่น สีขาว สีเทา สีเบจ
- การเน้น: ใช้สี CI เฉพาะจุดที่ต้องการเน้น เช่น พาดหัว ข้อความสำคัญ โลโก้ หรือ องค์ประกอบกราฟิกบางส่วน เพื่อสร้างจุดสนใจ และไม่ทำให้ภาพดูรก
- สไตล์: ผสมผสานสไตล์ Art Deco และ Collage เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความรู้สึกคลาสสิก แต่ทันสมัย

หมายเหตุ: การใช้สี CI ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของสื่อแต่ละชนิด และกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร