

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหา

การว่างงานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

INDUSTRIAL DESIGN EDUCATION PROJECT : A DESIGN OF PRINTING  
MATERIALS TO PROMOTE AN UNEMPLOYMENT REDUCATION CAMPAIGN  
CAMPAIGN OF LABOUR & WELFARE



นาย เฉลิมพจน์ ศรีโหระ

MR. CHAREAMPOT SREEHORN



A024227

ป.พ.

เลขที่	ร. ๓๑๗ ค ๒๕๓๘
เลขทะเบียน	๐๒๔๒๒๗
วัน เดือน ปี	๖๓๘๖๕

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต

สาขาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. ๒๕๔๒

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทา  
ปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต  
สาขาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม  
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ. 2542

INDUSTRIAL DESIGN EDUCATION PROJECT : A DESIGN OF PRINTING  
MATERIALS TO PROMOTE AN UNEMPLOYMENT REDUCATION COMPAIGN  
COMPAIGN OF LABOUR & WELFARE



BACHELOR OF SCIENCE IN INDUSTRIALDESIGN  
DEPARTMENT OF ARCHITECTURAL EDUCATION  
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION  
KINGMONGKUT ' S INDUSTRIAL OF TECHNOLOGY LADKRABANG

**คณะกรรมการอุตสาหกรรม**  
**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**  
**ใบรับรองวิทยานิพนธ์**

\*\*\*\*\*

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานบรรเทา  
ปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

INDUSTRIAL DESIGN EDUCATION PROJECT : A DESIGN OF PRINTING  
MATERIALS TO PROMOTE AN UNEMPLOYMENT REDUCTION CAMPAIGN OF  
LABOUR & WELFARE


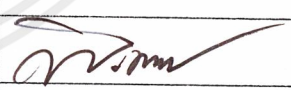
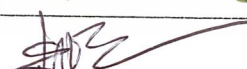
ชื่อนักศึกษา นาย เฉลิมพจน์ ศรีโห

รหัสประจำตัว 40030508

ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต

สาขาวิชา ศิลปอุตสาหกรรม

อาจารย์ผู้ควบคุม อาจารย์เอกชัย เลิศข้าของ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
1. อาจารย์อุคมศักดิ์ สาริบุตร	ประธานกรรมการ	
2. อาจารย์มงคล นภาชัยเทพ	กรรมการ	
3. อาจารย์พิศุทธิ์ ศรีพันธ์ุ	กรรมการ	
4. อาจารย์ดารณี เพ็งสะและ	กรรมการ	จ. 11/01/52
5. อาจารย์เอกชัย เลิศข้าของ	กรรมการและเลขานุการ	

วัน/เดือน/ปี วันที่ 11 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2542 เวลา 10.00 น.

สถานที่สอบ ห้องสอบวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ก. 404

(รองศาสตราจารย์ดร. ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์)

คณบดี

วันที่ 11 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2542

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหา การว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
นักศึกษา	นาย เฉลิมพงษ์ ศรีโห
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ เอกชัย เลิศชำทอง
ระดับการศึกษา	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.	2542

### บทคัดย่อ

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงานของ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมแล้ว นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยเหลือประชาชนจากผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน และให้บริการในการจัดหางาน โดยกระทรวงแรงงานเป็นสื่อกลางระหว่างนายจ้างและลูกจ้างและประชาชนที่สนใจ จุดมุ่งหมาย การให้บริการจากกระทรวงแรงงานและ สวัสดิการสังคม ในขอบเขตของการทำวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ได้แก่ ไปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายข้างรถประจำทาง และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ในโครงการนี้ได้มีการใช้สื่อประเภทที่กล่าวมาแล้ว เพื่อ ประชาชนจากผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน และประชาชนที่สนใจ

วิธีดำเนินการวิจัย ได้ทำการสำรวจข้อมูลจากโครงการจริงตามนโยบายมาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงาน และจึงได้ดำเนินการเสนอหัวข้อ ข้อมูลเบื้องต้น เป็นการสรุปแผนการปฏิบัติการบรรเทาปัญหาการว่างงานจากส่วนสาระนิเทศ วิเคราะห์สรุปข้อมูลทางด้านเอกสารและการสร้างแบบสัมภาษณ์ ผู้อำนวยการส่วนสาระนิเทศและเจ้าหน้าที่ การวิเคราะห์โดยการออกแบบร่าง การจัดทำอาร์ตเวิร์คการนำเสนองานฉบับสมบูรณ์ บทคัดย่อ และต้นแบบ รวมไปถึงแบบจำลองที่มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน ประกอบไปด้วยสื่อประเภทโปสเตอร์ คือลักษณะของคำถามพร้อมทั้งเชิญชวนในการรับสมัครงาน รวมถึงได้ทราบเจตนาารมย์ จุดมุ่งหมาย การให้บริการจากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ภาพที่ใช้จะเป็นภาพประกอบจริง แผ่นพับ,ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางและป้ายโฆษณากลางแจ้งจะมีความคล้ายคลึงกับ โปสเตอร์ โดยมีขนาดแตกต่างกันตามหน้าที่

THESIS TITLE: PROJECT A DESIGN OF PRINTED MATERIALS TO PROMOTE AN  
UNEMPLOYMENT REDUCTION CAMPAIGN OF LABOUR &  
WELFARE

STUDENT : MR. CHAREAMPOT SREEHORN

INSTRUCTOR : MR. EKACHAI LOEDCHAMCHONG

LEVEL OF STUDY : BACHELOR OF SCIENCE INDUSTRIAL EDUCATION B.S.I.ED  
(INDUSTRIAL DESIGN)

DEPARTMENT : ARCHITECTURAL EDUCATION

YEAR: 1999

### ABSTRACT

THIS RESEARCH IS AIMED TO DESIGN THE PRINTED MATERIALS IN ORDER TO PROMOTE AN UNEMPLOYMENT REDUCTION CAMPAIGN OF MINISTRY OF LABOUR & WELFARE THIS CAMPAIGN WILL HELP THE UNEMPLOYED TO FIND THE JOB THE MINISTRY OF LABOUR & WELFARE WILL ACT AS A MEDIUM BETWEEN AN EMPLOYER AND THE JOB - SEEKER, AND PROVIDE AN INFORMATION TO INTERESTED PERSONS THE SCOPE OF THE RESEARCH IS TO DESIGN AND CREATE PRINTED MATERIALS WHICH ARE POSTER , BROCHURES , BILLBOARDS , BESIDES THE BUS , AND CUTOUT

THE RESEARCH METHODOLOGY COVER A SURVEY, TOPIC PRESENTATION, INFORMATION GATHERING , DATA ANALYSIS , DATA SUMMARY , DESIGN , ARTWORK PREPARATION , PRESENTATION , ABSTRACT AND MODEL SUITABLE TO THE BEHAVIOR OF A TARGET

THE RESEARCH HAS BEEN COMPLETED ACCORDING TO AN OBJECTIVE FOR EXAMPLE , POSTER WILL IN FORM AND PERSUADE THE JOB-SEEKERS TO USE THE SERVICES OF MINISTRY OF LABOUR & WELFARE THEY ALSO HAVE A REAL PICTURE WHICH CAN COMMUNICATE EFFECTIVELY. BROCHURES , BILLBOARDS , BESIDES THE BUS , AND CUTOUT ARE SIMILAR TO THE POSTER , BUT DIFFERENT IN SIDE

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เพราะได้รับความเมตตาจากคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม ที่ได้รับความกรุณาแนะนำแก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ อ. เอกชัย เลิศชำทอง ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำโครงการ ที่กรุณาแนะนำที่ถูกต้องและคอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนโครงการฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสารสนเทศ กระทรวงแรงงานฯ ที่กรุณาให้ข้อมูลที่ทรงคุณค่าและแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง

ขอขอบพระคุณมารดาและญาติพี่น้องที่คอยเป็นกำลังใจทั้งกำลังเงิน แรงใจจนทำให้ผ่านวิกฤตทางด้านต่างๆเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ ข้อมูลทางด้านเอกสารจากผู้ทรงเกียรติทุกท่าน โครงการนี้จะสำเร็จลงไม่ได้จากบุคคลเหล่านี้ ที่กล่าวมาผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูง

ผู้วิจัย

นาย เฉลิมพงษ์ ศรีโหร

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ(ภาษาไทย).....	I
บทคัดย่อ(ภาษาอังกฤษ).....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII

### บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
	วัตถุประสงค์.....	3
	ที่มาของปัญหา.....	3
	ปัญหาที่เกิดขึ้น.....	4
	แนวทางการแก้ปัญหา.....	4
	ขอบเขตการศึกษาข้อมูล.....	6
	ขอบเขตการออกแบบ.....	7
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	7
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
	การประชาสัมพันธ์.....	8
	กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม.....	13
	การออกแบบกราฟฟิค.....	21
	การออกแบบโปสเตอร์.....	22
	การกำหนดตัวอักษร.....	25
	การออกแบบแผ่นพับ.....	27
	สื่อโฆษณาต้านนอกรด ขสมก.....	29
	ป้ายโฆษณากลางแจ้ง.....	34
	หลักการสร้างความสนใจ.....	39
	หลักเกณฑ์การออกแบบ.....	40

## สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
จิตวิทยาการใช้สี.....	43
หลักพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี.....	46
การผลิตสิ่งโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์.....	51
การเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์.....	52
ประเภทของกระดาษ.....	53
การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมต่อการพิมพ์.....	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	82
<b>บทที่</b>	
<b>3</b> วิธีดำเนินการวิจัย.....	85
วิธีการสำรวจและรวบรวมข้อมูล.....	85
แหล่งที่มาของข้อมูล.....	86
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	88
<b>4</b> ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	90
ผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์.....	90
ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม.....	98
การวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร.....	102
<b>5</b> สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	116
สรุปผลการวิจัย.....	116
ข้อเสนอแนะ.....	117
รายการอ้างอิง.....	118
ภาคผนวก ก. ....	120
ภาคผนวก ข. ....	123
ภาคผนวก ค. ....	125
ประวัติผู้วิจัย.....	128

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงการเปรียบเทียบขนาดตัวอักษรโรมัน และอักษรไทย.....	26
2. เพอร์เซ็นต์การเห็น โฆษณาสื่อ.....	32
3. ดัชนีของการเห็นสื่อ.....	32
4. การจดจำผลิตภัณฑ์หรือสินค้า.....	32
5. การจัดลำดับสินค้าที่ลงโฆษณา.....	33
6. แสดงการจำแนกประเภทของกระดาษ.....	59
7. โปสเตอร์และแผ่นพับการส่งไปตามหน่วยงานราชการ.....	91



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. โปสเตอร์ของทางกระทรวงแรงงาน.....	4
2. แผ่นพับของทางกระทรวงแรงงาน.....	5
3. ป้ายข้างรถประจำทางของกระทรวงแรงงาน.....	6
4. ภาพตัวอย่างงานโปสเตอร์.....	23
5. แสดงการกำหนดจุดสนใจภาพ.....	24
6. ตำแหน่งจุดสนใจ.....	24
7. โปสเตอร์โฆษณาแสดงขนาดตัวอักษร.....	25
8. แสดงการพับแผ่นพับได้หลายรูปแบบ.....	27
9. แสดงการพับแผ่นพับตั้งแต่ 8-80 หน้าเป็นแบบมาตรฐานสามารถใช้เครื่องพับได้.....	28
10. ป้ายโฆษณาด้านซ้ายรถ ขสมก.....	30
11. ป้ายโฆษณาด้านขวารถ ขสมก.....	30
12. ป้ายโฆษณาด้านหลังรถ ขสมก.....	31
13. สถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาบนอาคารริมถนนสุขุมวิท 53.....	35
14. สถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาถนนรังสิต-นครนายก.....	35
15. สถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาริมถนนเพชรเกษม.....	36
16. รูปแบบภาพลักษณะต่างๆ.....	36
17. ลักษณะรูปภาพแบบต่างๆ.....	38
18. ตัวอย่างการจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆที่แสดงความสมดุลย์ภาพ.....	41
19. แสดงกระดาษขนาดต่างๆ.....	60
20. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบเลขเคอร์เฟลต.....	61
21. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบไซโครกราฟฟี.....	62
22. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบออฟเซต.....	64
23. หลัก 3 โมการพิมพ์ออฟเซต.....	65
24. องค์ประกอบสำคัญของการพิมพ์ออฟเซตคือระบบน้ำและระบบหมึก.....	66
25. ระบบน้ำกับระบบหมึกรวมกัน.....	67
26. แผนภูมิเครื่องพิมพ์สี่สีเดียวพร้อมด้วยหน่วยนำเข้าและออก.....	68
27. ลักษณะ โม่แม่พิมพ์และ โม่ยางของการป้อนกระดาษเข้าทางแนวนอน.....	70
28. ลักษณะ โม่แม่พิมพ์และ โม่ยางของการป้อนกระดาษเข้าทางแนวตั้ง.....	70
29. ขนาดของการผลิต.....	71
30. ภาพหน่วยพิมพ์ธรรมดา.....	72

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
31. การพิมพ์ 2 สีของการนำกระดาษเข้าทั้งแนวตั้งและแนวนอน.....	73
32. การพิมพ์ 2 สีของหน่วยพิมพ์ Hart deck กับหน่วยพิมพ์ธรรมดา.....	74
33. การพิมพ์ 3 สี และการพิมพ์ 4 สี.....	74
34. เครื่องใส่และป้อนกระดาษด้วยมือ.....	75
35. ความสัมพันธ์กับระยะการมอง.....	107
36. การออกแบบร่าง 1. ....	112
37. ฟิล์มแยกสี.....	112
38. สรุปผลงานการออกแบบโปสเตอร์.....	113
39. สรุปผลงานการออกแบบแผ่นพับ.....	113
40. สรุปผลงานการออกแบบป้ายโฆษณากลางแจ้ง.....	114
41. สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางด้านซ้าย.....	114
42. สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางด้านขวา.....	115
43. สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางการนำเสนอด้วยหุ่นจำลอง.....	115

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

(กรมการจัดหางาน:2541)สภาพวิกฤตเศรษฐกิจ ได้ส่งผลกระทบต่อหลายองค์กร ปัจจุบันอาจกล่าวว่าเป็นปัญหาของคนทั้งชาติ ก็จะไม่ไกลจากข้อเท็จจริงเท่าใดนัก ซึ่งเรื่องนี้รัฐบาลได้เอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิดมาโดยตลอด โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2540 (เพิ่มเติมโดยมติเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2540) แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายบรรเทาปัญหาการว่างงานแห่งชาติ ซึ่งมี นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน คณะกรรมการดังกล่าว ได้มีการประชุมเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2541 เห็นชอบให้กำหนดมาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงาน จำนวน 7 มาตรการ

ความคืบหน้าล่าสุดจากที่ประชุม ครม. เศรษฐกิจ เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2541 กระทรวงแรงงานฯ ในฐานะฝ่ายเลขานุการ ของคณะกรรมการนโยบายบรรเทาปัญหาการว่างงานปัจจุบัน และความคืบหน้าของการบรรเทาปัญหาการว่างงาน สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลจากกระทรวงมหาดไทย (กรมการปกครอง:2541) ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และของสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันมีผู้ว่างงาน รวม 2,061,719 คน แยกเป็น

1.1 ผู้ว่างงานในหมู่บ้านทั่วประเทศ	1,322,379	คน
1.2 ผู้ถูกเลิกจ้าง	250,340	คน
1.3 กำลังแรงงานใหม่	489,000	คน

2. จากข้อมูลรายงานของอนุกรรมการมาตรการต่างๆ สรุปความคืบหน้าการปฏิบัติการบรรเทาปัญหาการว่างงานที่สำคัญ คือ

#### 2.1 มาตรการส่งเสริมการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม

ดำเนินการเร่งรัดจัดหางาน ให้เงินทุน/และสนับสนุนการประกอบอาชีพอิสระ ทำให้ผู้ว่างงานมีงานทำมีอาชีพแล้ว 153,162 คน

2.1.1 ฝึกอบรมด้านการจัดการและยกระดับความรู้ ฝีมือแรงงาน เป็นการขยายโอกาสและการมีงานทำและการประกอบอาชีพของผู้ว่างงาน 85,639 คน

2.1.2 ตรียมและดำเนินการเพื่อให้มีการจ้างแรงงานในระยะต่อไป 3,008 คน

## 2.2 มาตรการแก้ไขแรงงานต่างด้าว

2.2.1 ดำเนินการเร่งรัดให้นายจ้างส่งแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ออกจากโรงงาน จำนวน 232,639 คน และจัดส่งผู้ว่างงาน ให้นายจ้างเพื่อทำงานทดแทนแล้ว 95,149 คน

## 2.3 มาตรการส่งเสริมแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ

2.3.1 ดำเนินการส่งผู้ว่างงาน ไปทำงานต่างประเทศแล้ว 77,263 คน

## 2.4 มาตรการประหยัดหรือไทยช่วยไทย

2.4.1 บรรเทาปัญหาค่าครองชีพของผู้ว่างงานและประชาชนทั่วไป โดยจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดโดยร้านค้าต่างๆ ประชาชนได้ประโยชน์ วันละ 1,012,950 คน

2.4.2 จัดคาราวานสินค้าและจำหน่ายสินค้าในชุมชนโดยกระทรวงต่างๆ ประชาชนได้ประโยชน์ 1,721,000 คน

2.4.3 ให้เงินทุน และสนับสนุนการประกอบอาชีพอิสระ ทำให้ผู้ว่างงาน มีงานทำ มีอาชีพ 9,587 คน

2.4.4 ฝึกอบรมด้านการจัดการธุรกิจ เพื่อขยายโอกาส การมีงานทำของผู้ว่างงาน 2,153 คน

## 2.5 มาตรการการจ้างงานในชนบท

2.5.1 ได้รับเงินงวดงบประมาณแล้ว 2,326.36 ล้านบาท อยู่ระหว่างดำเนินการให้มีการจ้างแรงงาน 112,768 คน

## 2.6 โครงการ“เกษตรทฤษฎีใหม่” ตามแนวพระราชดำริ

2.6.1 มีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติไว้ 9 ขั้นตอน

2.6.2 มีแผนที่จะให้การสนับสนุน 8,870 ครอบครัว ดำเนินการแล้ว 870 ครอบครัว

## 2.7 โครงการทางสว่างแห่งอาชีพ

2.7.1 ได้กำหนดระยะเวลาดำเนินการออกเป็น 3 ระยะคือ ระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว

2.7.2 ใ้ดำเนินการแล้ว โดยมีประชาชนได้รับประโยชน์จากการดำเนินการรวม 21,600

\* โดยสรุป ตั้งแต่เมษายน 2541 ถึงปัจจุบัน ทั้ง 7 มาตรการ สามารถจ้างงานได้แล้ว จำนวน 457,929 คน แยกเป็น

1. จัดหางานให้ทำ	153,162	คน
2. จัดแรงงานทดแทนแรงงานต่างด้าว	95,149	คน
3. ไปทำงานต่างประเทศ	77,263	คน
4. สนับสนุนทุนทำให้มีงานทำ	9,587	คน
5. จ้างงานในชนบท	112,768	คน

กลุ่มเป้าหมายที่ เป็นผู้ถูกเลิกจ้าง และผู้ว่างงานส่วนใหญ่ที่มาทำงานภายในกทม. มักจะมา จากต่างจังหวัด เมื่อประชาชนเหล่านั้นถูกเลิกจ้างไม่มีงานทำ ก็จะกลับภูมิลำเนาเดิม ทำให้ไม่สามารถทราบถึงมาตรการการจัดหางานของรัฐบาลได้อย่างทั่วถึง

จากเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ปัญหาการว่างงานจากผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน ให้ได้ทราบถึงการให้บริการ ด้วยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เจาะลึกถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

#### วัตถุประสงค์

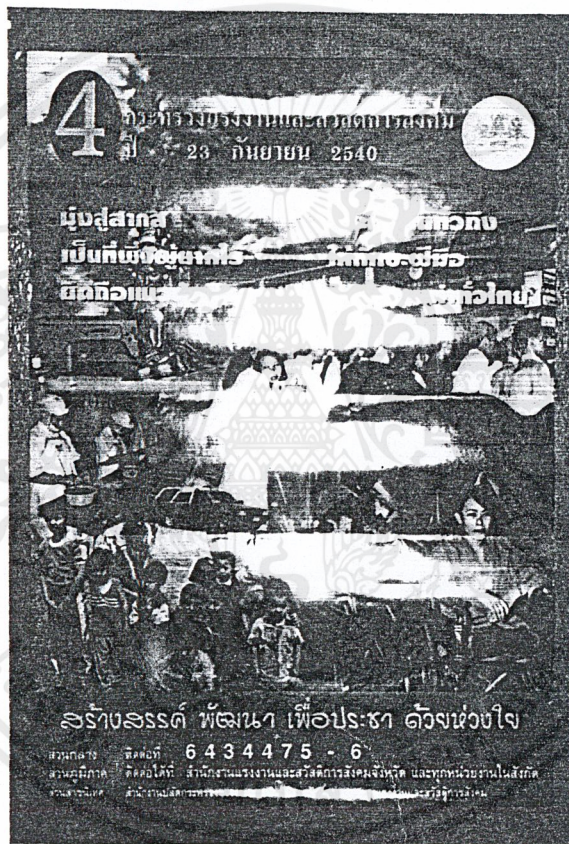
1. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เพื่อให้ทราบถึง เจตนารมณ์จุดมุ่งหมายและการให้บริการแก่ประชาชนผู้ประสบภาวะการว่างงานทั่วไป
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ซึ่งประกอบไปด้วย โปสเตอร์, แผ่นพับ, ป้ายโฆษณากลางแจ้ง, ป้ายติดข้างรถประจำทาง

## ปัญหาที่เกิดขึ้น

1. สื่อที่ใช้ในปัจจุบันประเภทโปสเตอร์ของทางกระทรวงจะเป็นสื่อที่ประชาชนไม่สามารถทราบข้อมูลได้อย่างชัดเจน เพราะใช้คำเชิญที่เป็นคำขวัญมากเกินไปทำให้หัวใจในการประชาสัมพันธ์น้อยลง

### ภาพที่ 1

โปสเตอร์ของทางกระทรวงแรงงาน



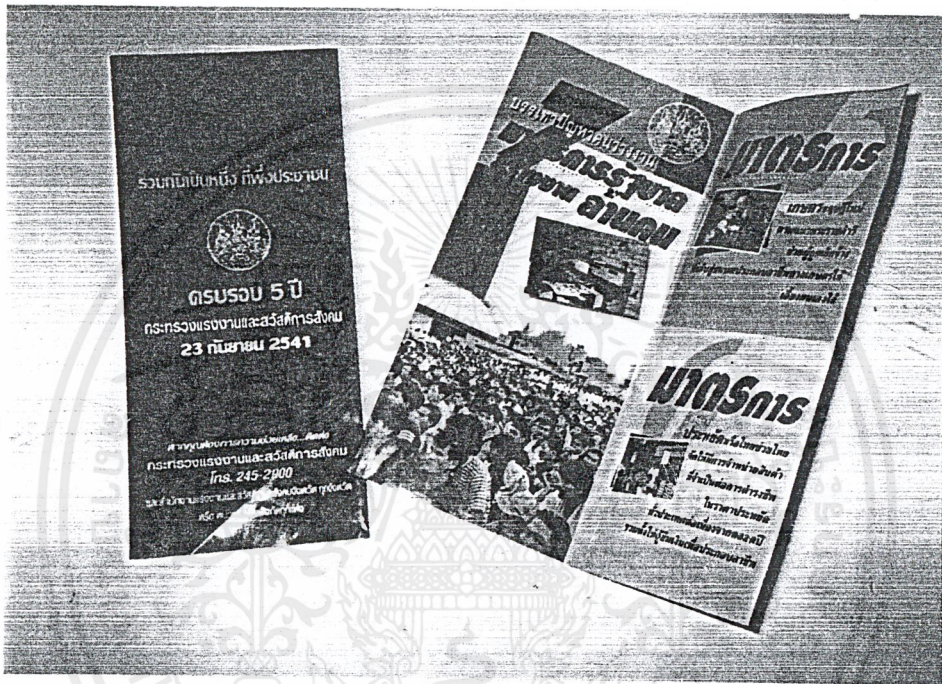
## แนวทางการแก้ปัญหา

1. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ที่ประเภทโปสเตอร์ที่สามารถส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และยังสามารถทราบข้อมูลในการให้บริการอย่างทั่วถึงครอบคลุมทุกพื้นที่

2. สื่อประเภทแผ่นพับในภาพรวมจะเน้นเฉพาะมาตรการทั้ง 7 ของการทำงานจากกระทรวง เป็นส่วนใหญ่ ทำให้ประชาชนทราบได้ว่าการรับสมัครงานโดยรัฐบาลเป็นผู้ช่วยเหลือจะมาจาก แหล่งใดบ้าง

ภาพที่ 2

แผ่นพับของทางกระทรวงแรงงาน



#### แนวทางการแก้ปัญหา

2. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์แผ่นพับที่สามารถทราบรายละเอียด ได้ชัดเจนเกี่ยวกับการรับสมัครงาน ทำให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงนโยบายการให้บริการของรัฐบาลง่ายขึ้น

3. สื่อประเภทป้ายข้างรถประจำทางและป้ายโฆษณากลางแจ้งจะเป็นสื่อที่มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ในเฉพาะวาระครบรอบประจำปี จึงจะมีการประชาสัมพันธ์และมีการนัดพบแรงงานเกิดขึ้น ทำให้ประชาชนไม่เกิดความตื่นตัวในการรับสมัครงาน

## ภาพที่ 3

## ป้ายข้างรถประจำทางของทางกระทรวงแรงงาน



## แนวทางการแก้ปัญหา

3. ออกแบบป้ายข้างรถประจำทางและป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีการประชาสัมพันธ์ที่สามารถทำให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวในการรับสมัครงานและเหมาะสม

## ขอบเขตการศึกษาข้อมูล

1. ศึกษาถึงหลักการประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาถึงการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
3. ศึกษาถึงการผลิตสื่อประเภทสิ่งพิมพ์
4. ศึกษาถึงประเภทของกระดาษ
5. ศึกษาถึงหลักการจัดวางในหลักการองค์ประกอบศิลป์
6. ศึกษาจิตวิทยาการใช้สีที่ใช้กับงานออกแบบกราฟฟิก
7. ศึกษาถึงงบประมาณราคาในการผลิตสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
8. ศึกษาถึงระบบการพิมพ์
9. ศึกษาถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ขอบเขตการออกแบบ

1. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ของหน่วยงานสารนิเทศกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม
2. ออกแบบสิ่งพิมพ์ประเภทสิ่งพิมพ์แสดงวัตถุประสงค์ของโครงการตามหน่วยประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ
3. ออกแบบโปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ป้ายติดข้างรถประจำทาง แสดงวัตถุประสงค์และ การให้บริการของกรมการจัดหางานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
4. ออกแบบป้ายโฆษณาติดข้างรถประจำทาง (BUS SIDE) แสดงวัตถุประสงค์และช่องทาง การให้บริการตามรถประจำทางในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาถึงลักษณะสัญลักษณ์ รูปแบบและสัญลักษณ์ต่างๆและกำหนดมาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. เสนอหัวข้อ โครงการวิทยานิพนธ์
2. ศึกษาจากสถิติประชาชนที่ประสบภาวะการถูกเลิกจ้างงาน และว่างงาน
3. ศึกษาถึงการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
4. ศึกษาภาคเอกสารต้นสารนิเทศกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
5. ศึกษาเรียบเรียงข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ได้จากการค้นคว้า
6. ศึกษาแบบร่างและแก้ไขเพิ่มเติม
7. สรุปการวิจัยและเสนอแนะ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จะได้สื่อประชาสัมพันธ์การสื่อสารจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ว่างงานและประชาชนที่สนใจ ได้ทราบถึงเจตนารมณ์ จุดมุ่งหมาย การให้บริการจากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
2. จะได้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ซึ่งประกอบไปด้วย โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ป้ายติดข้างรถประจำทาง ที่เจาะลึกถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ
3. จะได้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สามารถถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน ให้เกิดการตื่นตัว ในการรับบริการการจัดหางานจากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยโครงการนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้จำแนกออกเป็นหัวข้อดังนี้คือ

1. การประชาสัมพันธ์
2. การดำเนินงานที่สำคัญของรัฐบาลด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม
3. การออกแบบกราฟิค
4. การผลิตสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์
5. ประเภทของกระดาษ
6. การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1.การประชาสัมพันธ์

##### 2.1.1ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ (วิจิตร อาวะกุล: 2534)

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์การหน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนาเสริมสร้างพื้นฐานทรัพยากรพจน์สัมพันธ์ภาพอันดีให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร่นับถือ เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ เช่นเดียวกับมนุษย์สัมพันธ์ของบุคคลหรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประสมประสานความรู้สึกร่วมกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนร่วมใจในการทำงานระหว่างสถาบัน หน่วยงาน บริษัทห้างร้านกับเจ้าหน้าที่ ประชาชน สังคมที่เกี่ยวข้องและแวดล้อมอยู่ การประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาและต่อสู้กันด้วยกระสุนของความคิด ความปรารถนาดีต่อกัน รวมทั้งศิลปและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันมั่นคง ยืนนาน

การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารสัมพันธ์ 2 ทาง(บุคคลวิถี)(Two-way process)เป็นการหยั่งท่าทีเพื่อตรวจสอบ สื่อสารคิดต่อไปมาซึ่งกันและกัน ทราบวัตถุประสงค์ความต้องการ ความรู้สึกร่วมกัน เจตนาธรรมซึ่งกันและกัน เกิดความรู้ความเข้าใจในการกระทำ การประพฤติกปฏิบัติ พฤติกรรมที่คิดต่อกันและกัน ทำให้เกิดลักษณะรู้เขารู้เรา

## 2.1.2 ประวัติการและวิวัฒนาการประชาสัมพันธ (ชม ภูมิภาค :2536)

เมื่อนมนุษย์รู้จักตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นหลักแหล่ง เป็นชุมชน เกิดเป็นรูป เป็นประเทศขึ้นมา การติดต่อประชาสัมพันธกันย่อมเกิดตามมา ในสังคมย่อมมีกลุ่มคนต่างๆซึ่งทำหน้าที่ต่างๆ กันไปตามบทบาท ความจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจซึ่งกันและกันย่อมจะเกิดขึ้น เพื่อให้ทุกส่วนของสังคมมีความกลมกลืนกัน เมื่อเป็นเช่นนี้การประชาสัมพันธย่อมเกิดขึ้น การประชาสัมพันธยุคดั้งเดิมนั้นเข้าใจว่ามีความมุ่งหมาย เพื่อบอกกล่าว ชักจูงและสร้างความเป็นปึกแผ่นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อการติดต่อคงเป็นภาษาพูด

พวกกรีกโบราณ เป็นพวกที่ใช้การประชาสัมพันธมากเพราะพวกกรีกโบราณ มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย ผู้นำของรัฐ ผู้พิพากษา ข้าราชการ ตลอดจนนายทหารล้วนเป็นพวกที่ราษฎรเลือกตั้งขึ้นทั้งสิ้น ดังนั้น กิจการบริหารบ้านเมืองจึงต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเราเรียกกันสมัยนี้ว่า ประชามติ (Public Opinion) ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการถกเถียงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง สถานกีฬาโอลิมปิก เป็นสถานที่ใช้ชุมนุม ในสมัยนั้นเกิดผู้ชำนาญการประชาสัมพันธขึ้นมากมาย มีการออกหนังสือพิมพ์รายวันเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ชาติตะวันตกเป็นการแถลงข่าวรายวันสมัยยูเลียสซีซาร์

ในยุคมีคและยุคกลางนั้น ศาสนาคริสต์ได้ใช้การประชาสัมพันธอย่างได้ผลมาก เมื่อเกิดการพิมพ์ แบบเคลื่อนไหวได้ศตวรรษที่ 15 ก็ได้ใช้ในสิ่งพิมพ์เพื่อจะควบคุมประชามติเป็นอันมาก นักปกครองประเภทพระเจ้าใช้หลักศาสนาเป็นหลักช่วย

ในขณะที่เกิดกระแสของการฟื้นฟูและปฏิรูปในประชาคมของยุโรป ทางศาสนาได้ดำเนินการต่อต้านการปฏิรูปศาสนา ได้นำเอาวิธีการอย่างหนึ่งเข้ามาใช้เรียกว่าการ โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และควบคุมไปกับเรื่องนี้ก็คือการต่อสู้ทางการต่อสู้ทางการประชาสัมพันธระหว่าง กษัตริย์ขุนนางกับมวลชนก็เกิดขึ้น นักเขียนที่มีชื่อเสียงเป็นอันมากถูกจ้างทำงานหรือถูกบีบบังคับให้ทำงานแก่กษัตริย์และขุนนางเพื่อคุมมติของมวลชน นักเขียนบางคนทำงานให้พรรคการเมือง หน่วยงานธุรกิจ นักเขียนสำคัญที่ใช้งานเขียนสร้างประชาคมก็มีอยู่หลายคน เช่น โจนาทาน สวิฟ ของอังกฤษ

ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 (1914-1918)การประชาสัมพันธมีบทบาทสำคัญยิ่งบรรดานักบวชประชาสัมพันธของประเทศต่างๆ ได้เข้าร่วมมือกับรัฐบาลของตนเพื่อทำสงครามจิตวิทยา กับประเทศศัตรูและเกลี้ยกล่อมชักจูงประชาชนของบรรดาประเทศที่เป็นกลาง

พอสงครามครั้งที่ 1 สงบลง หน่วยงานโฆษณาสงครามก็พลอยยุติล้มเลิกไปด้วยแต่อย่างไรก็ตามเป็นผลให้ทางราชการของประเทศเหล่านั้น เริ่มเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธผู้เกี่ยวข้อง

ชาตงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในยามสงคราม ต่างก็แยกย้ายกัน มุ่งหน้าไปสู่การค้าอุตสาหกรรม เป็นส่วนใหญ่ บางส่วนก็กลับไปสอนในมหาวิทยาลัย

### 2.1.3 การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

เราได้รับอิทธิพลตะวันตกสมัยใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ใช้วิธีการ ประชาสัมพันธ์ในราชการ จ้างโรงพิมพ์หมอบลัดเลย์ พิมพ์ประกาศห้ามสูบฝิ่น เผยแพร่สู่ประชาชน รัชกาลที่ 4 ได้ตั้งโรงพิมพ์หลวง เริ่มพิมพ์หนังสือราชการกิจจานุเบกษา และมีการออกโฆษณาขึ้น ซึ่งต่อมาเป็นกรมประชาสัมพันธ์เมื่อปี 2495

สำหรับวงการธุรกิจในประเทศไทยนั้น การประชาสัมพันธ์เริ่มในบริษัทการค้าต่างประเทศ ที่มาตั้งอยู่ในเมืองไทย ได้เริ่มทำก่อน โดยที่หน่วยราชการยังมองเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์น้อย หน่วยราชการเพิ่งจะเริ่มเห็นความสำคัญของงานการประชาสัมพันธ์มาประมาณ 20 กว่าปีนี้เอง การประชาสัมพันธ์เริ่มในหน่วยรัฐวิสาหกิจก่อน จึงขยายไปทางหน่วยราชการทั่วไป

โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ได้สำรวจสภาพงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2519 ได้สรุปผลของการศึกษาไว้มีที่น่าสนใจดังนี้

การเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ พบดังนี้

- ก. ส่วนราชการ 45.5 % มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์โดยตรง 32.2 % ฝากงานประชาสัมพันธ์ไว้กับงานอื่นอีก 23.3 % ไม่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เลย
- ข. องค์การและรัฐวิสาหกิจ 56.00%มีหน่วยงานการประชาสัมพันธ์โดยตรง 32.0%ฝากงานการประชาสัมพันธ์ไว้กับงานอื่นอีก 12.00% ไม่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
- ค. สำหรับการจัดรูปองค์กรทางการประชาสัมพันธ์นั้น การจัดหน่วยงาน 49.2 % จัดเป็นหน่วยงานในระดับแผนก ส่วน 20.0% จัดเป็นหน่วยงานระดับกองอีก 16.9% จัดหน่วยงานเป็นระดับหมวด
- จ. ในด้านงบประมาณนั้นพบว่า 74.6% ไม่ตอบ และไม่มิงบประมาณ 4.1 % มีงบประมาณน้อยกว่า 50,000 บาท อีก 4.1% มีงบประมาณ 50,000-100,000 บาท

สำหรับการที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในส่วนราชการนั้น ยังมีขอบข่ายของงานอยู่ในระดับคำ รัฐวิสาหกิจมีการดำเนินกิจการประชาสัมพันธ์สูงกว่าหน่วยราชการ แต่ก็ยังเทียบกับการประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจเอกชนไม่ได้

### 2.1.4 ความหมายการประชาสัมพันธ์ (ชม ภูมิภาค : 2536)

จากการพิจารณาคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ของบุคคล และหน่วยงานต่างๆ เราพอจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้น เป็นความพยายามของหน่วยงานที่ได้กระทำโดยมีการวางแผน

อย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้นเพื่อส่งสาร ในกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และกิจการของหน่วยงาน โดยที่ถือว่าทัศนคติและความเข้าใจที่ดีเช่นนั้น จะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากนั้นยังเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องตรวจสอบทัศนคติหรือประชามติด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงกิจการและนโยบายของหน่วยงาน จุดหมายปลายทางของการประชาสัมพันธ์นั้น คือ การสร้างประชามติที่เป็นผลดีต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการส่งสารแก่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ความเข้าใจดีต่อกัน และจะต้องรับสาร คือรับข้อมูลป้อนจากสาธารณชนด้วย เพื่อปรับเข้าหากันให้ได้ ซึ่งเป็นเรื่องของ ชักจูงใจ การประชาสัมพันธ์เป็นขบวนการสองทาง (Two-Way process) นั่นคือหน่วยงานที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ทั้งในการส่งสารและรับสารจากประชาชนที่เกี่ยวข้องด้วย ขบวนการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นขบวนการที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์อย่างน้อย 3 ประการตามความคิดของ Bernays นั่นคือ การส่งสาร (Information) การปรับเข้าหากัน(Adjustment) และผลสุดท้าย คือ การชักจูงใจ (Persuasion) ชักจูงใจเพื่อให้เห็นดีด้วย ให้เกิด ประชามติที่ดี เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงาน ด้วยเหตุนี้ผู้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ คือพ่อค้าภาพพจน์(Merchant of image) หากบุคคลมีภาพพจน์ดีต่อสิ่งใดแล้วมักจะสนับสนุนและเชื่อถือในสิ่งนั้น อันเป็นธรรมชาติเบื้องต้นของมนุษย์โดยทั่วไป

### 2.1.5 วิธีการในงานประชาสัมพันธ์ (วิจิตร อาวะกุล :2534 )

วิธีการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยวิธีการต่างๆเข้ามาดำเนินการอาจใช้โดยตรงหรือทางอ้อม โดยวิธีหนึ่งวิธีใดหรือหลายๆวิธี แต่ในการประชาสัมพันธ์จะใช้ไปในทางสร้างสรรค์ มีเจตนาดีในส่วนรวมของสังคมประเทศชาติ จึงควรได้ทำการเข้าใจเพื่อใช้ประโยชน์ในวิธีต่างๆดังต่อไปนี้

#### ก. การเผยแพร่แจ้งความ(Publicity)

ได้แก่ การประกาศ เผยแพร่ แจ้งความ ปิดป้ายประกาศหรือโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

#### ข. การโฆษณา (Advertising)

ได้แก่การเชิญชวน ชักจูงให้ประชาชนเกิดความ “อยาก” ที่จะใช้หรือซื้อบริการ กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการใช้บริการ เช่น การโฆษณาสินค้าใหม่ บริการซ่อม สร้างบ้าน ในการประชาสัมพันธ์บางครั้งก็ควรใช้การโฆษณาเข้าสอดแทรกด้วย

#### ค. การศึกษา (Education)

เป็นกระบวนการพัฒนาพฤติกรรมด้านต่างๆ ของมนุษย์เช่น ความสนใจ ทัศนคติ เชาว์ปัญญา จิตใจ อารมณ์ สังคม ความรู้ความเข้าใจ การประชาสัมพันธ์จึงใช้วิธีให้ความรู้ความเข้าใจแก่

ประชาชน เช่น เกี่ยวกับเรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ เพื่อให้ประชาชนปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ

#### ง. การสารนิเทศ (Information Service)

เป็นการจัดตั้งหน่วยหรือศูนย์ให้ข่าวสารข้อเท็จจริงความรู้เกี่ยวกับหน่วยงาน การแถลงตอบโต้ การเข้าใจผิด เผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณ ในระดับประเทศเรียกว่า “สำนักข่าวสาร” ของประเทศต่างๆ

#### จ. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

เป็นการโฆษณาที่มุ่งประโยชน์ของคนฝ่ายเดียว มุ่งโน้มน้าวความคิดจิตใจด้วยวิธีการต่างๆ โดยมีการปิดบังอำพรางข้อเท็จจริงเป็นวิธีเกตุอนร้ายให้กลายเป็นดี ปิดบังซ่อนเร้นต้นตอหรือผู้กระทำปรักปรำให้ร้ายป้ายสีฝ่ายตรงข้ามเพื่อประโยชน์ตนอย่างไร้ศีลธรรม และมีกลยุทธ์วิธีการมากมายแต่ถ้าเอามาประยุกต์ใช้อย่างมีศีลธรรมก็จะเป็นประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์ได้

#### ฉ. สงครามจิตวิทยา (psychology warfare)

หมายถึง วิธีทำให้คนเราแตกความสามัคคี เกิดขวัญไม่ดีไม่สบายใจ ระวังสงสัยไม่ไว้วางใจกัน ความเจ็บแค้น ความโกรธเกลียด ตลอดจนความล้มเหลว แล้วเปลี่ยนให้กลับมารักภักดีชื่นชมเลื่อมใสผู้ดำเนินการ ตลอดจนสามารถให้ทำตามแผนที่วางไว้เช่น ให้เดลินิวชนจารกรรม เป็นสายแจ้งข่าวความเคลื่อนไหว หรือกระจายข่าว

#### ช. ข่าวลือ ( Rumour or Graapevine)

การกระจายข่าวในลักษณะปากต่อปาก สามารถกระจายเผยแพร่ไปได้ง่ายยิ่งกว่าโรคติดต่อ สามารถให้ข่าวสาร ก่อให้เกิดความคิดเห็น มักเกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์ อาจจะเป็นเจตนาร้ายสร้างสถานการณ์ข่าวอุกุศลไปยังกลุ่มปรัภักย์ให้เกิดความเสียหายในยามสงคราม การแข่งขันทางการค้า การเมืองให้ร้ายป้ายสีเพื่อทำลายล้างกัน

#### ซ. บริการเผยแพร่ข่าว(Press-Agentry)

หมายถึงบริษัท สำนักงาน ที่รับจ้างเผยแพร่ข่าว ซึ่งจัดทำข่าว ส่งข่าว เขียนข่าว ในหนังสือพิมพ์และสื่ออื่นๆ ในการแจกจ่ายข่าวต่างๆ อาจจ้างหรือมอบหมายให้ศูนย์บริการเผยแพร่ข่าวสารนี้ดำเนินการให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

#### ณ. การส่งเสริมและการบริการ(Product or Service Promotion)

หมายถึงวิธีการที่ช่วยให้การจำหน่ายสินค้าบริการได้มากยิ่งขึ้นในบางระยะที่ต้องการหรือเมื่อต้องการแข่งขันหรือกระตุ้นแรงหรือเปลี่ยนแปลงความสนใจ ทำให้ผู้ซื้อต้องควักกระเป๋าใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ ถ้านำมาใช้ในด้านประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้ประชาชนสนใจรับข่าวสารมากยิ่งขึ้น

### ญ. การจูงใจ(Persuasion)

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ทุกจุดทุกตอนต้องใช้จิตวิทยา การจูงใจตลอดเวลา เพื่อให้ประชาชนคล้อยตามปฏิบัติตาม แต่ต้องใช้เหตุผล เจตนาดี และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้ปฏิบัติตาม

### ฎ. การกระตุ้นเตือน(Motivation)

อย่าดับสนกับการจูงใจ เมื่อเราจูงใจแล้วในบางเรื่อง บางขณะถ้าไม่มีการกระตุ้นเตือนประชาชนก็อาจลืม หรือไม่ปฏิบัติตาม บางครั้งเมื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์แล้วต้องดำเนินการกระตุ้นเตือนเมื่อใกล้กำหนด คล้ายกับการออกหนังสือเชิญประชุมไปแล้ว เมื่อถึงใกล้วันประชุมต้องโทรศัพท์เตือนอีกครั้งจึงจะได้ผลเป็นต้น

### ฏ. การรณรงค์เพื่อโฆษณาเผยแพร่(Publicity Capaigns)

หมายถึงการดำเนินการเพื่อกระตุ้นมวลชนให้ช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อแก้ไขภาวะการณ์ของสังคมให้ดีขึ้น ปลอดภัยขึ้น เช่น “การรณรงค์เพื่อความสะอาด” “การรณรงค์เพื่อคุณภาพชีวิต” “การรณรงค์เพื่อรักษาป่า” มีลักษณะการดำเนินการทันทีทันใดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เน้นความเอิกเกริก เกรียวกราว ครึกโครม เพื่อให้ประชาชนตื่นตัว หวาดกลัว ร่าเริงใจ มีกำลังใจ เพื่อให้ความร่วมมือดำเนินการ ในการหาเสียงพรรคการเมืองก็มีการรณรงค์ให้เลือกพรรคของตนที่เรียกว่า Political Campaign

## 2.2. กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน : 2541)

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ก่อตั้งในสมัยรัฐบาล ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี(นายชวน หลีกภัย)เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2536 โดยมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับ การบริหารแรงงาน การจัดหา งาน การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการประกันสังคม

ในการให้บริการประชาชนกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม มีประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มแรงงาน โดยเฉพาะนายจ้าง ลูกจ้างและกลุ่มประชาชนด้อยโอกาส เช่น เด็กเร่ร่อน ถูกทอดทิ้ง สตรีด้อยโอกาส คนไร้ที่พึ่ง คนชราไม่มีรายได้ คนพิการฯลฯ

เนื่องจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม มีทั้งเด็ก คนรุ่นหนุ่ม รุ่นสาว คนวัยกลางคน และคนชรากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม จึงเชื่อมโยงให้บริการประชาชนตามอำนาจหน้าที่ของทุกกรมในสังกัดเข้าด้วยกัน เป็น “วงจรกิจกรรมปฏิบัติงาน กรม.” เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการต่อเนื่อง ตั้งแต่เกิดจนตาย ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนและครอบครัวมีความมั่นคงในชีวิต สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ดี ทั้งนี้มีคำขวัญในการทำงานคือ “รวมกันเป็นหนึ่ง เป็นที่พึ่งประชาชน”

แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กลางผลการดำเนินงาน เพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน

หลักการ เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน ประชาชน ได้รับทราบถึงเจตนารมณ์จุดมุ่งหมายการให้บริการ ผลการดำเนินงานของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ในการดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงานในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ด้วยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เหมาะสม และเจาะลึกสู่กลุ่มเป้าหมาย

คณะทำงานประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานตามมาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงาน

1. กำหนดและจัดทำแผน
2. วิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อ
3. ผลิตบทความ
4. ประเมินผล

สื่อโทรทัศน์ ประกอบด้วย

1. สารคดีเชิงข่าว
2. สปอตโทรทัศน์
3. รายการสนทนา
4. คอลัมน์ข่าวแรงงาน
5. สารคดีเรื่องต้นหน้าต่างแรงงาน

สื่อวิทยุ ประกอบด้วย

1. สปอตวิทยุ
2. บทความ/สปู๊ปข่าว(2นาทิจ)
3. รายการวิทยุ
4. สารคดีเชิงข่าว
5. ข่าวประชาสัมพันธ์
6. สารคดีสั้น

สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย

1. ข่าว/บทความ
2. รายงานพิเศษทางหนังสือพิมพ์, นิตยสาร

สื่ออื่นๆ ประกอบด้วย

1. หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน
2. เสียงตามสายของรัฐบาล
3. โปสเตอร์

4. แผ่นพับ
5. คัทเออร์
6. สื่อข้างรถประจำทาง

การดำเนินงานที่สำคัญของรัฐบาลด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม (กรมการจัดหางาน : 2541)

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้เร่งดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลโดยมุ่งเน้นการดำเนินการตามนโยบายเร่งด่วน นโยบายระยะปานกลาง เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจสังคม และปรับการบริหารจัดการงานให้สอดคล้องและเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยซึ่งมีผลการดำเนินงานที่สำคัญตามนโยบายรัฐบาล ในรอบ 1 ปี ดังนี้

## 2.2.1 ด้านเศรษฐกิจ

### 2.2.1.1 การแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ

1. ลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ นายจ้าง/สถานประกอบการ เพื่อส่งเสริมให้เกิดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ โดยลดอัตราเงินสมทบทั้งกองทุนประกันสังคม และกองทุนเงินทดแทนทำให้นายจ้างสามารถลดค่าใช้จ่ายประมาณ 2,060 ล้านบาทต่อปี

2. เสริมสภาพคล่องในสถานประกอบการ 4,800 ล้านบาท โดยผ่านบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม(บอย.)จำนวน 1,000 ล้านบาท และโดยผ่านธนาคารพาณิชย์ 4 แห่ง(ธ.กรุงไทย ธ.กรุงเทพ ธ.ไทยพาณิชย์ และธนาคาร ทหารไทย)จำนวน 3,800 ล้านบาท ทั้งนี้ เน้นการแก้ไขปัญหาสภาพคล่อง ของสถานประกอบการขนาดกลางและเล็ก เพื่อรักษาสภาพการจ้างงาน ขณะนี้ธนาคาร พาณิชย์ทั้ง 4 แห่งสามารถปล่อยสินเชื่อไปแล้ว 641.02 ล้านบาท ทำให้สถานประกอบการสามารถรักษาสภาพการจ้างงานได้รวม 11,059 คน

### 2.2.1.2 การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม

การปรับแนวทางการพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อพัฒนากำลังคนให้สามารถตอบสนองการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทยให้มีขีดความสามารถ มีศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า และเป็นปัจจัยเร่งในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ โดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ดำเนินการ

1. พัฒนาฝีมือแรงงานสาขาอุตสาหกรรม ธุรกิจและบริการ
  - ก. ฝึกอบรมระดับฝีมือแรงงาน 90,882 คน
  - ข. ฝึกอบรมวิชาชีพแก่แรงงานใหม่ 60,338 คน
  - ค. พัฒนาศูนย์ฝึกอบรมทั้งภาครัฐและเอกชน 4,608 คน
  - ง. ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน 23,106 คน

2. ศึกษาวิจัย ความต้องการแรงงานในอนาคตเพื่อเป็นฐานข้อมูลจัดทำแผนแม่บทพัฒนากำลังคน โดยความร่วมมือกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือ TDRl

3. ส่งเสริมมาตรฐานฝีมือแรงงาน โดยมีการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ เพื่อให้โอกาสก้าวหน้าในการทำงานแก่ลูกจ้าง โดยได้รับค่าจ้างสูงขึ้น และนายจ้างมีบุคลากรที่มีคุณภาพโดยดำเนินการทดสอบฝีมือแรงงานเฉลี่ยปีละ 26,300 คน

4. การเทียบโอนมาตรฐานฝีมือแรงงานกับศึกษาสายสามัญและสายอาชีวศึกษา โดยการเปิดโอกาสให้แรงงานสามารถพัฒนาความรู้และยกระดับฝีมือตนเองพร้อมๆกัน

5. มุ่งเน้นการปรับหลักสูตร ฝึกอบรม/การดำเนินการสอดคล้องกับเป้าหมายตามแม่บทการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม 3 แผนงาน(แผนงานปรับปรุงผลิตภาพและปรับกระบวนการผลิตแผนงานปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีและเครื่องจักร และแผนงานยกระดับขีดความสามารถของแรงงาน)

6. สนับสนุนให้ประชาชนมีบทบาทในการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและมาตรฐานการจ้างใจด้านต่างๆทำให้เอกชนดำเนินการพัฒนาพนักงานในสถานประกอบการของตน รวม 246,854 คน

## 2.2.2 ด้านสังคม

### 2.2.2.1 การบรรเทาปัญหาการว่างงาน

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้เสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณากำหนดแผนแบบบูรณาการ “แผนปฏิบัติการบรรเทาปัญหาการว่างงาน” ซึ่ง ครม. มีมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2540 (เพิ่มเติมโดยมติเมื่อวันที่ 23 ธค. 2540) และแต่งตั้ง “คณะกรรมการนโยบายบรรเทาปัญหาการว่างงานแห่งชาติ” ซึ่งมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน โดยทุกกระทรวง ทบวง กรม ร่วมดำเนินการ เพื่อแก้ไข/บรรเทาปัญหาการว่างงาน ทั้งนี้ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม มีส่วนร่วมดำเนินการทุกมาตรการ ผลการดำเนินการทั้ง 7 มาตรการมีดังนี้

#### 1.1 มาตรการประหยัดหรือไทยช่วยไทย

ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายในการช่วยเหลือบรรเทาค่าครองชีพแก่ประชาชนด้วยการจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด และให้ทุนประกอบอาชีพส่วนตัว

มีผลงานทำให้ประชาชนได้ประโยชน์ 3,366,540 คน

#### 1.2 มาตรการจ้างงานในชนบท

ปลัดกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายช่วยเหลือผู้ว่างงานให้มีรายได้เฉลี่ย 3,000 บาท/เดือน ตลอดปี 2541 จำนวน 350,000 คน

มีการจ้างงาน 111,043 คน

### 1.3 มาตรการแก้ไขแรงงานต่างด้าว

รองนายกรัฐมนตรี (นาย พิชัย รัตตกุล) เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายลดจำนวน แรงงานต่างด้าวเข้าเมืองผิดกฎหมายในโรงงานและจัดหาแรงงานไทยทดแทน จำนวน 300,000 คน

มีการจ้างแรงงานไทยทดแทน 261,786

### 1.4 มาตรการส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ

ปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายจัดส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศในปี 2541 จำนวน 210,000 คน

มีการส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ 137,997 คน

### 1.5 มาตรการส่งเสริมการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายเร่งรัดการบรรจุคนงานในตำแหน่งงานว่างในประเทศ พัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อขยายโอกาสการมีงานทำเร่งรัดการส่งเสริม/การจัดตั้ง/การขยายกำลังผลิตของโรงงาน เพื่อให้คนงานมีงานทำประมาณ 500,000 คน

มีการเร่งรัดบรรจุงานในประเทศ 254,894 คน

### 1.6 โครงการ “เกษตรทฤษฎีใหม่” ตามแนวพระราชดำริ

ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายการสนับสนุนผู้ว่างงานเข้าร่วมโครงการ 8,870 ครอบครัว

มีครอบครัวเกษตรเข้าร่วม 5,133 ครอบครัวหรือเท่ากับ 23,000 คน

### 1.7 โครงการทางสว่างแห่งอาชีพ

รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย เป็นประธานอนุกรรมการ มีเป้าหมายช่วยเหลือผู้จบการศึกษาใหม่ในปีการศึกษา 2540 ซึ่งคาดว่าจะมีไม่ต่ำกว่า 489,000 คน ให้ได้มีทางเลือกใหม่ในการประกอบอาชีพ จำนวน 20,000 คน

มีการดำเนินการแล้ว 4,931 คน

หนึ่งในส่วนของกระทรวงแรงงานฯ มีผลงานการบรรเทาปัญหาการว่างงานดังนี้

1. ช่วยเหลือผู้ถูกเลิกจ้างให้มีสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายแรงงาน อาทิเช่น ค่าจ้าง ค้างจ่าย ค่าชดเชย สามารถช่วยเหลือลูกจ้างผู้ถูกเลิกจ้างจากสถานประกอบการ 1,201 แห่งให้ได้รับสิทธิประโยชน์ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2540 – 30 กันยายน 2541 จำนวน 58,849 คน เป็นเงิน 2,630.45 ล้านบาท

2. พัฒนาฝีมือแรงงานภายใต้มาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงาน ในรอบปีงบประมาณ 2541 ประชาชนได้รับประโยชน์ด้านพัฒนาฝีมือแรงงาน รวม 218,894 คน

### 3. เร่งรัดการบรรจุงานใหม่

3.1 บรรจุงานในประเทศ 254,894 คน

- 3.2 บริหารการจัดส่งแรงงานไปทำงานต่างประเทศ 137,997 คน
4. ให้ความคุ้มครองสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกันตนที่ถูกเลิกจ้างต่อไปอีก 6 เดือน หลังถูกเลิกจ้าง จำนวน 208,425 คน (ประมวลผล ณ วันที่ 17 ก.ย. 2541)
5. สนับสนุนเงินทุนประกอบอาชีพสำหรับผู้ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจ 2 ลักษณะคือ
- 5.1 เงินทุนรวมกลุ่มสร้างรายได้/อาชีพ กลุ่มละประมาณ 10 คน รายละไม่เกิน 4,000 บาท จำนวน 507 กลุ่ม 5,079 คน
- 5.2 ให้กู้ยืมทุนประกอบอาชีพอิสระส่วนตัวเองแบบปลอดดอกเบี้ยผ่อนชำระใน 5 ปี
6. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเร่งด่วนเพื่อการจ้างงาน เพื่อให้บริการโดยตรงแก่ผู้ถูกเลิกจ้างและผู้ว่างงานและบรรจุนายได้ 13,591 คน และจัดตั้งศูนย์ใจถึงใจ แรงงานไทยคุณภาพให้คำแนะนำเพื่อคลี่คลายปัญหาทางด้านแรงงานและสังคม
7. ช่วยเหลือค่าครองชีพของลูกจ้าง โดยจัดการวางสินค้าอุปโภคและบริโภคราคาถูกจำหน่ายแก่ผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ จำนวน 119 ครั้ง มีผู้ได้รับประโยชน์ 309,132 คน
8. แก้ไขปัญหาแรงงานสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการ โดยส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปแก้ไขปัญหานั้นแต่เกิดปัญหาขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างจนถึงขั้นแก้ไขปัญหาคือพิพาทแรงงาน และจัดทำโครงการแก้ไขปัญหาการพละงานและนัดหยุดงานใน 9 จังหวัด ที่มีความรุนแรงด้านปัญหาแรงงานสัมพันธ์ จัดประชุมทำความเข้าใจถึงสถานการณ์ด้านแรงงานและแนงนโยบายป้องกัน/แก้ไขปัญหาในภาวะปัจจุบันพร้อมทั้งเผยแพร่แนวปฏิบัติว่าด้วยการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต พ.ศ. 2541 ให้นายจ้าง ลูกจ้างทั่วประเทศได้ศึกษาและพิจารณาถือปฏิบัติ
9. สนับสนุนโครงการสินเชื่อ เพื่อการไปทำงานต่างประเทศ เป็นเงิน 500 ล้านบาท โยให้ธนาคารที่ได้รับฝากเงินประกันสังคม 3 แห่ง คือธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงเทพ ปลดปล่อยเงินกู้ให้คนงานที่ไปทำงานต่างประเทศในวงเงินกู้ไม่เกินรายละ 150,000 บาท เสียดอกเบี้ยในอัตราลูกค้าย่อยขั้นต้นดี ขณะนี้ ได้อนุมัติสินเชื่อแล้ว 732 ราย เป็นเงิน 85.19 ล้านบาท

### 2.2.2.2 การควบคุมแรงงานต่างชาติผิดกฎหมาย

รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายที่ผลักดันแรงงานต่างด้าวในกิจการ 9 ประเภทได้แก่ งานบริการ งานขนส่ง งานพาณิชย์กรรม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร อุตสาหกรรมหนัก (ที่มีการใช้แรงงานมาก) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ อุตสาหกรรมกระดาษและการพิมพ์ เพื่อลดจำนวนต่างด้าวผิดกฎหมายลักลอบทำงานอยู่ในประเทศไทย และแรงงานต่างด้าวที่ได้รับการผ่อนผันให้ทำงานชั่วคราวตามมติ ค.ร.ม. วันที่ 25

มิถุนายน 2539 โดยตั้งเป้าหมายผลักดันแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ออกจากโรงงานและนำแรงงานไทยเข้าทำงาน ทดแทน 300,000 คน

ต่อมาเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2541 วันที่ 9 มิถุนายน 2541 วันที่ 21 กรกฎาคม 2541 คณะรัฐมนตรีมีมติผ่อนผันให้นายจ้างสามารถจ้างแรงงานต่างด้าวสัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา ที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว และที่อยู่ระหว่างรอการส่งกลับ เป็นเวลาไม่เกิน 1 ปี เฉพาะนายจ้างประเภทต่อไปนี้

ก. นายจ้างจังหวัดชายแดน ไทย - พม่า 7 จังหวัด ไทย - ลาว 2 จังหวัด ไทย-กัมพูชา 4 จังหวัด

ข. นายจ้างกิจการประมงจังหวัดชายทะเล 22 จังหวัด

ค. นายจ้างกิจการสวนยางพารา 13 จังหวัด

ง. นายจ้างกิจการไร่อ้อย 5 จังหวัด

จ. นายจ้างกิจการเลี้ยงหมู 11 จังหวัด

ฉ. นายจ้างกิจการโรงสีข้าว 34 จังหวัด

ช. นายจ้างกิจการขนถ่ายสินค้าทางน้ำเฉพาะใน กทม.

ในปัจจุบันมีแรงงานต่างด้าวในประเทศไทยประมาณ 960,888 คน คือ

1. แรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้ทำงาน 85,910 คน

2. แรงงานต่างด้าวที่ได้รับการผ่อนผัน

ตามมติ ค.ร.ม. ปี 2541 สามารถจ้างแรงงานต่างด้าวได้

1. จำนวน 148,914 คน (ออกใบอนุญาตทำงานให้แล้ว จำนวน 8,309 คน)

2. แรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย 644,687 คน

## 2.2.3 การจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้ด้อยโอกาส และกลุ่มลูกจ้างประกันคน

2.2.3.1 กลุ่มผู้ด้อยโอกาส กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ดำเนินภารกิจเพื่อคุ้มครอง สวัสดิภาพ สงเคราะห์ และจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ที่อยู่ในภาวะยากจน-ยากลำบาก

ก. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการเด็กและเยาวชน	56,180 คน
ข. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการสตรี	30,944 คน
ค. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการผู้สูงอายุ	439,970 คน
ง. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการคนพิการ	68,228 คน
จ. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการคนไร้ที่พึ่ง	10,578 คน
ฉ. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการครอบครัวและชุมชน	25,684 คน

ช. สงเคราะห์และฟื้นฟูผู้ประสบภัย	4,427,856 คน
ซ. สงเคราะห์และจัดสวัสดิการผู้ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเอดส์	8,871 คน
ฅ. พัฒนาเทคนิคสร้างตนเอง 44 แห่ง 35 จังหวัด มีสมาชิกนิคมได้รับประโยชน์	224,850 ครอบครัว

ส่งเสริมภาคเอกชนในการจัดสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ โดยขยายอาสาสมัครประชาสงเคราะห์เพิ่มขึ้นเป็น 34,320 คน มีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานภาคเอกชนในระดับจังหวัดมีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสวัสดิการสังคมที่เป็นรูปธรรม ผลักดันกฎหมายสวัสดิการสังคม-บัญญัติว่าด้วยผู้สูงอายุและคนพิการ ดำเนินการจัดสวัสดิการเด็กผ่านสถานรับเลี้ยงเด็กผ่านสถานรับเลี้ยงและสถานสงเคราะห์เด็กเอกชน 920 แห่ง และให้เงินอุดหนุนองค์กรเอกชน 128 องค์กร จำนวน 40 ล้านบาท ทำให้องค์กรเอกชนสามารถให้บริการประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ จำนวน 677,360 คน อีกทางหนึ่ง

2.2.3.2 กลุ่มผู้ประกันตน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ให้ความสำคัญคุ้มครองลูกจ้างผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม จากสถานประกอบการที่มีจำนวนลูกจ้าง 10 คนขึ้นไป ปัจจุบัน(30 กันยายน 2541)มีสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียน 93,302 แห่ง ผู้ประกันตน 5.91 ล้านคนที่อยู่ในความดูแล โดยให้ความสำคัญคุ้มครองผู้ประกันตนทั้งในและนอกเวลาทำงาน โดยมีเงินกองทุนประกันสังคม และกองทุนเงินทดแทนดำเนินการให้สิทธิประโยชน์กรณีเจ็บป่วย/ประสบอันตราย กรณีทุพพลภาพ และกรณีตาย/สูญหาย สำหรับกรณีคลอดบุตร กรณีถูกเลิกจ้างมีเฉพาะผู้ประกันตนในระบบกองทุนประกันสังคม สำหรับการขยายความคุ้มครองสิทธิประโยชน์ต่างๆอยู่ระหว่างการดำเนินการดังนี้

ก. ขยายสิทธิประโยชน์กรณีสงเคราะห์บุตร และชราภาพแก่ผู้ประกันตน จะเริ่มดำเนินการในเดือนธันวาคม 2541

ข. ขยายระยะเวลาการคุ้มครองสิทธิประโยชน์แก่ผู้ถูกเลิกจ้างที่เป็นผู้ประกันตนจาก 6 เดือน เป็น 12 เดือน ขณะนี้สำนักงานประกันสังคมได้แก้ไข พ.ร.บ. ประกันสังคม พ.ศ. 2533 และผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการกฤษฎีกา และเตรียมเสนอ ครม. ก่อนนำเสนอรัฐสภาต่อไป

ค. ขยายความคุ้มครองแรงงานนอกระบบ ขณะนี้ได้มอบให้ TDRl ศึกษาวิจัย จะแล้วเสร็จปลายปี 2541

ง. ขยายการบังคับใช้ พ.ร.บ. ประกันสังคมถึงสถานประกอบการที่มีลูกจ้าง 5-9 คน ในปี 2544 ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ

## 2.2.3 ด้านการเมืองการบริหาร

### การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้ดำเนินการศึกษาแนวทางการกระจายภารกิจให้องค์กรบริหารส่วนตำบล และศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน ซึ่งเป็นองค์กรประชาชนที่จัดตั้งโดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ปัจจุบันมีศูนย์สงเคราะห์ฯ ประมาณ 500,000 คน ดังนี้

1. ดำเนินการปรับบทบาทของศูนย์สงเคราะห์ให้สามารถประสาน และร่วมดำเนินการกับองค์กรบริหารส่วนตำบล หน่วยราชการอื่นๆ ในการแก้ไขปัญหาและจัดบริการด้านแรงงานและสวัสดิการสังคมให้แก่ราษฎรในหมู่บ้าน และการสำรวจรวบรวมสถิติ ข้อมูล ของราษฎรในหมู่บ้านและอื่นๆตามระเบียบกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ว่าด้วยศูนย์สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน พ.ศ.2541
2. เตรียมการกระจายภารกิจให้ศูนย์สงเคราะห์ฯ โดยจัดทำคู่มือ ระเบียบวิธีการทำงาน เผยแพร่ และนิเทศงานให้องค์กรบริหารส่วนตำบล และศูนย์สงเคราะห์ฯ ทุกแห่ง
3. เร่งรัดแก้ไขปรับปรุงระเบียบ และคำสั่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับแนวการปฏิบัติงานของศูนย์ฯ
4. เตรียมการคัดเลือกองค์กรบริหารส่วนตำบลผ่านคณะกรรมการประสานการดำเนินงานศูนย์สงเคราะห์ฯ ในระดับจังหวัดให้เข้ามามีบทบาทงานของกระทรวงฯ ในรูปแบบเครือข่ายการให้บริการด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยมีผู้ประสานงานศูนย์สงเคราะห์ฯบัณฑิตอาสา เป็นผู้สนับสนุน

## 2.3. การออกแบบกราฟิก

### 2.3.1 งานกราฟิกบนสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณามีมากมายหลายประเภท โดยเฉพาะสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันวงการธุรกิจเจริญก้าวหน้าอย่างกว้างขวางมีการแข่งขันกันสูง สื่อโฆษณาจึงเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะช่วย ส่งเสริมการขาย การตลาดได้อย่างดี ในบางหน่วยงานถึงกับเน้นให้สื่อโฆษณาเป็นตัวนำการขายสินค้าเลยทีเดียว กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์สื่อมีมากมาย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ก็สามารถปรับตัวเองให้มีการพัฒนาตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งเสริมแนวทางการออกแบบกราฟิก และเทคนิคการผลิตได้อย่างกว้างขวาง งานกราฟิกจึงมีอิทธิพลอย่างเต็มที่ ที่จะสร้างสรรค์สื่อเหล่านั้นให้น่าสนใจได้มากยิ่งขึ้น

สื่อโฆษณามีหลายประเภทแต่ที่ใ้ใช้มากและเป็นเรื่องรูปแบบการออกแบบ สื่อที่น่าสนใจ ได้แก่

### 2.3.1.1 แผ่นป้ายโฆษณา (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ : 2538)

โปสเตอร์หรือแผ่นป้ายโฆษณาเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารได้กับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัว ของสื่อได้เป็นอย่างดี ในด้านการออกแบบ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบตลอดจนแนวทางการออกแบบกราฟิก ได้อย่างอิสระและสวยงาม ใ้ใจหรือการโน้มน้าวความรู้สึก ได้อย่างเต็มที่ ลักษณะเฉพาะของโปสเตอร์จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก ในการโฆษณาสินค้า หรือการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นที่นิยมตลอดมา ในเบื้องต้นได้มีผู้กำหนดลักษณะกว้างๆเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาหรือโปสเตอร์ว่าจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างด้วยกันคือ

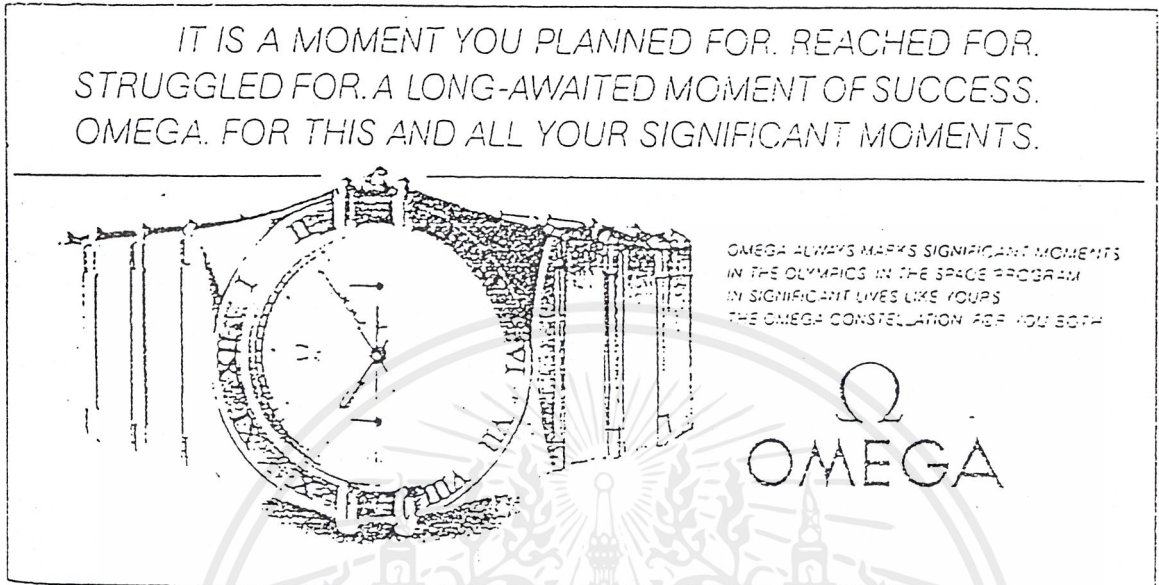
1. ต้องเป็นแผ่น โคคๆซึ่งสามารถปะติดลงบนพื้นผิวใดก็ได้
2. ต้องมีข้อความประกอบเสมอ
3. ต้องปิดไว้ในที่สาธารณะ
4. ต้องผลิตขึ้นมาเป็นจำนวนมาก

วิวัฒนาการทางการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาดำเนินไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้ทิศทางการสร้างสรรค์มีความโดดเด่น ใ้ใจได้มากยิ่งขึ้น ขอบเขตของการจัดหรือการออกแบบสร้างสรรค์มีความจำกัด การวางแผนงานทางกราฟิกจึงคล่องตัว แนวคิดใหม่ๆของแผ่นป้ายโฆษณาจึงเน้นเรื่องความแปลกตา ความสวยงาม มากยิ่งขึ้น บางครั้งรูปแบบที่ปรากฏอาจมีเพียงภาพ คำหรือข้อความอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ลักษณะที่ทำให้หายเช่นกล่าวมานี้เองทำให้นักออกแบบมีความเพลิดเพลินกับการคิดและการกำหนดแบบอย่างงานใหม่ๆเสมอ และไม่ว่าจะกำหนดรูปแบบอย่างไร แปลกใหม่ ขนาดไหนนักออกแบบกราฟิกก็ควรพิจารณา ถึงหลักการพื้นฐานที่จะให้สื่อโฆษณานั้นแสดงบทบาทได้อย่างเต็มที่ สื่อโฆษณาประเภทโปสเตอร์ที่ดีควรสนองแนวคิดหลัก 5 ประการได้แก่

1. จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่
2. จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์ และข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมาย ต้องมีความกระชับ มีขนาดที่พอเหมาะกัน
3. รูปภาพและข้อความที่นำมาเสนอควรใ้มีความสอดคล้องสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน
4. จะต้องสามารถใ้ใจ ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
5. จะต้องมีความกระชับและแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียว

## ภาพที่ 4

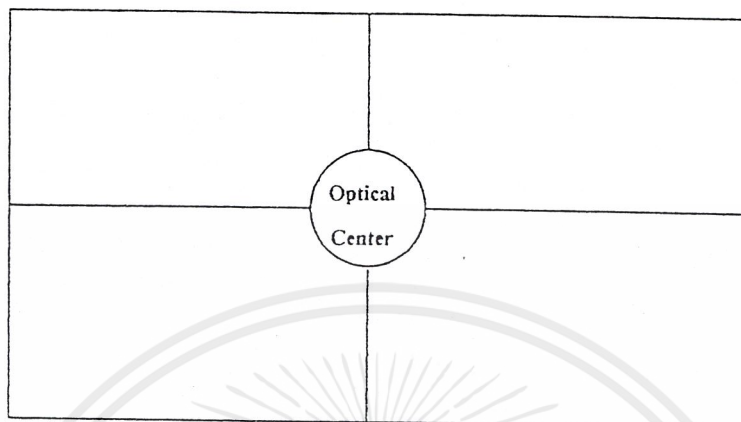
## ภาพตัวอย่างงานโปสเตอร์



การกำหนดขนาด ผู้ออกแบบแผ่นโปสเตอร์จะมีแนวทางการกำหนดเรื่องของขนาดได้หลายวิธี หลายขนาดเช่น ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการโฆษณา โดยทั่วไปการกำหนดขนาดว่าเป็นเท่าใดมักจะกำหนดตามขนาดของกระดาษ ที่จะมีจำหน่ายในท้องตลาด ในบ้านเรามีอยู่ 2 ขนาด ได้แก่ 31" x 43" , 24" x 35" ซึ่งถ้าแบ่งเป็นขนาดเล็กลงสำหรับทำแผ่นโปสเตอร์ ก็จะได้ขนาดเป็น 15 1/2" x 21 1/2" หรือ 24" x 17 1/2" หรือ 12" x 17 1/2" และถ้าต้องการให้แปลกออกไปอาจแบ่งเป็นอย่างอื่นได้อีกเช่น 10" x 21" หรือ 24" x 11 1/2" หรือ 8" x 17 1/2" การกำหนดขนาดจากการแบ่งกระดาษแผ่นใหญ่จะทำให้กระดาษ ไม่เหลือเศษ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นการใช้เนื้อที่ของกระดาษอย่างเต็มที่นอกจากการวิธีกำหนด จากขนาดของกระดาษแล้วก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ด้วย เช่น ขนาดพื้นที่ ที่นำไปสำหรับการคิดเผยแพร่ ความสวยงามในการออกแบบที่เหมาะสม

การกำหนดรูปภาพประกอบ รูปภาพประกอบในสื่อได้แก่รูปภาพจากการถ่ายภาพจากการวาดเขียน ระบายสี จากลวดลายต่างๆที่ใช้ประกอบการออกแบบในงานกราฟิค แนวคิดในการออกแบบก็คือการกำหนดขนาดของภาพ กำหนดเรื่องราวของภาพ กำหนดรูปแบบของภาพ เทคนิคในการสร้างสรรค์ภาพ โครงสร้างในภาพความสวยงาม ความคมชัดการกำหนดของภาพที่เหมาะสมเด่นชัด เนื้อหากับภาพต้องสอดคล้องกับข้อความ การวางตำแหน่งภาพที่ดีจะทำให้ ชวนมองเน้นจุดสนใจได้ดี นักออกแบบอาจกำหนดจุดสนใจของภาพได้หลายลักษณะวิธีที่ง่ายที่สุดคือ ไว้ตรงกลางภาพ หรือที่เรียกว่าบริเวณจุดศูนย์กลางความสนใจการมอง(Optical Center)

ภาพที่ 5  
แสดงการกำหนดจุดสนใจภาพ



Herman F.Brandt ได้ศึกษาทดลองถึงจุดสนใจของตำแหน่งที่เด่นที่สุดในภาพจากการมองในกรอบสี่เหลี่ยมของหน้ากระดาษ ได้ผลสรุปดังนี้

ภาพที่ 6  
ตำแหน่งจุดสนใจ

41%	20%
25%	14%

## ภาพที่ 7

## โปสเตอร์โฆษณาแสดงขนาดตัวอักษร

**ประเทือง**  
**ความงาม**  
**ด้วยน้ำอุ่น**

น้ำอุ่นเพื่อสุขภาพ  
พลาสมาและวิตามินซี  
ของครอบครัวทุกคน

ลูกพลาสมา วิตามินซี ช่วย  
เพราะน้ำอุ่นช่วยให้หายเมื่อยอ่อนเพลีย  
และทำให้การหมุนเวียนของโลหิต  
ดีขึ้น ทารกจะพอใจ เพราะน้ำอุ่นให้  
ความอบอุ่นต่อผิวหนังและเยื่ออ่อนของ  
ทารก

**เครื่องทำน้ำอุ่น**

หัวเรื่อง  
(Heading)

หัวเรื่องรอง  
(Sub Heading)

ข้อความรายละเอียด  
(Copy)

การกำหนดตัวอักษร ตัวอักษรข้อความหรือตัวอักษรหัวเรื่องที่จะต้องกำหนดลงในงานออกแบบกราฟิก จะทำหน้าที่บรรยายข้อมูลสาระให้รับรู้การกำหนดตัวอักษรจึงต้องเน้นหนักที่ขนาดของตัวอักษร รูปแบบ และการกำหนดโครงสร้างบนตัวอักษรทั้งหมด

1. ขนาดของตัวอักษร ตัวอักษรที่ปรากฏในงานออกแบบโปสเตอร์ทั่วไปจะมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่สำหรับข้อความพาดหัว (Headline) ขนาดกลางสำหรับข้อความรองพาดหัว (Sub Headline) และขนาดเล็กสำหรับข้อความรายละเอียดที่เสนอสาระข้อมูล (Copy) การกำหนดขนาดในส่วนใดให้มีขนาดเท่าใดย่อมไม่สามารถกำหนดแน่นอนได้ เพราะขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานแต่ละชิ้นที่นักออกแบบสเก็ตซ์ขึ้น หลักการอย่างง่ายก็คือไม่ว่าจะเป็นขนาดเท่าใดก็ต้องสามารถอ่านได้

ชัดเจน ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาขนาดสัดส่วนของตัวอักษรที่ระยะห่างจากสายตา 20 นิ้ว ควรมีขนาดความสูงประมาณ 1/8 นิ้ว ทุกช่วงระยะห่างที่เพิ่มขึ้น นอกจากขนาดที่สัมพันธ์กับระยะห่างแล้ว ควรได้พิจารณาถึงเรื่องการกำหนดระยะห่างระหว่างตัวอักษรและระยะห่างระหว่างบรรทัดตลอดจน ความสัมพันธ์ ระหว่างขนาดตัวอักษรและอายุของผู้ใช้ด้วย

### ตารางที่ 1

#### แสดงการเปรียบเทียบขนาดตัวอักษรโรมันและอักษรไทย

อายุ	ขนาดอักษร โรมัน(พอยท์)	ขนาดอักษรไทย(พอยท์)
5-7	18	24-30
7-8-10	12-14	18-30
10-12	11-12	16-18
12 ปีขึ้นไป	11-12	16-18
ผู้ใหญ่ปกติ	10-11-12	14-16
คนสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	11-12	16-18

ตารางแสดงขนาดตัวพิมพ์ที่เหมาะสมกับวัยผู้อ่าน

2. รูปแบบตัวอักษร การสร้างสรรค์รูปแบบตัวอักษรให้สวยงามแปลกตา ในสอดคล้องกับลักษณะของข้อความ มีความชัดเจน ทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เทคนิคการออกแบบและตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามจะเป็นแรงบันดาลใจให้อ่านรู้ อยากรู อยากรู้ เห็น มากกว่ารูปแบบอักษรธรรมดา การสร้างรูปแบบตัวอักษรทำได้ 2 ทางคือ การจินตนาการรูปแบบขึ้นใหม่ เป็นการเฉพาะสำหรับงานนั้นๆ กับการเลือกใช้แบบอักษรสำเร็จที่ออกแบบไว้เป็นแบบมาตรฐานทั่วไปการใช้ อย่างไรก็ตามจึงต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับแนวการออกแบบสื่อโฆษณาชิ้นนั้นๆด้วย

3. สีของตัวอักษร การกำหนดก็เกี่ยวกับเรื่องสีนั้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเน้นข้อความให้เด่นชัดขึ้น สวยงามมากยิ่งขึ้น ในการกำหนดสีควรยึดหลัก 3 ประการ ดังนี้

3.1 ค่าน้ำหนักของสี (Tone of Colour) สีของตัวอักษรควรมีค่าน้ำหนักที่ตัดกันกับพื้นและควรเป็นสีที่แย้งกันกับพื้นให้มากที่สุด การตัดมากทำให้มีความเด่นชัดของตัวอักษรมากที่สุดเกินไปทำให้ชัดเจนลดลงและอ่านยากขึ้น

3.2 สีของตัวอักษรต้องไม่ใช่หลายสีจนเกินไปใน 1 หน้ากระดาษ ข้อความเดียวกันควรใช้สีเดียวกัน และไม่ควรรูขี้เหล็กกันระหว่างสีพื้นกับสีของตัวอักษรเพราะจะทำให้ลายตา

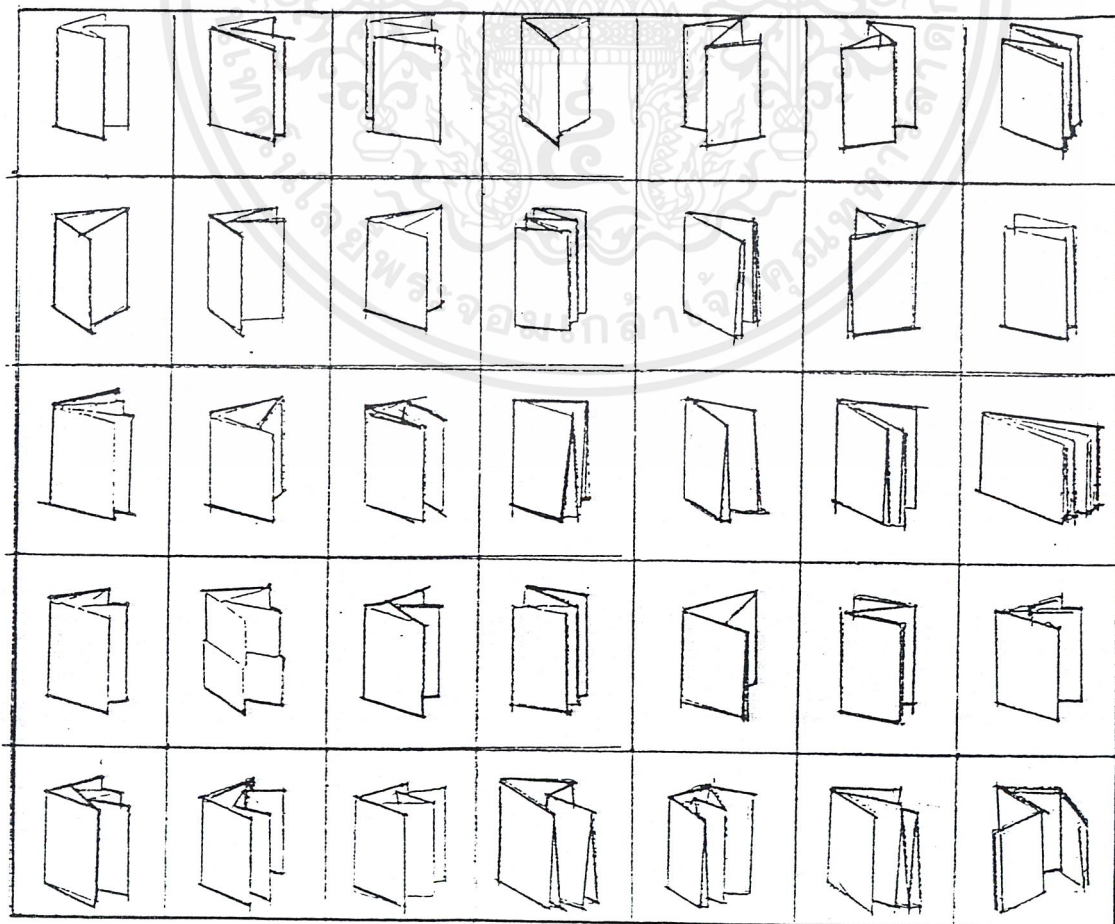
3.3 ควรใช้สีให้เหมาะสมกับคำหรือข้อความนั้นๆ เช่น ข้อความที่เน้นความเร่งด่วน ตื่นเต้น อาจใช้สีแดง สีส้ม ข้อความที่กล่าวถึงความสงบ นิ่ง ความเย็น อาจใช้สีเหลือง สีเขียว สีฟ้า หรือสีน้ำเงิน เป็นต้น

### 2.3.1.2 แผ่นพับ (Folders)

สื่อโฆษณาประเภทนี้จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดไคเร็กแมล์ (Direct Mail) ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และ แจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือมีขนาดเล็ก หรือหยิบได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่าน ผู้ออกแบบมีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระหลากหลายและ สวยงาม ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำกว่าสิ่งพิมพ์อีกหลายชนิด จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือ สามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

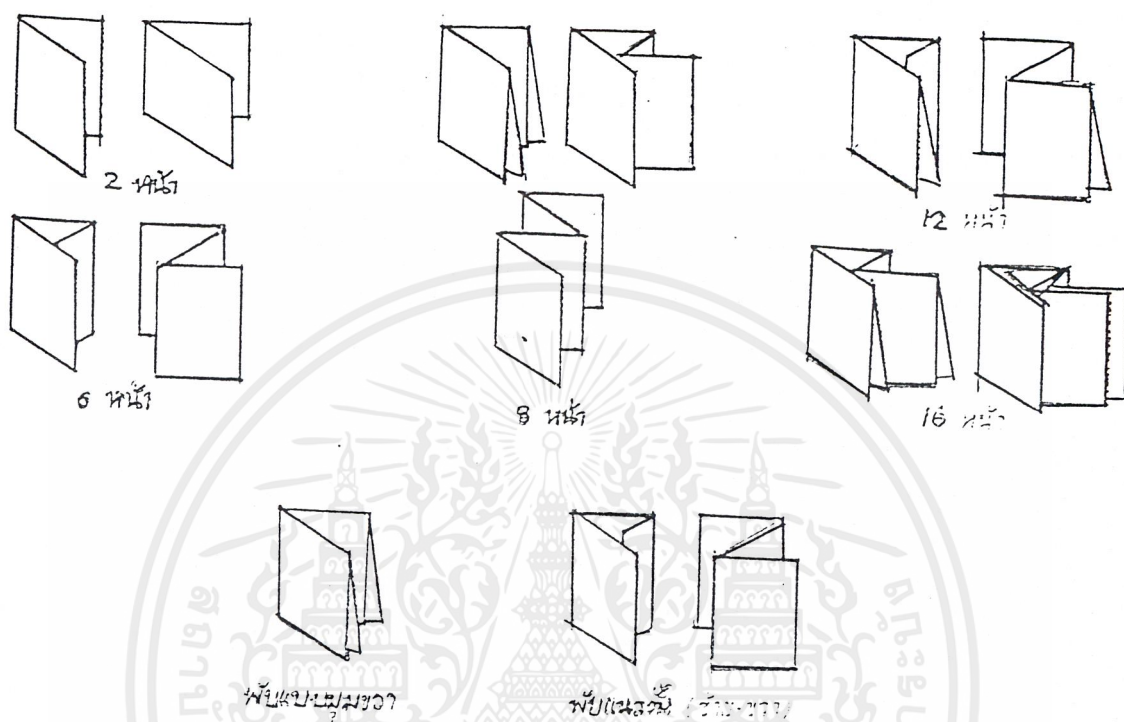
#### ภาพที่ 8

แสดงการพับแผ่นพับได้หลายรูปแบบ



## ภาพที่ 9

แสดงการพับแผ่นพับตั้งแต่ 8-80 หน้า เป็นแบบมาตรฐานและใช้เครื่องพับได้



### วิธีการออกแบบ

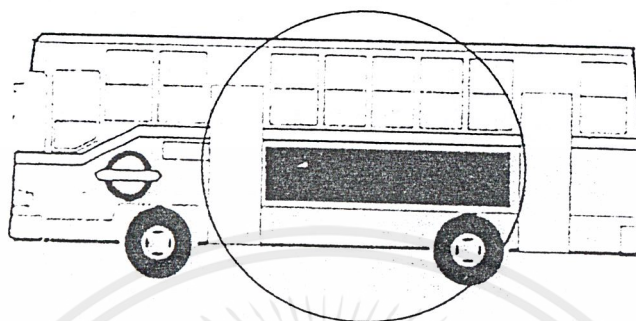
แผ่นพับมีลักษณะเด่นคือสามารถพับได้หลายแบบ การพับแบบต่างๆ ทำให้ภาพลักษณ์ของสื่อเปลี่ยนแปลงไป แผ่นพับเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้าอย่างน้อย 4 หน้า และสามารถพับได้ถึง 80 หน้า แต่ส่วนใหญ่แล้วนิยมพับอย่างมาก 16 หน้า เนื่องจากจำนวนหน้าเกิดการแบ่งกระดาษด้วยการพับ จึงมักไม่นิยมแบ่งเลขหน้า ในการออกแบบกราฟิกจึงต้องพิจารณาถึงขนาดของข้อมูลอย่างชัดเจน ต้องแสดงลักษณะเฉพาะของแต่ละหน้า และความสัมพันธ์ระหว่างหน้าอื่นๆ ที่จะพับมา ค่อกันด้วย ถ้าผู้ออกแบบแบ่งสารข้อไม่ดี หรือจัดวางหน้า ไม่เหมาะสมจะทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนในการอ่าน เพราะลักษณะเฉพาะของแผ่นพับอาจทำให้ผู้อ่านเปิดพลิกไปมาได้ การออกแบบที่ดีมักจะทำให้ข้อมูลแต่ละหน้าจบในตัวของมันเอง และสามารถ เริ่มอ่านตรงส่วนใดก่อนก็ได้ นอกจากการจัดระเบียบของข้อความแล้ว การจัดวางภาพประกอบ ที่สอดคล้องกัน ไปก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

งานกราฟิกบนแผ่นพับมีข้อคำนึงบางประการที่ผู้ออกแบบจะมองผ่านไปเสียมิได้ ก็คือ การกำหนดรูปแบบบนหน้ากระดาษแต่ละหน้า ไม่ควรให้รกแน่นจนเกินไป ถ้ามีลักษณะการพับหลายหน้าจะทำให้หน้าเบื้อหน้าย จะนั้น การจัดหน้าแต่ละหน้าให้มีรูปแบบแตกต่างกันไปและต้องสอดคล้อง

ขนาดและราคา

ภาพที่ 10

ป้ายโฆษณาด้านซ้ายรถประจำ ขสมก.



ป้ายด้านซ้ายรถ

50 X 360 ซม.

ค่าโฆษณา

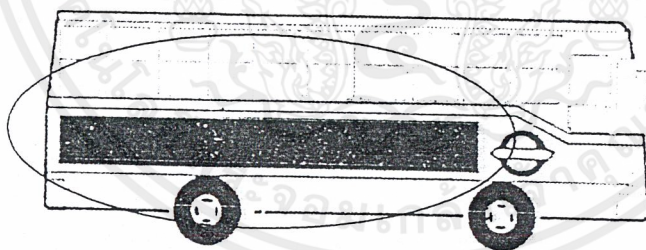
รถธรรมดา ราคาป้ายละ 3,300 บาท / เดือน

ค่าผลิตป้าย

ราคาป้ายละ 1,000 บาท / เดือน

ภาพที่ 11

ป้ายโฆษณาด้านขวารถประจำทาง ขสมก.



ป้ายด้านขวา

50 X 720 ซม.

ค่าโฆษณา

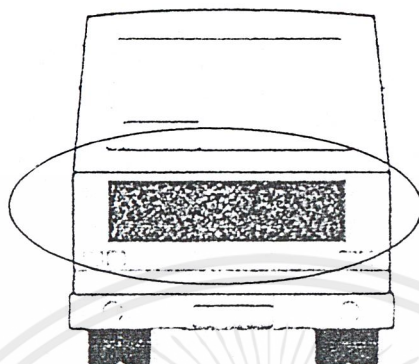
รถธรรมดา ราคาป้ายละ 4,700 บาท / เดือน

ค่าผลิตป้าย

ราคาป้ายละ 1,400 บาท / เดือน

## ภาพที่ 12

ป้ายโฆษณาด้านหลังรถ ขสมก.

ขนาดและราคา

ป้ายด้านหลังรถ

45 X 180 ซม.

ค่าโฆษณา

รถธรรมดา ราคาป้ายละ 2,700 บาท / เดือน

ค่าผลิตป้าย

ราคาป้ายละ 600 บาท / เดือน

การชำระเงิน

ค่าโฆษณา ชำระเงินล่วงหน้าก่อนลงโฆษณา 1 เดือน

ค่าผลิตป้าย ชำระเงินก่อนผลิตป้าย

หมายเหตุ

1. ค่าแยกสีตารางนิ้วละ 7 บาท
2. ค่าลายเส้นตารางนิ้วละ 2 บาท
3. ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

อาร์ตเวิร์ค

1. กำหนดส่งอาร์ตเวิร์คล่วงหน้าก่อน 1 เดือน
2. ในกรณีที่ไม่สามารถทำอาร์ตเวิร์คเองได้ ทางบริษัทเป็นผู้จัดทำให้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่ถ้าทำอาร์ตเวิร์คแล้วไม่มีการลงโฆษณาทางบริษัทคิดค่าทำอาร์ตเวิร์คชิ้นละ 1500 บาท

จำนวนลงโฆษณา จำนวน 50 ป้ายขึ้นไป

ระยะเวลาการลงโฆษณา ตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป

ประเมินผลสื่อโฆษณา บัสไซด์ปี 2538 (บริษัท เอส.แมพ จำกัด:2541)

การสำรวจได้จากผู้ขับรถยนต์ส่วนบุคคลในจำนวน 450 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย 260 ตัวอย่าง เพศหญิง 190 ตัวอย่าง โดยสรุปได้ดังนี้

การเห็น โฆษณาสินค้าบนสื่อโฆษณาบัสไซด์

### ตารางที่ 2

เปอร์เซ็นต์การเห็น โฆษณาสื่อ

โฆษณาบัสไซด์	รวม %	ชาย %	หญิง %
เห็น	95.8	95.0	96.8
ไม่เห็น	4.2	5.0	3.2

### ตารางที่ 3

ลักษณะของการเห็นสื่อ

ลักษณะการเห็น	รวม %	ชาย %	หญิง %
อ่านข้อความและดูรูป ภาพโฆษณา	57.3	53.3	62.1
ดูเฉพาะรูปภาพ	37.1	42.9	30.1
อ่านเฉพาะข้อความ	5.6	3.8	7.8

### ตารางที่ 4

การจดจำ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของป้ายโฆษณาบัสไซด์

โฆษณาบัสไซด์	รวม %	ชาย %	หญิง %
จำได้	68.8	66.3	72.6
จำไม่ได้	31.2	33.7	27.4

ตารางที่ 5  
การจัดลำดับสินค้าที่ลงโฆษณา

ปี 2536	เทียบ เปอร์เซ็นต์	ปี 2537	เทียบ เปอร์เซ็นต์	ปี 2538	เทียบ เปอร์เซ็นต์
1. บ้านและที่ดิน	32%	1. บ้านและที่ดิน	36 %	1. บ้านและที่ดิน	34 %
2. อาหารและ เครื่องดื่ม	12 %	2. อาหารและ เครื่องดื่ม	14 %	2. อาหารและ เครื่องดื่ม	16 %
3. เครื่องใช้ไฟ ฟ้า	10 %	3. เครื่องใช้ไฟ ฟ้า	9 %	3. เครื่องใช้ไฟ ฟ้า	9 %
4. สื่อโฆษณา	10 %	4. สื่อโฆษณา	8 %	4. สื่อโฆษณา	8 %
5. รถยนต์, อุปกรณ์	7 %	5. รถยนต์, อุปกรณ์	7 %	5. รถยนต์, อุปกรณ์	8 %

รถโดยสาร ขสมก. สายที่จะว่าจ้างติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์บรรเทาปัญหาการว่างงาน คือ

สาย 3 บ้านพักรถไฟกม.11-คลองสาน

สาย 12 ห้วยขวาง-กระทรวงพาณิชย์

สาย 20 ป้อมพระจุลฯ-ท่าน้ำท่าดินแดง

สาย 34 รังสิต-หัวลำโพง

สาย 42 ท่าพระ-เสาชิงช้า

สาย 44 แสปปี้แลนด์-ท่าเตียน

สาย 63 นนทบุรี-อนุสาวรีย์ชัยฯ

สาย 73 อสมท.-สะพานพุทธ

สาย 82 พระประแดง-บางลำพู

สาย 95 บางเขน-ม.รามคำแหง

สาย 105 แสมดำ- คลองสาน (พระราม2)

สาย 204 ห้วยขวาง-ท่าน้ำราชวงศ์

สาย 4 ท่าเรือ-ท่าน้ำภาษีเจริญ

สาย 13 ห้วยขวางคลองเตย

สาย 30 นนทบุรี-ท่าพระ(สายใต้เก่า)

สาย 40 ขนส่งเอกมัย(ใหม่)-ขนส่งสายใต้

สาย 43 ตลาดปิ่นทอง-เทเวศร์

สาย 59 รังสิต-สนามหลวง

สาย 68 ตลาดโพธิ์ทอง - บางลำพู

สาย 74 ห้วยขวาง-คลองเตย

สาย 91 หมู่บ้านเศรษฐกิจ-สนามหลวง

สาย 101 บางประแก้ว-ตลาดโพธิ์ทอง

สาย 137 วงกลมรามคำแหง-รัชดาภิเษก

### 2.3.1.4 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง Bill Bord

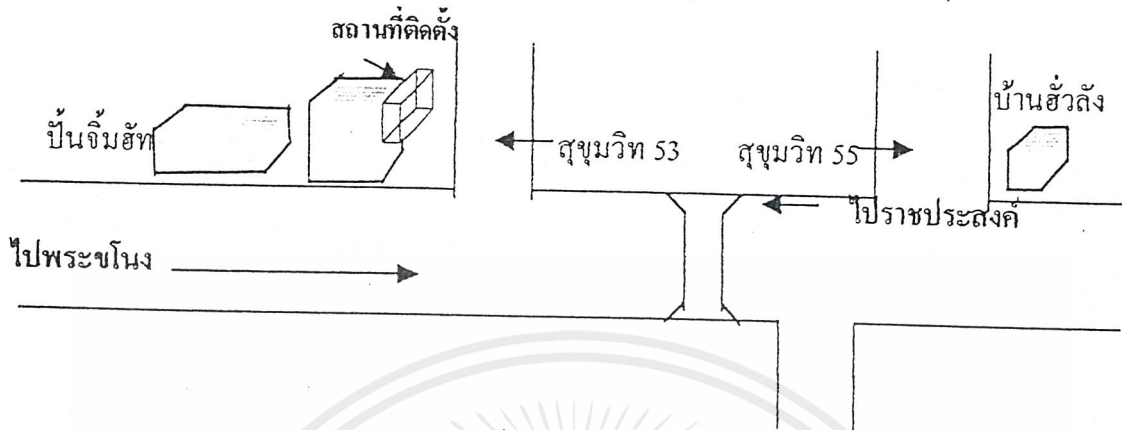
ตัวอักษรสำหรับป้าย ตัวหนาที่สุดเพราะเป็นสื่อที่ต้องใช้เวลาในการมองเห็นรวดเร็ว อ่านง่ายและสะดวกเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง สำหรับป้ายโฆษณาภาษาอังกฤษไม่นิยมใช้คำมากกว่า 7 คำ หลีกเลี่ยงตัวแบบเขียนหรือตัวแบบใช้เนื้อความในหนังสือ ใช้ตัวหนังสือสูงประมาณ 3” สำหรับระยะในการมองเห็น 100 ฟุต ถ้าไม่จำเป็นพยายามอย่าใช้ตัวใหญ่ทั้งหมด(ภาษาอังกฤษ)ถ้าเป็นไปได้ใช้คำเดียว

รายละเอียดป้ายโฆษณา Bill Bord (บริษัท แกรนด์มีเดีย จำกัด : 2541)

1. กรณีต้องการไฟส่องป้าย ถ้าโครงเหล็กกว้าง 30 เมตรขึ้นไปใช้ไฟส่องตั้งแต่ 10 ดวงขึ้นไป แต่ถ้าความกว้างของโครงเหล็กต่ำกว่า 30 เมตร ใช้ไฟส่องได้ 6 ดวง
2. เวลาเปิดและปิดไฟส่องป้ายจะใช้เวลาเปิดปิดให้ลูกค้าเลือกเวลาได้
3. ระยะเวลาการผลิตป้าย ใช้เวลาประมาณ 2 อาทิตย์ หลังจากได้รับ A/W จากลูกค้า
4. การเขียนป้าย ใช้เขียนด้วยมือเป็นภาพเหมือน
5. การประกันความคงทนของแผ่นป้าย ถ้าเป็นแผ่นป้ายสังกะสี จะประกันให้ในระยะเวลา 1 ปี ถ้าเป็นแผ่นไม้อัดจะไม่ประกัน เพราะไม้อัดมีความคงทนน้อยกว่าเมื่อถูกน้ำฝน
6. ระยะเวลาในการลงโฆษณาสัญญาเช่าต้องไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือ 12 เดือน ขึ้นอยู่กับจุดที่ตั้ง แต่ละจุดที่กำหนดไว้
7. ราคาเช่า จะรวมค่าภาษีป้าย และค่าประกันภัย
8. ในส่วนของแบบที่ลงโฆษณา จะต้องเป็นแบบที่มีภาษาไทยอยู่เหนือภาษาอังกฤษ เช่นเดียวกับแบบโฆษณาของบัสไชค์

ภาพที่ 13

สถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาบนอาคารริมถนนสุขุมวิท 53 (ใกล้ปิ่นจิมฮัท)



ขนาดป้าย	ยาว 9 X 12 เมตร (ขึ้นบนอาคาร)
ราคาค่าเช่า	เดือนละ 75,000 บาท / คำน รวมค่าภาษีป้าย และค่าประกันภัย
กระแสไฟฟ้าส่องป้าย	กรณีต้องการใช้ไฟส่องป้าย ดวงละ 1,000 บาท จำนวน 6 ดวง ราคา 6,000 บาท/ เดือน(ไฟดวงละ 1000 วัตต์)
ค่าเขียนป้ายโฆษณา	ตารางเมตรละ 350-400 บาท เป็น ไม้อัด หรือสังกะสี แล้วแต่แบบถ้ามีติดเอาที่ลอกมาจากตัวป้ายราคาแล้วแต่แบบตกลง
เงื่อนไขสัญญา	อายุสัญญาเช่าต้องไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยชำระล่วงหน้า 3 เดือน

ภาพที่ 14

สถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาถนนรังสิต-นครนายก(รังสิต คลอง 2 )

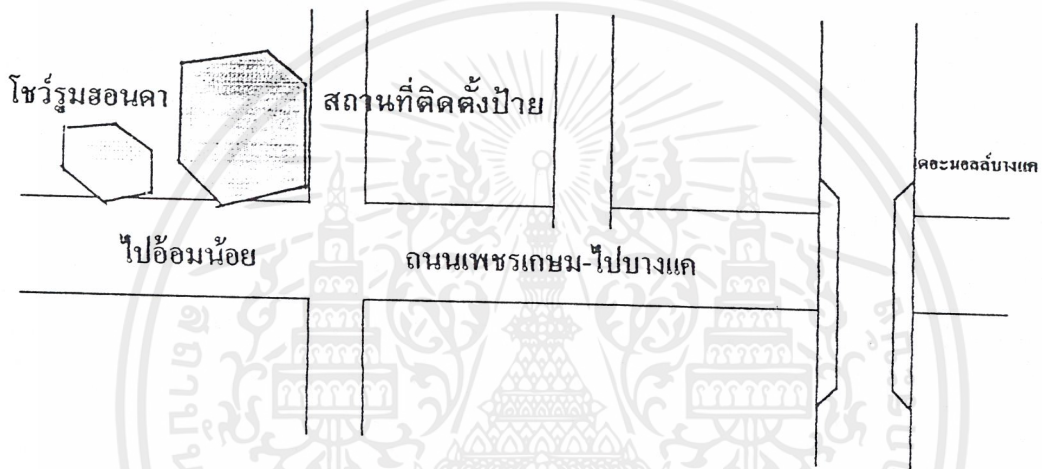


ขนาดป้าย	ยาว 25 เมตร X สูง 10 เมตร (รับ 2 คำน)
ราคาค่าเช่า	เดือนละ 75,000 บาท / คำน รวมค่าภาษีป้าย และค่าประกันภัย

ค่าเขียนป้ายโฆษณา	ตารางเมตรละ 350 เป็นไม้อัดหรือสังกะสี ตารางเมตรละ 400 บาทราคาแล้วแต่แบบตกลง
ค่ากระแสไฟส่องป้าย	ถ้าต้องการใช้ไฟส่องป้าย ควลงละ 1,000 บาท/เดือน (ไฟควลงละ 1000 วัตต์)
เงื่อนไขสัญญา	สัญญาเช่าต้องไม่ต่ำกว่า 1 ปี (โดยชำระล่วงหน้า 6 เดือน ในวันทำสัญญา)

### ภาพที่ 15

สถานติดตั้งป้ายโฆษณาริมถนนเพชรเกษม(ใกล้โชว์รูมฮอนด้า)



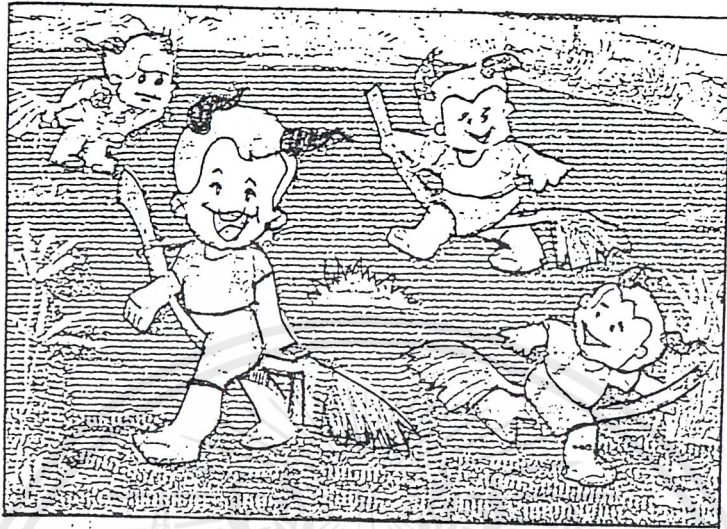
ขนาดป้าย	ยาว 20 เมตร X สูง 10 เมตร (รับ 2 ด้าน)
ราคาค่าเช่า	เดือนละ 85.000 บาท / ด้าน รวมค่าภาษีป้าย และค่าประกันภัย
ค่าเขียนป้ายโฆษณา	ตารางเมตรละ 350 เป็นไม้อัด หรือสังกะสี ตารางเมตรละ 400 บาทราคาแล้วแต่แบบตกลง
ค่ากระแสไฟส่องป้าย	ถ้าต้องการใช้ไฟส่องป้าย ควลงละ 1,000 บาท/เดือน (ไฟควลงละ 1000 วัตต์)
เงื่อนไขสัญญา	สัญญาเช่าต้องไม่ต่ำกว่า 1 ปี (โดยชำระล่วงหน้า 6 เดือน ในวันทำสัญญา)

#### 2.3.1.5 ขนาดของภาพ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ภาพที่มีขนาดใหญ่ได้รับความสนใจมากที่สุด การสร้างแรงจูงใจเกี่ยวกับขนาดของภาพ สามารถทำได้หลายวิธีเช่น การกำหนดสัดส่วนในทางกว้างและความยาวของภาพ ควรเลือกใช้ขนาดของภาพ ที่มีลักษณะแปลกตาหรืออาจเป็นภาพเล็กๆ หลายขนาดๆ หลายรูปร่างมารวมกันเป็นรูปใหญ่

## ภาพที่ 16

## รูปแบบภาพลักษณะต่างๆ



ลักษณะของภาพที่นำมาใช้ย่อมมีวิธีการถ่ายทอดหลายรูปแบบแต่ละแบบอาจเหมาะสมกับงานหนึ่งงานใดโดยเฉพาะ การจะกำหนดปัญหาตายตัวลงไปย่อมเป็นการลำบากที่จะกำหนดว่างานลักษณะนี้ เหมาะแก่งานอย่างไร ประสบการณ์ของนักออกแบบจะแยกแยะงาน ตามลักษณะการถ่ายทอด ซึ่งพอจะแบ่งได้เป็น 3 ชนิดด้วยกันคือ

1. ภาพที่ถ่ายทอดตามความเป็นจริง (Realistic) เป็นภาพที่ดูแล้วเหมือนวัตถุจริงในธรรมชาติ มีการเน้นลักษณะ รูปร่าง รูปทรง แสงและเงา การใช้สีให้เหมือนจริงมากที่สุด ได้แก่ภาพถ่ายเหมือนจริง ภาพเขียนเหมือนจริง

2. ภาพที่ถ่ายทอดด้วยลักษณะการตัดทอน (Distortion) เป็นภาพที่พยายามดัดแปลงจากความเหมือนจริงโดยเสริมหรือตัดทอนใหม่ สดรายละเอียดบางส่วนภายในภาพออกไปและขณะเดียวกันก็ยังคงไว้เรื่องเค้าเดิม ให้ผู้ดูทราบว่สิ่งเหล่านั้นเป็นอะไร เช่น ภาพการ์ตูน ภาพถ่าย บิดเบือน

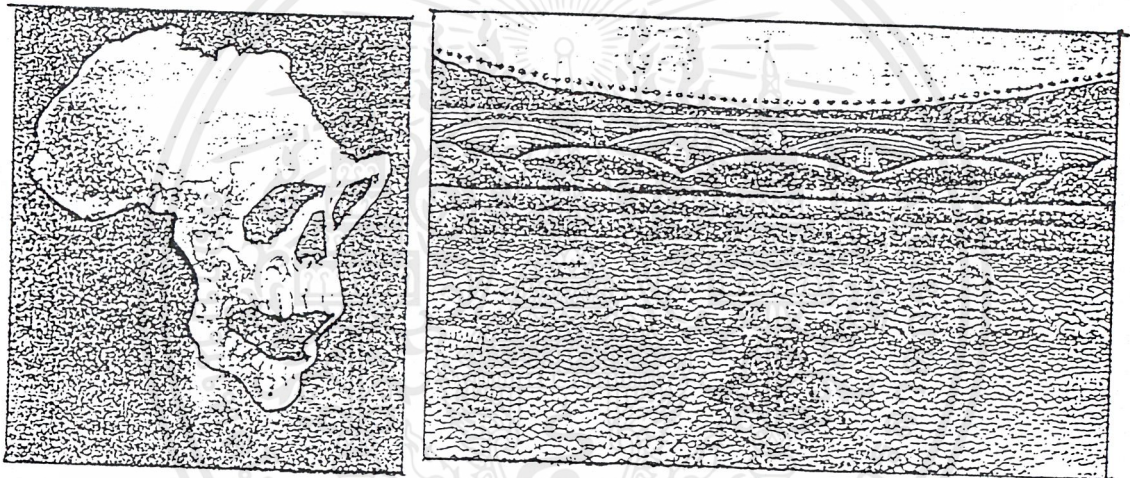
3. ภาพที่ถ่ายทอดตามความรู้สึก (Abstraction) เป็นภาพที่ไม่พรรณนาเรื่องราวตามความเป็นจริง แต่มองลึกลงไปในการรู้สึกภายในวัตถุ หรือเกิดจากอารมณ์ส่วนลึกที่ผู้สร้างได้ถ่ายทอดออกมาเป็นเพียงสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ภาพที่ดีจะสามารถถ่ายทอดความรู้สึกของผู้เขียนภาพได้อย่างตรงไปตรงมา

ลักษณะของภาพที่นำมาใช้จะต้องพร้อมที่จะสร้างหรือบันทึกความรู้สึกของผู้ดูให้เกิดอารมณ์คล้ายตาม คำธรร สติรฤต ได้กล่าวว่า ภาพที่จะสร้างให้ผู้ดูสะท้อนความรู้สึกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. ภาพที่ดูแล้วเกิดความสุขใจ(Positive Feeling)เป็นภาพที่สวยงาม ดูแล้วสบายตาได้แก่ ภาพทิวทัศน์ ภาพน้ำตก ลำธาร ภาพดอกไม้
2. ภาพที่ดูแล้วเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ(Negative Feeling)เป็นภาพที่น่าเกลียดน่ากลัวต่างๆ เช่นภาพ ปีสาง ภาพสัตว์ร้าย ภาพอุบัติเหตุ
3. ภาพที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกอะไร (Neutral Feeling)

### ภาพที่ 17

ลักษณะภาพรูปแบบต่างๆ



ภาพที่ดูแล้วเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ(Negative Feeling)จะเรียกความสนใจในขั้นต้นจากผู้ดูได้ก่อนภาพอื่นๆแต่จะเรียกความสนใจอยู่ได้ไม่นาน ส่วนภาพที่ดูแล้วรู้สึกสบายใจ(Positive Feeling)จะเรียกความสนใจเป็นอันดับรองลงมา แต่จะดึงดูดความสนใจให้ผู้ดูภาพได้นาน และภาพที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกอะไร(Neutral Feeling) จะเรียกความสนใจน้อยที่สุด แต่ถ้าแยกลักษณะของภาพตามลักษณะเนื้อหาภาพอาจจะแบ่งออกได้เป็นภาพที่มีลักษณะง่าย(Simple)คือเป็นภาพง่ายๆไม่แฝงแนวคิดสลับซับซ้อน ความสนใจของผู้ดูภาพจะให้ความสนใจภาพที่มีลักษณะง่ายมากกว่าแต่จะดูไม่นาน ส่วนภาพที่มีลักษณะยุ่งยากคนจะไม่ค่อยดูแล้วก็จะดูภาพในลักษณะนี้เป็นเวลานาน

### 2.3.2 หลักการสร้างความสนใจ (วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ : 2538)

1. การเสนอด้วยรูปแบบของคำถาม เป็นการสร้างความสนใจได้วิธีหนึ่ง คือการกำหนดเป็นรูปของคำถาม โดยปกติคนเรามักจะมีความอยากรู้อยากเห็นกับสิ่งแปลกใหม่ สิ่งที่เป็นข้อสงสัย ความเป็นนักคิดนักแก้ปัญหาของมนุษย์โดยธรรมชาติ จึงให้ความสนใจมากขึ้นต่อสิ่งที่ยังไม่รู้ การสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในรูปแบบของคำถามเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่เร้าใจให้ผู้ดูเฝ้าติดตามหรือคิดต่อ ทั้งนี้ผู้ออกแบบจะต้องวางแผนงานการออกแบบกราฟิก ให้สอดคล้องกัน ไปด้วยทั้งรูปแบบภาพ รูปแบบตัวอักษรรายละเอียดข้อความ และเนื้อหาของภาพทั้งหมด

2. การชี้แจงรายละเอียด การนำเสนออีกแบบหนึ่งคือการบอกรายละเอียดเนื้อหาเป็นการสร้างความสนใจแก่ผู้ดู โดยการให้ข้อมูลเพิ่มเติม ผู้บริโภคมักจะได้รับความรู้จากสื่อ ที่พบเห็น การนำเสนอแบบนี้ก็นิยมใช้กับงานที่เป็นข่าวสารใหม่ เทคโนโลยีใหม่ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าใหม่ เทคโนโลยีใหม่ หรือรุ่นใหม่

3. การขอร้อง เป็นการสร้างความสนใจด้วยวิธีการที่นุ่มนวลในการรณรงค์เพื่อการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นิยมใช้การขอร้องเป็นการโน้มน้าวใจให้ทำตามหรือทัศนคติคล้ายตาม

4. การแนะนำให้คล้ายตามหรือรับทราบ เป็นการชี้แนะแนวทางใหม่ๆ หรือกำหนดทิศทางใหม่ ให้ผู้ดูเกิดทัศนคติคล้ายตามหรือปฏิบัติตามหรือให้รับรู้ในข้อมูลข่าวสารนั้น

5. การชักชวน ตามธรรมชาติของมนุษย์มักจะยอมรับและคล้ายตาม ตามการชักชวนของผู้อื่น โดยเฉพาะถ้าผู้ชักชวนเป็นบุคคลที่เป็นที่ยอมรับแล้ว การชักชวนย่อมเกิดสัมฤทธิ์ผลเป็นอย่างดี การใช้ถ้อยคำภาษาการออกแบบตัวอักษร ต้องคำนึงถึงรูปแบบที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือด้วย

6. การสร้างปริศนา ความสงสัยในปริศนาที่ผู้ออกแบบได้สร้างหรือกำหนดขึ้น ย่อมเป็นการท้าทาย ให้ผู้บริโภคมักเกิดความอยากรู้อยากเห็น และอยากทดลองในปริศนานั้น การสร้างปริศนาที่ดีต้องไม่ซับซ้อนเกินไป ภาพต้องเป็นปริศนาที่น่าสนใจ ไม่เป็นที่ลึกลับนามธรรมจนเกินไป และมีความคมชัดชวนมองด้วย

7. การเสนอลักษณะการทำทนาย การทำทนายเป็นกลยุทธ์ที่ยั่วให้ผู้ดูหรือผู้บริโภคมักมีความอยากรู้อยากเข้าไปมีส่วนร่วมต่อเงื่อนไขตามสาระ หรืออยากเอาชนะต่อสิ่งท้าทาย ตามข้อมูลที่นำไปเสนอ ลักษณะของการท้าทายผู้ออกแบบจะต้องระมัดระวัง การใช้ถ้อยคำและการคัดเลือกภาพอย่างละเอียดถี่ถ้วน

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการสื่อให้ทราบถึงข่าวสารของผู้ส่งกับผู้รับ ซึ่งการที่จะให้ผู้คนทั่วไปสนใจ ต้องทำให้สิ่งพิมพ์นั้นมีความน่าสนใจที่จะอ่านศึกษา จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบสื่อ ที่ดีจะสามารถแพร่กระจายข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และผู้อยู่กับผู้รับได้นานกว่าสื่ออื่นๆ การออกแบบจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต้องคำนึงถึงความสำคัญ ที่จะมีส่วนช่วยการออกแบบสื่อ

### 2.3.2.1 หลักเกณฑ์การออกแบบ (วันชัย และคณะ : 2529)

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการทำให้สามารถใช้สื่อสิ่งพิมพ์ได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานมากยิ่งขึ้น กล่าวโดยทั่วไปแล้วการออกแบบ เป็นการกำหนดองค์ประกอบต่างๆลงบนที่ว่าง และจัดให้ทุกสิ่งมีความผสมกลมกลืนกัน และสอดคล้องกับเนื้อหาและเป้าหมายของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นๆอย่างมีระเบียบ การจัดองค์ประกอบของภาพอย่างไม่เป็นระเบียบจะทำให้ผู้ชมจับความไม่ได้ชัดเจนว่าภาพนั้นหรือสิ่งพิมพ์นั้นมุ่งหมายให้เข้าใจอย่างไรในการออกแบบนั้น ผู้ออกแบบจะต้องกำหนดระยะที่เหมาะสมพอดี และมองเห็นภาพความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบ ในภาพ เพื่อให้องค์ประกอบทั้งหมดแสดงความหมายโดยส่วนรวมอย่างเดียวกัน หรือส่งเสริมซึ่งกันและกันได้

### 2.3.2.2 หลักเกณฑ์ทั่วไปของการออกแบบมีดังต่อไปนี้

1. ส่วนตัด (Proportion) งานชิ้นแรกของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ก็คือ การกำหนดส่วนตัดของรูปแบบของงานที่จะออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการใส่องค์ประกอบลงไปให้เหมาะสม การกำหนดกรอบ ขอบเขต หรือขนาดไว้ก็เป็นการกำหนดส่วนตัดอย่างหนึ่งโดยทั่วไป แล้วคำว่า ส่วน อาจมีความหมายได้ 2 ประการ คือ

1. เป็นเรื่องความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาด ระยะหรือพื้นที่ระหว่างของสองสิ่ง เช่น กว้าง-ยาว ใหญ่-เล็ก

2. เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบย่อย และภาพรวมขององค์ประกอบทั้งหมด

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึงการจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆในภาพให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกว่าองค์ประกอบของภาพนั้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง น้ำหนักของภาพนั้นขึ้นอยู่กับขนาด รูปร่าง ความเข้มแลสี ดังจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบขนาดใหญ่ จะดูหนักกว่าองค์ประกอบที่เล็กกว่า รูปวงกลมคูนี้น้ำหนักมากกว่ารูปเหลี่ยม สิ่งที่มีสีเข้มจะให้น้ำหนักมากกว่า สีอ่อนเช่น องค์ประกอบสีค้ำขนาดเล็กจะคูนี้น้ำหนักกว่าองค์ประกอบขนาดใหญ่แต่สีอ่อนกว่า เป็นต้น

ดังนั้น การจัดวางตำแหน่งองค์ประกอบให้ดูไม่หนักไปข้างใดข้างหนึ่ง จึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง แต่ก็เป็นการยากที่จะกำหนดตายตัวลงไปว่าจะต้องกำหนดตำแหน่งไว้ที่ใดอย่างไร เพราะไม่มีสูตรที่คำนวณในกรณีนี้ แต่ประสบการณ์และการหัดใช้สายคาพิจรณาจะช่วย

ความสมดุลขององค์ประกอบของภาพแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. ความสมดุลชนิดซ้าย-ขวาเหมือนกัน (Symmetrical Balance) ได้แก่ การจัดวางองค์ประกอบของภาพไว้ในตำแหน่งที่ซีกซ้ายและซีกขวามีภาพที่มีลักษณะเหมือนกัน

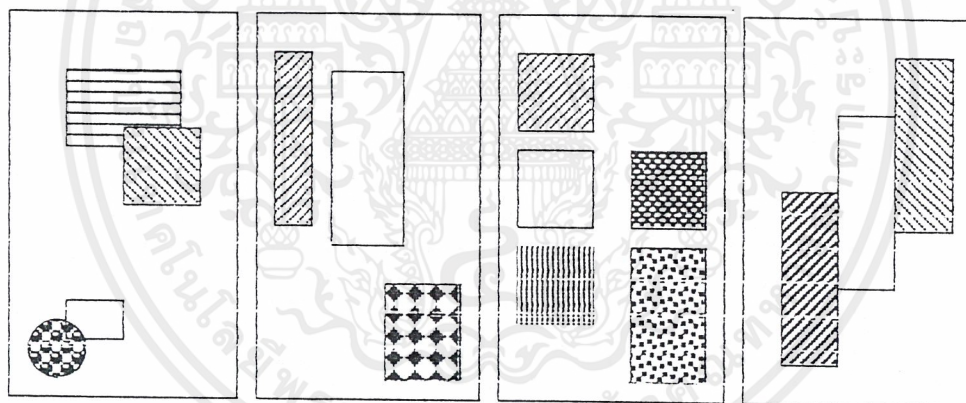
2. ความสมดุลชนิดซ้าย-ขวาไม่เหมือนกัน(Asymmetrical Balance) เป็นการจัดวาง องค์ประกอบของภาพที่ใช้วิธีจัดให้องค์ประกอบที่มีน้ำหนักต่าง ๆ กันไว้ในตำแหน่งซ้ายขวาที่เมื่อมองรวมกันแล้วจะให้ค่าน้ำหนักของภาพเท่ากันรอบจุดกึ่งกลางของสายคา(Optical Center)

โดยทั่วไปแล้วการจัดแบบที่ 2 จะให้ความรู้สึกมากกว่า เพราะเป็นการเปรียบเทียบและใช้รูปทรงขององค์ประกอบต่าง ๆ มาจัดแบ่งน้ำหนักของภาพให้อยู่ในสมดุลกัน

แต่อย่างไรก็ตาม การจัดทั้ง 2 แบบก็มีที่ใช้ต่าง ๆ กันเช่น ถ้าเป็นการจัดภาพเพื่อให้เห็นถึงความภูมิฐาน มีศักดิ์ศรี นำเชื่อก่อน เช่น แผ่นโฆษณาของทางธนาคาร บริษัทประกันภัย และสถาบันต่าง ๆ การจัดแบบที่ 1 จะให้ความรู้สึกดังกล่าวนั้นมากกว่า แต่ทั้งนี้ต้องดูลักษณะของภาพประกอบ ลักษณะของตัวหนังสือของข้อความหลัก และข้อความอื่นมาประกอบการจัดวางตำแหน่งด้วย

ภาพที่ 18

ตัวอย่างการจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ ที่แสดงความสมดุลของภาพ



3. ความแตกต่าง(Contrast) การสื่อข้อความใดๆก็ตามมักจะมีการเน้นให้ความสำคัญของข้อความสำคัญของ ข้อความใดข้อความหนึ่งมากกว่าข้อความอื่น เพื่อแสดงจุดสำคัญของเรื่องซึ่งความคิดที่จะให้มีการเน้นข้อความใดนั้นจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดทำได้ ถูกต้องตามลักษณะของสื่อที่จะใช้ต่อไป และในทำนองเดียวในสื่อพิมพ์ก็ต้องมีการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อเร้าความรู้สึก ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้ขนาด รูปร่าง สี และทิศทางที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบเพื่อทำให้เกิดความเด่นชัดขึ้น

1. การเน้นความแตกต่างโดยขนาด โดยการใช้ขนาดของภาพหรือข้อความที่จะต้องการเน้นให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าปกติ ซึ่งมักพบในงานโปสเตอร์โฆษณา ปกหนังสือ และงานโฆษณาต่างๆ

เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว จะมองและให้ความสนใจในสิ่งของที่มีขนาดใหญ่ก่อนถึงของขนาดเล็ก ถ้าของสองสิ่งอยู่ใกล้กัน

2. การเน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง ในบางกรณีการใช้ขนาดที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียวก็เพียงพอ อาจต้องใช้วิธีสร้างองค์ประกอบภาพให้มีรูปร่างที่ต่าง ๆ กันออกไปด้วย ซึ่งอาจทำได้โดยการตัด (Crop) ภาพบางส่วน การใช้ภาพถ่ายพาโนรามา หรือ การใส่สกรีนขนาดต่างๆ เข้าช่วยในการทำตัวอักษรหรือภาพได้

3. การเน้นความแตกต่างโดยการใช้ความแก่-อ่อนของสีของภาพ ภาพที่ใช้พิมพ์บางภาพจะมีความสวยงามน่าสนใจมากขึ้นหากขึ้นหากำหนด ให้แต่ละส่วนมีความเข้มขึ้นแก่-อ่อน ไม่เท่ากัน ช่วยให้เห็นความลึกความชัดของภาพได้ขึ้น

4. การเน้นความแตกต่างด้วยทิศทาง ความมุ่งหมายของการใช้ทิศทางในการสร้างความสนใจ หมายถึงการใช้ทิศทางในการชี้แนะในการชี้แนะผู้อ่านให้ติดตามข้อความที่ต้องการสื่อความหมายไปตามลำดับ คึงภาพประกอบ

ในชีวิตประจำวันทั่วไปเราจะเห็นความแตกต่าง ของเส้นในแนวตั้งและแนวนอนเสมอ เช่น เส้นระดับพื้นดินและสีกสูง พื้นดินและต้นไม้ สำหรับในสื่อสิ่งพิมพ์ หน้าพิมพ์หรือกรอบสี่เหลี่ยม จะทำหน้าที่เป็น กรอบที่กำหนดทิศทางให้องค์ประกอบภาพว่าจะอยู่ในแนวตั้งหรือแนวนอน

4. ลีลา (Rhythm) คำว่าลีลาในการออกแบบสามารถกำหนดได้ 2 วิธีคือ

1. โดยการกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบเดียวกันเรียงซ้ำกัน จากภาพจะเห็นได้ว่าจะมีการวางรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า(จะเป็นข้อความหรือภาพก็ตาม) ให้ซ้ำหรือต่อเนื่องกันเป็นลำดับความแตกต่างกันในรูปแบบที่วางมีไม่มากนัก เพื่อให้ผู้อ่านไม่ล้าสับสนเพราะมีรูปแบบคล้ายคลึงกันและทำให้การดูเป็นไปอย่างต่อเนื่องยิ่งขึ้น

2. โดยการใช้เส้นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงลีลาภาพ ว่ามีทิศทางหรือลีลาในการเคลื่อนไหวขององค์ประกอบไปทางทิศทางใด แต่ทั้งนี้การใช้เส้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการเคลื่อนที่ ของความสนใจให้ชัดเจน จากองค์ประกอบหนึ่ง ไปยังองค์ประกอบหนึ่ง เพื่อเน้นความสำคัญของข้อความ

5. ความมีเอกภาพ (Unity) องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบอาจมีความแตกต่างกันออกไป แต่เมื่อนำประกอบกันเข้าเป็นภาพรวมแล้วจะต้องมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และต่อจุดประสงค์ร่วมของการออกแบบทั้งหมด เพื่อมุ่งให้เกิดผลอย่างเดียวกันหรือมีเอกภาพขึ้นในการออกแบบ ถ้าโฆษณาใดไม่มีเอกภาพของตนเองแล้วย่อมไม่สามารถแสดงให้เห็นจุดหมายของการออกแบบ ให้เห็นได้อย่างเด่นชัดว่ามุ่งให้เห็นเกิดผลอย่างไร

ความมีระเบียบในการวางรูปแบบ พัฒนาขึ้นจากความไม่มีระเบียบ โดยการจัดกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน อาจใช้เทคนิคต่างๆ มาช่วยได้เช่น การใส่สกรีนเป็นแบคกราวด์วางภาพให้เหลื่อมกัน ใช้เส้นตัด ใช้กรอบภาพเพื่อการแบ่งกลุ่ม

6. ความผสมกลมกลืน (Harmony) การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นั้นผู้ออกแบบจะต้องจัดให้องค์ประกอบของภาพให้มีความผสมกลมกลืนกันและให้ผลตามความต้องการหลัก 2 ประการคือ

1. รูปแบบที่ออกมาจะต้องสะดุดตาผู้ชม
2. ในขณะที่เดียวกัน ภาพรวมทั้งหมดยังจะต้องสื่อความหมาย หรือให้ผลในการมองเป็นสีเดียวกัน

ความผสมกลมกลืนกันของการออกแบบทำให้ภาพมีลักษณะสวยงามและสบายตา ในขณะที่เดียวกันการใช้ความแตกต่าง ช่วยเป็นการเร่งเร้าความสนใจ ด้วยการเน้นให้เห็นความแตกต่างขององค์ประกอบ แต่อย่างไรก็ตามการออกแบบที่ดีนั้น จะต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานของแบบนั้นๆ เป็นสำคัญ และในบางครั้งอาจทำให้การเน้นความแตกต่างเห็นเด่นออกมาจาก ความผสมกลมกลืนได้เช่นกัน

7. การจัดวางรูปร่าง (Lay-out Shape)การจัดวางองค์ประกอบของภาพหากจัดให้เป็นสี่เหลี่ยมหรือเป็นรูปทรงใดรูปทรงหนึ่งที่ชัดเจนจนเกินไป จะทำให้เป็นที่น่าสนใจน้อยกว่าการจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ไม่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบที่ไม่มีขอบเขตที่เป็นไปตามข้อกำหนดของแผ่นภาพนั้น

### 2.3.3 จิตวิทยาการใช้สี (วรพงษ์ วรชาติอุคคพงษ์ : 2538)

ความพึงพอใจ ความชอบไม่ชอบเกี่ยวกับสีแต่ละสีของคนแต่ละคน แต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนที่ชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจและเข้าถึงคุณค่าของภาพเหล่านั้น สามารถตอบสนองแรงกระตุ้นได้ตามวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมายสำคัญของงานออกแบบที่เดียว มีทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องสี ที่จะช่วยให้ความกระฉับในเรื่องของความหมาย และอิทธิพลของสี ที่มีต่อการรับรู้ต่อทัศนภาพ ที่ปรากฏเพื่อให้สามารถสื่อความหมายกันได้เป็นอย่างดี เป็นที่ยอมรับและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมีอยู่ 4 ทฤษฎีคือ

1. หลักวิชาฟิสิกส์ อธิบายความหมายของสีจากการมองเห็น โดยมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องแสง ตามทฤษฎีสีนี้ สีหมายถึงส่วนประกอบของสเปกตรัม (SpectraComposition)แม้สีแสงนี้ประกอบไปด้วยสี 3 สี ได้แก่ Red Green Blue ถ้านำเอาแสงของสีทั้ง 3 มาผสมกันจะได้สีใหม่อีก 3 สีคั้งนี้

RED + BLUE = MAGENTA

BLUE + GREEN = CYAN

GREEN + RED = YELLOW

RED + GREEN + BLUE = WHITE

2. หลักวิชาเคมี อธิบายความหมายของสีตามคุณสมบัติทางเคมีที่ปรากฏ คือ เป็นส่วนผสมที่ย้อนขึ้น(DYE) หรือเป็นเนื้อแท้ของสี(Pigment) ซึ่งกำหนดแม่สีไว้เป็น 3 แม่สี คือ สี แดง สีเหลือง สีน้ำเงิน ถ้านำเอาเนื้อสีมาผสมกันก็จะได้สีใหม่ อีก 3 สีดังนี้

สีแดง + สีเหลือง = สีส้ม

สีเหลือง + สีน้ำเงิน = สีเขียว

สีน้ำเงิน + สีแดง = สีม่วง

3. หลักจิตวิทยา เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอันเป็นแรงกระตุ้นหรือสิ่งเร้า ตามทฤษฎีนี้จะอธิบายคุณสมบัติของสีตามสิ่งเร้าประเภทต่างๆ ที่มองเห็น แม่สีตามทฤษฎีนี้ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีแดง และถ้านำมาผสมกันก็จะได้สีใหม่อีก 4 สีดังนี้

สีเหลือง + สีเขียว = สีเขียวเหลือง

สีเขียว + สีน้ำเงิน = สีเขียวน้ำเงิน

สีน้ำเงิน + สีแดง = สีม่วง

สีแดง + สีเหลือง = สีส้ม

4. ทฤษฎีของมันเชลล์ (สีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน) ซึ่งอธิบายความหมายและคุณสมบัติ ของสีคามที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มันเชลล์(Munsell)ศิลปินชาวอเมริกัน ได้กำหนดแม่สีขึ้นเป็น 5 สีดังนี้

สีแดง + สีเหลือง = สีส้มหรือสีเหลืองแก่

สีเหลือง + สีเขียว = สีเหลืองเขียว

สีเขียว + สีน้ำเงิน = สีเขียวน้ำเงิน

สีน้ำเงิน + สีม่วง = สีม่วงน้ำเงิน

สีม่วง + สีแดง = สีม่วงแดง

การใช้สีแม้ว่าจะมีทฤษฎีเกี่ยวกับสีอย่างมากแยกต่างกันไปตามลักษณะการนำไปใช้ แต่ลักษณะเฉพาะหรือคุณค่าเฉพาะของสีแต่ละสีย่อมจะเป็นตัวแทนของอารมณ์ต่างๆ ในวัตถุที่มีสี ปรากฏขึ้นในหัว เมื่อสายตาได้สัมผัสวัตถุ ได้เห็นความแตกต่างหลากหลายของสีในวัตถุย่อมเกิดความรู้สึกต่างๆ ได้แก่ ตื่นเต้น หนาวเย็น หรืออบอุ่น อ่อนหวาน นุ่มนวลหรือแข็งและนอกจากความรู้สึกต่างๆ ไปแล้ว ยังเป็นที่ยอมรับกันว่าสีเป็นสัญลักษณ์ของความคิดทางนามธรรม บางประการอีก

ด้วย การเรียนรู้ถึงอิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสีจึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างแท้จริง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สีแดง เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ความรู้สึกทางอารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมาสำหรับเด็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถบังคับสิ่งอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี (Shades) มีค่าสีแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่นำมาผสม สีดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึก ขาดขาดหรือให้ความรู้สึกในทางลบและเก็บกดก็เป็นไป

เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังงานลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลนี้ จะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง เข้มแข็ง ความเป็นจริงและความอบอุ่น

สีเหลือง เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลืองจะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองมาปรากฏอยู่ด้วย เช่นเมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงและจับต้องได้มากขึ้น

สีเขียว เป็นสีทางชีววิทยา ซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพุ่งพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆที่ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มข้นไปทางสีน้ำเงินจะกลายเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย (Turquoise) เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า(Fire)

สีน้ำเงิน เป็นสีที่เก็บกด ข่างฝืน ข่างปล่าวเปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้นโดยการผสม สีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุขอนามัย

สีม่วง แสดงความรู้สึกใคร่ครวญการทำสมาธิความลึกซึ้งเวทย์มนต์คาถาและความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวเป็นสีม่วงไลแลค(Lilac) ก็ยังทำให้คนที่มองเห็น ไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามจึงใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่า สีม่วงแดง แต่ก็ยังคงความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

สีทอง มีตำแหน่งใกล้สีส้มและนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้ เป็นสีเย็นและมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกจะยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอื่นมาช่วยร่วมด้วยหากว่าต้องการผลทางความรู้สึกในทางบวก

สีเทา ซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่ต่างกันมากมายหลายระดับนั้น ออกจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาว-ดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไปอยู่แล้ว

สีดำ ซึ่งเรียกว่า “อรงค์” คือถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีคำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราใช้สีอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรือตัวอักษรวางลงไปก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสดุดตาขึ้น

สีขาว ก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อนและสีเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลืองจะทำให้สีเหลืองจ้าขึ้น เราสามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ

### 2.3.3.1 หลักพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดูสวยงาม และตื่นตาหรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆสนใจสีสดเข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อนและจะสังเกตได้มาเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ จึงต้องเน้นวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เด็กเล็กๆควรใช้สีประเภท Primary หรือ Secondary ส่วนผู้ใหญ่อาจใช้สีแท้ (Hue) ผสมกลุ่มสีขาว หรือสีนวลหรือสีคำที่เรียกว่า Tint and Shade การใช้สีขาวหรือสีคำมาผสมกับสีแท้ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเค็มลง ตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้น ก่อนวางโครงสร้างสีในการทำงานจึงควรได้รับการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้ทางจิตวิทยาคือดังนี้

1. ใช้สีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาด้านๆเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการทำเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นชัดเสริมให้เนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบจะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็จำเป็นต้องนึกถึงหลักความจริงและความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

3. การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่างๆอาจไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไปผู้ออกแบบควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้นมีหมายความว่า จะต้องเพิ่มงบประมาณตามอีกจำนวนหนึ่งเสมอไป

### 2.3.3.2 ส่วนประกอบของภาษาโฆษณา

ภาษาโฆษณาเป็นงานผสมผสานระหว่างส่วนประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นถ้อยคำ ภาษาซึ่งในที่นี้เรียกว่า วจนภาษา และส่วนที่ไม่ใช่ถ้อยคำภาษาแต่สามารถสื่อความหมายได้ ในที่นี้ เราเรียกว่า อวจนภาษา

ก. วจนภาษา (Verbal language) หมายถึงภาษาถ้อยคำ ที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการใช้อักษรและ ถ้อยคำสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หมายถึงถ้อยคำที่ผู้สร้างสรรค์ข้อความโฆษณาคิดค้นขึ้นเพื่อส่งสารกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย อันได้แก่

1. ชื่อสินค้า (Brand name) ได้แก่ ชื่อหรือถ้อยคำ ที่เจ้าของสินค้ากำหนดขึ้นเพื่อเรียกสินค้านั้น มักมีลักษณะอ่านง่าย จำได้ง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเหมาะสมกับบุคลิกและจินตภาพของสินค้า

2. พาดหัว (Headline) ได้แก่ ข้อความที่ใช้ในงานโฆษณาชิ้นหนึ่งๆ มักมีลักษณะดึงดูดผู้สนใจโฆษณา โดยการใช้ถ้อยคำที่เด่นสะดุดตา สะดุดใจ การจัดวางที่แปลกชวนมอง ตื่น และกระตุ้นความสนใจทันที

3. คำขวัญ (Slogan) ได้แก่ข้อความสั้นๆที่บอกถึงลักษณะของสินค้า จดจำได้ง่าย มีความคล้องจอง มีจังหวะและน้ำหนักทำหน้าที่เชื่อมหลายๆชิ้นของสินค้าเดียวกันให้เกิดเอกภาพ

4. คำบรรยายใต้ภาพ (Caption) เป็นคำบรรยายที่เพิ่มพูนความเข้าใจให้แก่ภาพ และไม่ซ้ำกับความหมายที่ภาพบ่งบอกอยู่แล้ว

5. ข้อความโฆษณา (Copy) ได้แก่ ข้อความที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับสินค้า เพื่อจูงใจผู้บริโภค

สรุปแล้ว วจนภาษาการโฆษณาก็คือ ข้อความและถ้อยคำทุกส่วนที่ประกอบขึ้นเป็นชิ้นงานโฆษณาหนึ่งๆซึ่งสื่อความหมายได้ เป็นส่วนสำคัญที่ผู้คิดคำโฆษณาจะต้องสร้างสรรค์คำ เพื่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข. อวจนภาษา (Nonverbal language) หมายถึงส่วนอื่นๆที่ประกอบขึ้นเป็นชิ้นงานโฆษณาหนึ่งๆนอกจากถ้อยคำข้อความ และสามารถสื่อความหมายได้ ช่วยให้โฆษณาชิ้นนั้นมีความน่าสนใจ และมีความหมายลึกซึ้งกว่าการใช้ถ้อยคำเพียงอย่างเดียวสื่อสิ่งพิมพ์ ใช้อวจนภาษาประเภทภาพประกอบ วิธีการจัดภาพและความว่างในภาพ เครื่องหมายการค้า หรือตรารับรอง ตำแหน่งหรือขนาด สี ลักษณะของตัวอักษร เครื่องหมายวรรคตอน ในที่นี้จะขออธิบายเฉพาะอวจนภาษาบางประเภทเท่านั้น

1. ภาพโฆษณา อาจเป็นภาพสินค้าหรือภาพบุคคลกำลังใช้สินค้า หรือภาพวิวทิวทัศน์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่โฆษณา เป็นส่วนช่วยให้งานโฆษณานั้นๆ ดูสมจริงยิ่งขึ้น เพราะภาพเป็นสิ่งที่

เตือนใจ เตือนคาได้ดีกว่าตัวอักษร และช่วยให้ผู้อ่านผู้ดู จำตื้นค่านั้นๆ ได้แม่นยำกว่าการใช้ถ้อยคำข้อความเพียงอย่างเดียว ในการโฆษณาโดยเฉพาะในสิ่งพิมพ์นั้น อาจใช้ประกอบข้อความโฆษณาเพื่อเป็นการอธิบายต่อเนื่องจากพาดหัว หรืออาจใช้แทนพาดหัวโฆษณาเลขก็ได้ ภาพประกอบที่ดีต้องมีเนื้อหา หรือแก่นของเรื่องที่ข้อความโฆษณากว่าถึงควรออกแบบให้ดูได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ภาพถ่ายและภาพสีสามารถดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าภาพวาดและภาพขาวดำ

2. สี เป็นอวัจนภาษาที่ดึงดูดความสนใจได้ดีทีเดียว ผู้วิจัยว่าภาพสีทำให้คนจำโฆษณาได้ดีกว่าภาพขาว-ดำ ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ ในงานโฆษณาประเภทโปสเตอร์ก็นิยมใช้เสียงเรียกความสนใจโดยการใช้สีตัดกันของตัวอักษร

3. ลักษณะตัวอักษรและเครื่องหมายวรรคตอน ลักษณะการประดิษฐ์ตัวอักษรมีส่วนช่วยสร้างอารมณ์และบอกลักษณะของสินค้าได้เป็นอย่างดี ตัวอักษรที่พริ้วไหว บอกความอ่อนโยน ความรื่นรมย์ ตัวอักษรตรงๆ หนาๆ บอกความหนักแน่น น่าเชื่อถือ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าตัวอักษรประดิษฐ์มากเกินไปยากแก่การอ่าน ก็ไม่เกิดประโยชน์

เครื่องหมายวรรคตอน ใช้ประกอบตัวอักษรให้เกิดความเด่น ที่นิยมใช้ได้แก่ เครื่องหมายอัศเจรีย์ (! ) ใช้สำหรับเน้น เรียกความสนใจ และเครื่องหมาย( ... ) ใช้สำหรับสร้างความต่อเนื่อง และเว้นระยะ เพื่อบอกสิ่งสำคัญต่อไป

4. ขนาดและตำแหน่งของโฆษณา ในหนังสือพิมพ์เราจะพบโฆษณาหลายขนาด ขนาดที่เล็กย่อมเรียกความสนใจได้น้อยกว่าขนาดใหญ่ และการจัดวางตำแหน่งไว้ในบางหน้าก็ช่วยให้สินค้าเด่นชัด เช่น โฆษณาภาพยนตร์ในคู่มือบ้านเพิ่งเป็นต้น

5. เครื่องหมายการค้าและการรับรอง เป็นอวัจนภาษาที่ช่วยให้โฆษณาน่าเชื่อถือขึ้น เครื่องหมายการค้ามักปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของข้อความโฆษณา ใกล้เคียงกับชื่อสินค้าและคำขวัญ เครื่องหมายการค้าที่ดีควรมีความกระจ่าง สะดวกในการดูและง่ายต่อการจดจำ

ตรารับรองได้แก่ตราใดๆที่เสริมคุณภาพและความน่าเชื่อถือต่อสินค้าให้มีมากยิ่งขึ้น เช่น ตรารับรองของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตราสินค้ามาตรฐาน

6. วิธีการจัดภาพ และความว่างในภาพ การจัดภาพให้น่าสนใจตามหลักการเลย์เอาท์ (Layout) หมายรวมถึงทั้งการจัดรูปภาพ และการจัดวางตำแหน่งตัวอักษรในพาดหัวและส่วนอื่นๆและอาชรวมาถึงลักษณะของกรอบโฆษณาด้วย

### 2.3.3.3. การใช้ภาษาในการพาดหัว

ในการโฆษณาสิ่งพิมพ์นั้น หัวเรื่องถือว่าเป็น สิ่งสำคัญที่สุด เพราะ โดยมากผู้อ่านจะอ่านพาดหัวเรื่องโฆษณามากกว่าข้อความโฆษณาอื่นๆ การเขียนหัวเรื่องควรใช้ภาษาต่างๆบอกสิ่งที่ต้องการด้วยภาษาที่ผู้อ่านไม่ต้องหยุดคิด หรือแปลความหมายคลุมเครือในหัวเรื่องนั้น

โดยเฉลี่ยคนจะอ่านคำพาดหัวเรื่อง มากกว่าตัวเรื่องถึง 5 เท่า การพาดหัวเรื่องที่ได้ผลมากที่สุดต้องมีเนื้อหาที่ให้คำมั่นสัญญา หรือรับรองแก่ผู้อ่านถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับอย่างใดอย่างหนึ่ง

**พาดหัวเรื่องที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้**

1. มีความสั้น (Brevity) กระชับ แม้อ่านเรื่องก็อ่านจบข้อความได้
2. มีความกระจ่าง (Clarity) สามารถดึงดูดผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าได้โดยตรง
3. มีความเหมาะสม (Aptness) ตอบสนองความต้องการของผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า
4. มีความน่าสนใจ (Interest) เพื่อเรียกร่องผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า โดยการใช้หลักการทางจิตวิทยาและการใช้ภาษา

2.3.3.4 ประเภทของการพาดหัวโฆษณา พาดหัวโฆษณาสามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้มากมายดังนี้

1. พาดหัวแบบข่าว (News) ได้แก่ พาดหัวที่ให้ข่าวคราวเกี่ยวกับสินค้าหรือวิธีใช้สินค้า เพื่อป้อนข้อมูลแก่ผู้รับสาร เช่น

“ เอื้องฟ้า ทาวันเข้าสู่รุ่นใหม่ของหมู่บ้านเสนานิเวศน์”

2. พาดหัวประเภทคำถาม (Interogative) ได้แก่ การตั้งคำถามเป็นพาดหัวทำให้มีชีวิตชีวา เหมือนการสนทนา แต่คำถามนั้นต้องน่าสนใจมากพอที่จะทำให้ผู้รับสารอยากทราบต่อไปว่าคำตอบนั้นคืออะไร เช่น

“ ท่านทราบไหมว่า 80% ของคนไทยเป็นโรคเหงือก

3. พาดหัวแบบกล่าวถึงพยานบุคคล (Testimonial) ได้แก่ พาดหัวที่อ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง คารา ผู้เชี่ยวชาญว่านิยมใช้สินค้านั้นๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า เช่น

“ ผิวเนียน สวยสดใส่อย่างที่ต้องการจริงๆค่ะ”

สินใจ หงษ์ไทย คารา คีตาทอง 2 รางวัลซ้อน ปี 2527...

กล่าวว่า... “ใช้สั๊กลส์ พิเศษดอมผิวอย่างนงฉิค่ะ”

4. พาดหัวประเภทคำสั่ง (Commanding) ได้แก่ พาดหัวที่ตั้งผู้รับสารโดยตรงว่าให้ทำหรือพยายามทำอะไรบางอย่าง เพื่อผลประโยชน์ที่ดีตอบแทน เช่น

“ลองชิม... เคี้ยวนี้”

5. พาดหัวประเภทเร้าอารมณ์ (Emotional) ได้แก่ พาดหัวเร้าใจผู้รับสารให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม โฆษณาเป็นการใช้จุดอ่อนทางอารมณ์ของคน ในการดึงดูดความรู้สึกนึกคิด เช่น

“ เครื่องซักผ้า SHARP จะอย่างสบายไปหลายอย่าง”

6. พาดหัวโดยใช้เหตุผล (Rational) เป็นพาดหัวที่ใช้ความจริง ความเป็นเหตุเป็นผล มากระตุ้นผู้รับสารทำให้น่าเชื่อถือมากขึ้นเช่น

## 2.4 การผลิตสิ่งโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ (พนา ทองอาคม : 2534)

สิ่งโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ เป็นการส่งสารไปยังกลุ่มผู้รับหมาย การถือความหมายเพื่อการรับรู้ถึงอาศัยภาพและข้อความเป็นตัวสื่อในการถ่ายทอดสาร ขั้นตอนในการปฏิบัติงานสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์อาจแบ่งได้ขั้นตอนดังนี้

1. การสร้างสรรค์คำโฆษณาและการออกแบบภาพประกอบ สิ่งโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์มีองค์ประกอบสำคัญได้แก่

1.1 พาดหัว / หัวเรื่อง (Headline) และพาดหัวรอง ( Subheads)

1.2 ภาพประกอบ (Illustrations)

1.3 ข้อความโฆษณา (Body text / Body copy)

1.4 ชื่อเครื่องหมายสัญลักษณ์ของผู้โฆษณา (Brand identification & Logo)

การปฏิบัติงานขั้นแรกก็คือการสร้างสรรค์ ออกแบบ องค์ประกอบต่างๆ ของสิ่งโฆษณาขั้นตอนนี้จะอยู่ในความรับผิดชอบของทีมงานฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา การนำแนวความคิดที่กำหนดไว้ในการโฆษณามาสร้างสรรค์ วางองค์ประกอบของภาพ และคำโฆษณาอย่างคร่าวๆเรียกกันว่า การเลย์เอาต์(Lay out)

### 2.4.1 ขั้นตอนในการเลย์เอาต์

แบบที่ใช้ในการเลย์เอาต์มีขั้นตอนและคุณภาพต่างๆ กันออกไป นับตั้งแต่แบบร่างหยาบๆมีขนาดเล็กกว่าแบบจริง ไปจนถึงแบบที่ทำแบบปรานิต หากเป็นเรื่องของเจตนาจะนำไปใช้เพื่อจุดประสงค์ใด อาจเพื่อเป็นแบบทดลอง ให้คนเขียนบทเป็นแนวทาง ให้ช่างเขียนภาพประกอบดูให้ดูว่าจ้างก่อนการตัดสินใจลงทุนเพื่อผลิตโฆษณา

1. แบบจั่ว (Thumbnail sketch) คือเป็นเหตุที่เป็นแบบขนาดเล็กใช้เวลาน้อยกว่าแบบเท่าของจริง นักออกแบบมักจะลงมือสเก็ตช์ แบบจั่วโดยใช้ดินสอ ปากกาลูกลื่น ควรได้สัดส่วนกับแบบจริง โดยปกติจะมีขนาดเป็นหนึ่งในสี่ของแบบจริง

2. แบบหยาบ (Rough layouts) นักออกแบบบางคนจะข้ามแบบจั่วไป โดยคำนึงถึงว่าแบบจั่วเมื่อขยายเป็นแบบจริงแล้ว อาจเสียความรู้สึกไปบ้าง แบบหยาบจะมีขนาดเท่าแบบจริง แต่มีความหยาบพอกับแบบจั่ว

3. แบบรวบยอด (Comprehensive layouts) บางครั้งแบบมีการตกแต่งให้ใกล้เคียงงานจริงมากขึ้น ผู้ว่าจ้างจะต้องจ่ายค่าจ้างในอัตราสูง อาจจะขอแบบรวบยอดก่อนที่จะตกลงใจ เป็นแบบที่สมบูรณ์ พาดหัวจะต้องเป็นตัวอักษรลงหมึกเขียนด้วย ภาพถ่ายจะต้องติดลงไปตรงตำแหน่งที่จะวางภาพจริงหรือเขียนคร่าวๆแล้วระบุว่าเป็นภาพถ่าย คอลัมน์จะขีดเป็นเส้น ไม่บันทึกด้วยอักษรจริงๆ

#### 2.4.2 การเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์

เมื่อสิ่งโฆษณาที่ได้ออกแบบเนื้อหาและภาพประกอบอย่างคร่าวๆ ได้รับความเห็นชอบจากเจ้าของสินค้าแล้วงานขั้นต่อไปก็คือ การจัดวางรูปแบบงานศิลป์ในสิ่งโฆษณาเรียกว่าการทำ อาร์ตเวอร์ค (Art work)

1. การเลือกขนาดและรูปแบบตัวอักษร ได้แก่ พาดหัวและข้อความโฆษณาทั้งหมด เพื่อส่งไปให้ฝ่ายเรียงพิมพ์ นำมาจัดวางรูปตัวอักษรต่างๆตามเลย์เอาท์ที่วางไว้
2. การถ่ายภาพประกอบหรือ การทำภาพกราฟิก ภาพพื้นที่ ตามที่ผู้สร้างสรรค์สิ่งโฆษณาได้กำหนดแนวความคิดไว้ ภาพประกอบในสิ่งโฆษณาจะสัมพันธ์กับพาดหัวและจะช่วยสร้างจินตนาการในส่วนที่เป็นแนวคิด ความรู้สึกที่เป็นนามธรรม
3. การนำเอาองค์ประกอบต่างๆมาจัดวางรูปแบบงานศิลป์ในสิ่งโฆษณาเรียกว่า การทำอาร์ตเวอร์ค เป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปสู่ขั้นตอนของการพิมพ์ได้ต่อไป

#### ขั้นตอนการพิมพ์

1. การนำเอาอาร์ตเวอร์คที่เป็นข้อความ ไปถ่ายเป็นฟิล์มลายเส้น ถ้าสิ่งโฆษณาประเภทขาวดำ ก็นำส่วนที่เป็นภาพไปถ่ายฟิล์มภาพสกรีน แต่ถ้าเป็นโฆษณาแบบที่ต้องการให้สีเหมือนสีต้นฉบับก็ทำโดยการนำภาพต้นฉบับมาถ่ายลงบนฟิล์มแยกสีทีละสี แล้วจึงใส่สกรีนลงบนฟิล์มที่แยกสีจะได้ฟิล์มสี่ชุด
  - 1.1 สีที่สำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกสีฟ้า
  - 1.2 สีที่สำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกสีแดงบานเย็น
  - 1.3 สีที่สำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกสีเหลือง
  - 1.4 สีที่สำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกสีดำ
 เมื่อจะนำเอาไปพิมพ์จะต้องนำฟิล์มเหล่านี้ไปอัดแม่พิมพ์ แล้วพิมพ์ด้วยหมึกหมึกทั้งสี่สี
2. การวางรูปแบบฟิล์ม เป็นขั้นตอนนำฟิล์มทั้งชนิดลายเส้น ฟิล์มลายสกรีนหรือฟิล์มแยกสีมาจัดวางตำแหน่งเหมือนเช่นในอาร์ตเวอร์ค เพื่อนำไปอัดลงบนแม่พิมพ์
3. การทำแม่พิมพ์ เป็นการนำแผ่นฟิล์มที่วางรูปแบบไว้แล้วมาอัดลงบนแผ่นแม่พิมพ์เรียกกันว่า การถ่ายเพลท
4. ขั้นตอนการพิมพ์คือ การเอาแม่พิมพ์มาใส่ในแม่พิมพ์ลงบนวัสดุการพิมพ์คือ กระดาษชนิดต่างๆตามแต่ชนิดของกระดาษที่เป็นสิ่งพิมพ์ซึ่งจะบรรจุสิ่งโฆษณานั้นไว้

## 2.5 ประเภทของกระดาษ และการเลือกใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับสิ่งพิมพ์

ประเภทของกระดาษ (ทองเค็ม และคละ : 2535 )

การจำแนกประเภทกระดาษที่ใช้ในปัจจุบันทำได้หลายวิธี ได้แก่ การจำแนกตามการใช้งาน ตามวัตถุประสงค์และวิธีการผลิต ตามลักษณะที่มองเห็นและการใช้งาน ตามลักษณะของผิวหน้าและความหนา

1. การจำแนกประเภทของกระดาษตามการใช้งานอาจจำแนกได้ดังนี้คือ

1.1 กระดาษที่ใช้ในการเขียน (Writing papers) เป็นกระดาษที่มีความเหนียวพอสมควร สมบัติที่สำคัญคือ ต้องมีสีและมีผิวหน้าที่เหมาะสมต่อการเขียนและการใช้งาน จึงจำเป็นต้องใส่สารช่วยให้การยึดเหนี่ยวของเส้นใยแข็งแรงขึ้น ตัวอย่างของกระดาษที่ใช้ในการเขียนได้แก่ กระดาษปอนด์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพิมพ์ด้วย

1.2 กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ (Printing papers) ควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้คือ สามารถรับหมึกพิมพ์ได้แต่ไม่ควรให้หมึกแห้งตัวช้า มีความเรียบและมีความพรุนพอเหมาะที่จะให้หมึกพิมพ์ซึมผ่านได้ มีความทึบแสง มีสีที่ถูกต้องตามประเภทของงาน มีความมัน ความยืดหยุ่น ต่อแรงกดขณะพิมพ์ มีความทนทานต่อการดึงฉีกที่ผิว (Picking) ไม่เปลี่ยนขนาดได้ง่ายเมื่อรับหรือคายความชื้น ไม่มีฝุ่นผงที่ผิวหน้า และแข็งแรงพอที่จะป้อนเข้าเครื่องพิมพ์ได้ นอกจากนี้กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ยังมีขนาดและความหนาแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน มีทั้งชนิดเคลือบผิวและไม่เคลือบผิว สีที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นสีขาว ยกเว้นบางประเภทที่ทำเป็นสีต่างๆ เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษอาร์มเล่ กระดาษปอนด์ และกระดาษอาร์ต กระดาษที่ไม่มีเชื้อที่ได้จากการบดไม้ผสมอยู่เลยเรียกว่า กระดาษวู้ดฟรี (Wood free) ในประเทศอาจเทียบได้กับกระดาษปอนด์ ส่วนใหญ่ทำจากเยื่อของฝ้ายและชานอ้อยและเยื่อที่ได้จากกรรมวิธีทางเคมี กระดาษประเภทนี้เหมาะที่จะนำไปใช้ในการพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพดี เพราะมีสีขาวและแข็งแรง ทนทาน กระดาษที่ใช้ อาจมีการทำสำเร็จที่ผิวหน้า (Surface finish) เพื่อให้ผิวหน้ามีคุณสมบัติขึ้นด้วยวิธีต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายของการทำกระดาษ ได้แก่ แมชีนฟินนิช (Machine finish) ซูเปอร์คาเลนเดอร์ (Supercalender) หรือ แมชีนเกลซ (Machine glazex) เป็นต้น

1.3 กระดาษที่ใช้ในการห่อ (Wrapping papers) ได้แก่ กระดาษสีน้ำตาลหรือกระดาษคราฟท์ที่ทอคล้ายกระดาษที่มีชนิดที่มิใช่ กระดาษคราฟท์ แต่เป็นกระดาษสีน้ำตาลธรรมดา ที่มีความเหนียวและความคงทนต่างจากกระดาษคราฟท์มาก กระดาษห่อมีหลายชนิดตั้งแต่ที่ไม่ได้ฟอกขาว จนถึงกระดาษที่มีการฟอก เช่น กระดาษถุงชนิดที่ผิวไม่มัน ผิวมันด้านเดียว และผิวมันสองด้าน กระดาษที่ป้องกันไขมัน (Glassine) รวมทั้งกระดาษที่มีการเคลือบด้วยฟิล์มพอลิเมอร์หรือแผ่นอะลูมิเนียมฟอยล์

1.4 กระดาษแข็ง(Boards) ได้แก่ กระดาษที่มีน้ำหนักตั้งแต่ 180 กรัม ต่อตารางเมตรขึ้นไป ทำให้จากการซ้อนกันของชั้นเยื่อกระดาษ(Pasteboards)บางประเภทอาจทำจากประกบแผ่นกระดาษเข้าด้วยกัน คุณภาพของกระดาษมีหลายระดับ ตัวอย่างเช่น กระดาษกล่อง กระดาษลูกฟูก

1.5 กระดาษเพื่อวัตถุประสงค์พิเศษ(Specialty papers) เช่นกระดาษที่ใช้พิมพ์ธนบัตรซึ่งต้องการคุณสมบัติพิเศษเพื่อป้องกันการปลอมแปลง มีความทนทานต่อการพับมีความเหนียวและแข็งแรงพิเศษ กระดาษที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์พิเศษยังได้แก่ กระดาษที่ใช้พิมพ์ แสตมป์ กระดาษย่น กระดาษที่เคลือบฟิล์มพลาสติก กระดาษห่อผลไม้ กระดาษไข กระดาษที่ทำจากผ้า และกระดาษที่ใช้พิมพ์คำตอบที่ตรวจด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

## 2. การจำแนกประเภทของกระดาษตามวัตถุดิบและวิธีการผลิตกระดาษ

การจำแนกกระดาษด้วยวิธีนี้เป็น การจำแนกตามกรรมวิธีการผลิตกระดาษ ตั้งแต่การ เตรียมวัตถุดิบ การเตรียมเยื่อ และการผลิตเยื่อ การผลิตเยื่อกระดาษ(Pulping process) เป็นการทำให้เส้นใยในวัตถุดิบที่ใช้ทำกระดาษแยก ตัวจากกันเป็นอิสระด้วยวิธีการต่างๆ โดยการใช้พลังกล หรือใช้ทั้งพลังงานกลและสารเคมี กระดาษบางประเภททำจากเยื่อเซลลูโลสที่มีสารลิกนินเจือปน แต่บางประเภททำจากเซลลูโลสบริสุทธิ์ 100 เปอร์เซ็นต์(Rag papers) บางประเภททำจากส่วนผสมของเซลลูโลสทั้งสองแบบ และบางประเภททำจากเส้นใยสังเคราะห์ เช่น เส้นใยพอลิเอสเตอร์และเส้นใยพอลิเอไมด์ เป็นต้น การจำแนกประเภทของกระดาษตามวิธีการผลิตเยื่อ มีดังนี้คือ

2.1 การกระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ใช้พลังกลในการผลิต (Ground wood หรือ Mechanical wood paper) ได้แก่ กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นกระดาษราคาถูก ใช้พลังงานกลในการบดไม้โดยไม่เคี้ยวสารเคมี ในการจัดสิ่งเจือปนออกไป เยื่อไม้ที่ได้จากการบดยังมีส่วนที่ยังไม่บริสุทธิ์อยู่มาก เช่น สารลิกนิน กัม และเรซิน ซึ่งเมื่อนำมาทำเป็นกระดาษจะทำให้กระดาษเปลี่ยนเป็นสีเหลืองได้เร็ว เนื่องจากมีสารลิกนินเหลือมากในกระดาษ ถ้าอบขึ้นไม้ด้วยไอน้ำจนมีอุณหภูมิประมาณ 120 – 150 องศาเซลเซียส ก่อนนำมาบดจะทำให้เส้นใยในไม้แยกจากกันได้ง่ายขึ้น ทำให้เยื่อมีเส้นใยหักป่นลงเล็กน้อยลง เป็นผลทำให้กระดาษดีขึ้น

2.2 กระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ใช้สารเคมีในการผลิต (Chemical wood paper) สารเคมีที่ใช้ในการผลิตเยื่อกระดาษได้แก่ โซเดียมซัลไฟด์ หรือ โซเดียมไฮดรอกไซด์ และ โซเดียมซัลไฟด์ ซึ่งใช้ในการละลายลิกนินในเยื่อไม้ ทำให้ได้เยื่อกระดาษที่มีความขาวและคุณสมบัติด้านอื่นดีขึ้น เช่น มีความทนทานต่อแรงดึงต่างๆมีความทนต่อการเก็บรักษา และยังป้องกันไม่ให้เกิดการดูดซึมของหมึกที่ผิวกระดาษมากเกินไป นอกจากนี้แล้วการใช้กระดาษประเภทนี้ในงานพิมพ์จะทำให้ได้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีขึ้นด้วย

2.3 กระดาษที่ใช้เส้นใยเซลลูโลสบริสุทธิ์ (Rag papers) กระดาษที่ใช้เส้นใยเซลลูโลสบริสุทธิ์ ปราศจากสิ่งเจือปนในการผลิตจะมีคุณภาพที่ดีที่สุด เก็บได้นานโดยที่คุณสมบัติของกระดาษไม่เปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงน้อย แต่ราคาของกระดาษยังสูงอยู่ ไม่นิยมใช้ในงานพิมพ์ทั่วไป นอกจากใช้ในงานพิมพ์เซต หรือพันธบัตร และธนบัตร

2.4 กระดาษที่ใช้เส้นใยสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบในการทำกระดาษ (Synthetic papers) เนื่องจากได้มีการใช้กระดาษกันอย่างกว้างขวางและมากขึ้นทุกปี วัตถุดิบธรรมชาติที่ใช้ทำกระดาษจึงเริ่มขาดแคลน วัสดุจำพวกเส้นใยสังเคราะห์จึงเข้ามามีบทบาทในการผลิตกระดาษนอกเหนือจากการใช้วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ กระดาษที่ใช้เส้นใยสังเคราะห์ผสมกับเส้นใยธรรมชาติจะมีคุณสมบัติที่ดีกว่ากระดาษแบบเดิมหลายประการ เช่น มีความทนทานต่อการพับ ค่อยแรงดึง และต่อการฉีกขาดดีขึ้น มีความเหนียวและยืดหยุ่น มีความคงทนและมีขนาดคงที่ต่อการแปรเปลี่ยนของความชื้นสัมพัทธ์ เมื่อเทียบกระดาษแบบเดิมกระดาษที่ใช้เส้นใยสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบในการทำกระดาษที่นิยมใช้ในการค้าจะทำให้เส้นใยในลอน หรือเส้นใยพอลิเอสเตอร์ผสมกับเยื่อเซลลูโลส กระดาษประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมใช้กันมากขึ้น

ปัจจุบันยังมีใช้น้อยเพราะทำให้เกิดปัญหามลภาวะ เนื่องจากไม่สามารถทำลาย เส้นใยสังเคราะห์ดังกล่าวโดยวิธีธรรมชาติ และกระดาษประเภทนี้ยังมีราคาแพง

3. การจำแนกประเภทกระดาษตามลักษณะที่มองเห็นและการใช้งาน การจำแนกประเภทกระดาษตามลักษณะที่มองเห็นและการใช้งาน อาจแบ่งได้ดังนี้คือ

3.1 กระดาษบอนด์ (Bond) ใช้ในการพิมพ์พันธบัตร และใบหน้าที่ใช้ในสำนักงานได้แก่กระดาษที่ใช้ในการเขียน และกระดาษพิมพ์ดีดคุณภาพดี

3.2 กระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือเล่ม (Book) นอกจากใช้ในการพิมพ์หนังสือเล่มแล้ว กระดาษประเภทนี้ยังใช้ในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ อีกด้วย เช่น นิตยสาร วารสาร และสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจอื่นๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น มีหลายประเภทตั้งแต่ผิวเรียบจนถึงผิวหยาบ

3.3 กระดาษปก เป็นกระดาษที่มีน้ำหนักและความคงทนแข็งแรง ใช้เป็นปกหนังสือเล่ม นิตยสาร หรือวารสาร มีหลายสีและมีการทำสำเร็จที่ผิวหน้าหลายแบบ

3.4 กระดาษแข็ง (Cardboard หรือ Postcard) ได้แก่กระดาษที่ใช้พิมพ์ โปสเตอร์ และแผ่นพับโฆษณา เป็นกระดาษที่มีความแข็ง (Stiffness) มีน้ำหนักมากกว่ากระดาษทั่วไป

4. การจำแนกประเภทกระดาษตามผิวหน้า การจำแนกประเภทกระดาษตามผิวหน้า อาจแบ่งได้เป็น

4.1 กระดาษไม่เคลือบผิว เป็นกระดาษที่มีผิวไม่เรียบ และมีผิวหน้าหลายแบบ ขึ้นอยู่กับขั้นตอนสุดท้ายในการทำกระดาษ หลังจากเส้นใยรวมตัวกันเป็นแผ่นแล้ว(Web-formation)แผ่นกระดาษจะผ่านไประหว่างลูกกลิ้ง เพื่อทำการขัดมัน(Celendering) ยิ่งผ่านลูกกลิ้งมากจะได้กระดาษผิวหน้าเรียบมากขึ้น กระดาษประเภทนี้จะไม่ผ่านการเคลือบผิวใดๆ

4.2 กระดาษแอนทิก (Antique) หรือกระดาษ เอ็กเซล(Gegshell) ใช้กันมากในการพิมพ์หนังสือเล่ม และแผ่นพับ เป็นกระดาษที่มีเนื้อกระดาษแน่นแม้จะมีผิวหยาบ แต่เหมาะที่จะใช้พิมพ์งานเพื่อการอ่าน

4.3 กระดาษที่มีการขัดมันปานกลางจะมีผิวเรียบขึ้น เป็นกระดาษที่มีผิวหน้าสำเร็จในเครื่อง (Machine finish) นิยมใช้พิมพ์นิตยสาร เพราะมีคุณภาพของผิวหน้ากระดาษดีพอสมควร

4.4 กระดาษที่มีการขัดมันมาก (Supercalendered) จะมีผิวเรียบมาก ใช้พิมพ์งานที่มีสกรีนละเอียดมากๆ ได้ เช่น การพิมพ์นิตยสาร

5. กระดาษที่ไม่เคลือบผิวยังแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้คือ

กระดาษปรีฟหรือกระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นกระดาษที่มีคุณภาพต่ำในด้านความขาวและความคงทน มีการเติมสารกันซึม(Sizing) น้อย กระดาษประเภทนี้มีทั้งแบบที่มีการทำผิวหน้าสำหรับในเครื่องทำกระดาษ และแบบที่มีการขัดมันมากเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ยังมีกระดาษหนังสือพิมพ์ชนิดน้ำหนักเบาและมีสีขาว(Light weight newsprint)ด้วย

5.1 กระดาษปอนด์ (Wood-free papers) ทำจากเยื่อไม้ที่ผ่านการฟอกด้วยสารเคมี (Chemical-wood pulp) เหมาะที่จะใช้ในงานพิมพ์หนังสือทั่วไป มีสีขาว เก็บไว้ได้นาน แข็งแรง และ ทนทานกว่ากระดาษหนังสือพิมพ์มาก

5.2 กระดาษการ์ด คือ กระดาษปอนด์ที่มีความหนา มีน้ำหนักมาตรฐานประมาณตั้งแต่ 200 กรัมต่อตารางขึ้นไป ใช้ในงานพิมพ์ทั่วไปที่ต้องการความแข็งแรงทนทาน เช่น ปกหนังสือ โปสเตอร์ หรือการบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น กระดาษการ์ดที่มีความหนาหลายๆ เรียกว่า กระดาษบอร์ด(Boards)ทำจากการซ้อนเยื่อกระดาษหลายชั้นเข้าด้วยกัน (Pasteboards)

5.3 กระดาษแบงก์ (Banks) มีการใช้สารกันซึมในการทำกระดาษ กระดาษประเภทนี้มีลักษณะกรอบ เหนียว โปร่งแสง และมีน้ำหนักเบากว่ากระดาษพิมพ์เขียนทั่วไปกระดาษแบงก์มีน้ำหนักตั้งแต่ 45-60 กรัม ต่อตารางเมตร ถ้าน้ำหนักกระดาษมากกว่า 60 กรัมต่อตารางเมตรขึ้นไปเรียก

ว่ากระดาษบอนด์(Bonds)แต่ถ้าน้ำหนักกระดาษตั้งแต่ 28-32 กรัมต่อตารางเมตร เรียกว่า กระดาษ แอร์เมล์(Airmail)

5.4 กระดาษเคลือบผิว (Coated papers) เป็นกระดาษที่นำกระดาษไม่เคลือบผิวผลิตขึ้นภายหลังจากที่มีการพัฒนาการทำกระดาษขึ้น เนื่องจากแต่เดิม มีปัญหาการขยแกลนกระดาษที่มีคุณภาพดี เพื่อใช้ในงานพิมพ์ที่มีสกรีนละเอียด ต่อมาใช้สารสีขาวที่บดแสงไทเทเนียมไดออกไซด์(Titanium dioxide)แคลเซียมคาร์บอเนต(Calcium carbonate) หรือดินขาว(China clay)เป็นสารเคลือบผิวแทนการใช้สารสีขาวที่บดแสงก็เพื่อให้ภาพที่พิมพ์ได้แลดูใกล้เคียงกับภาพวัตถุในธรรมชาติมากที่สุด ปัจจุบันการเคลือบผิวกระดาษจะทำในเครื่องทำกระดาษ ในขั้นตอนสุดท้าย

5.5 กระดาษเคลือบผิว มีหลายชนิด อาจเป็นการเคลือบผิวหน้าเดียวหรือสองหน้า มีสีหรือไม่มีสีก็ได้ การเคลือบผิวอาจเป็นแบบมันหรือแบบด้าน อาจมีการบีบลดขนาดต่างๆบนกระดาษ เช่น ลายหนังไก่ ลาย หรือลายเส้น และยังมีขนาดต่างกัน ความหนาหรือน้ำหนักของกระดาษเคลือบผิวนี้อาจขึ้นกับเนื้อในของกระดาษที่ใช้ การเลือกใช้ชนิดใดขึ้นกับวัตถุประสงค์การนำไปใช้งานแม้กระดาษเคลือบผิวจะมีราคาแพงแต่บางครั้งก็จำเป็นต่องานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง

## 6. การจำแนกประเภทกระดาษตามความหนา

การจำแนกประเภทของกระดาษตามความหนา อาจแบ่งได้เป็นกระดาษบางและกระดาษก่ดอง กระดาษบางยังอาจจำแนกได้อีกเป็น กระดาษปรีฟ กระดาษปอนด์ กระดาษอาร์ต และกระดาษคราฟท์ ส่วนกระดาษก่ดองจำแนกได้อีกเป็น กระดาษก่ดองชนิดคุณภาพธรรมดาและกระดาษก่ดองชนิดคุณภาพขาวสองด้าน

6.1 กระดาษบาง อาจจำแนกชนิดของกระดาษบางออกไปได้อีกมากมาย แต่ที่ใช้เป็นวัสดุพิมพ์โดยทั่วไปได้แก่

6.2 กระดาษปรีฟและกระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นกระดาษที่ผลิตขึ้นให้จำหน่ายได้ในราคาถูกใช้เยื่อคุณภาพต่ำ สีเหลืองน้ำตาล เหมาะต่อการพิมพ์งานสี่เสี้ยว และงานที่ไม่ต้องการเก็บไว้นานจึงนิยมใช้กันมากในการพิมพ์หนังสือพิมพ์ และใบปลิว นอกจากนี้ยังใช้กันบ้างในการพิมพ์แบบเวียนคำรา และหนังสือนิตยสารทั่วไปที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ และต้องการจำหน่ายในราคาต่ำ การที่ราคากระดาษต่ำทำให้ราคาของสิ่งพิมพ์ต่ำด้วย กระดาษปรีฟ มีน้ำหนักระหว่าง 45-55 กรัมต่อตารางเมตร

6.3 กระดาษปอนด์ (Wood free) เป็นกระดาษที่ใช้กันมากในการผลิตสิ่งพิมพ์ เพื่อการศึกษา และใช้ในงานสำนักงาน แบบเวียนหรือคำราที่ค่าจะพิมพ์ด้วยกระดาษปอนด์ เพราะความขาวของเนื้อกระดาษและความเหนียว จึงช่วยให้อ่านง่ายและชัดเจน มีความคงทนเก็บไว้ได้นาน สมุดและแบบฝึกหัดของเด็กนักเรียน โดยทั่วไปผลิตขึ้นจากกระดาษปอนด์ ที่มีคุณภาพต่ำ นอกจากนี้ถึง

พิมพ์ที่ใช้ในสำนักงานนับตั้งแต่ซองจดหมาย กระดาษจดหมายแบบฟอร์มใบเสร็จ แบบฟอร์มคอมพิวเตอร์และเอกสารทางธนาคารล้วนแล้วแต่ใช้กระดาษปอนด์แทบทั้งสิ้น กระดาษปอนด์ที่ใช้ในงานเหล่านี้จะแตกต่างกันตามชนิด ราคาและคุณภาพปัจจุบันหนังสือพิมพ์บางฉบับที่ขาย ในราคาแพง ก็ได้ เปลี่ยนมาใช้กระดาษปอนด์ในการทำกระดาษห่อของและผลิตเป็นถุงหิ้ว กระดาษปอนด์จัดได้ว่าเป็นวัสดุพิมพ์ที่นิยมใช้กันมากชนิดหนึ่ง

6.4 กระดาษอาร์ต (Art paper) งานพิมพ์ที่ต้องการพิมพ์ภาพสอดคล้องให้สวยงามควมมีราคาจะพิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ต กระดาษอาร์ตทำขึ้นจากการนำกระดาษปอนด์ขาว คุณภาพดีไปเคลือบผิวด้วยกรรมวิธีทางเคมี ทำให้ผิวหน้าเรียบและมัน ทำให้งานพิมพ์บนกระดาษอาร์ตดูสวยงามและชัดเจนทั้งชนิดการพิมพ์สีเดียวหรือการพิมพ์ภาพสอดคล้อง โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ที่เป็นตำราที่มีคุณค่าเก็บไว้นานและปฏิทินภาพสี นอกจากนี้ยังนิยมใช้กระดาษอาร์ตในการพิมพ์แผ่นพับ ฉลากปิดกระป๋องอาหารอีกด้วย

6.5 กระดาษคราฟท์ (Kraft) เป็นกระดาษบางที่ผลิตจากเยื่อกระดาษที่มีความเหนียวและไม่ได้ออกขาว ทำให้สีในโทนสีน้ำตาล ราคาถูก ใช้ประโยชน์ในการบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะ เช่น ทำเป็นถุงหิ้วสีน้ำตาล ทำเป็นกระดาษห่อหุ้มโดยการอัดกระดาษให้เป็นลอนและเคลือบปิดทั้งสองด้านด้วยกระดาษแข็ง นอกจากนี้ยังอาจนำกระดาษคราฟท์ไปแปรสภาพเพื่อทำเป็นหีบและกล่องใส่สินค้า เช่น กล่องใส่เบียร์ เป็นต้น

6.6 กระดาษกล่อง เป็นกระดาษที่ผลิตให้มีความหนา มีน้ำหนักตั้งแต่ 180-160 กรัม คอตา รามเมตร สามารถจำแนกกระดาษกล่องได้เป็นหลายประเภทตามความเหมาะสมของการใช้งาน ส่วนใหญ่จะนำกระดาษกล่องไปใช้ในการบรรจุภัณฑ์ หรือนำไปใช้เป็น ส่วนประกอบเพื่อทำเป็นปกหนังสือ เช่น หนังสือปกแข็ง อาจจำแนกกระดาษกล่องเป็นสองประเภทใหญ่ๆ คือ ชนิดคุณภาพธรรมดา และชนิดคุณภาพขาวสองด้าน

ชนิดคุณภาพธรรมดา เป็นกระดาษกล่องที่มีผิวหน้าสีขาว ผิวด้านบนเคลือบด้วยกระดาษปอนด์หรือกระดาษอาร์ต เพื่อช่วยให้การพิมพ์ชัดเจนสวยงาม ส่วนผิวด้านล่างจะเป็นชั้นของกระดาษหนาที่ทำจากเศษกระดาษเก่าที่นำมาบดย่อย จะมีการประกบกระดาษทั้งสองชนิดเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ความแข็งแรงและความหนา กระดาษประเภทนี้ราคาถูก และแข็งแรงเพียงพอต่อการนำไปใช้ผลิตเป็นกล่องบรรจุสินค้า เรียกกันทั่วไปว่า กระดาษแข็งคูเพลกซ์(Duplex board)

ชนิดคุณภาพขาวสองด้าน เป็นกระดาษกล่องคุณภาพดี มีสีขาวทั้งสองด้านเนื้อแน่นลักษณะของด้านทั้งสองจะเหมือนกัน กระดาษปอนด์หรือกระดาษอาร์ตที่หนา เรียกว่า กระดาษการ์ด (Cardboard) หรือกระดาษอาร์ตการ์ด(Coated cardboard) เป็นกระดาษราคาแพง เหมาะแก่การผลิตเป็นกล่องบรรจุสินค้าที่ขายราคาแพง เช่น กล่องเครื่องสำอาง นอกจากนี้ยังนำไปผลิตเป็นแฟ้ม หรือ

ใช้ผลิตเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีคุณค่า เช่น แผ่นพับ ไร่ ราชการอาหาร บัตรเชิญ การ์ดอวยพร หรือนำไปใช้  
ทำเป็นปกหนังสือที่ขายในราคาแพง เป็นต้น

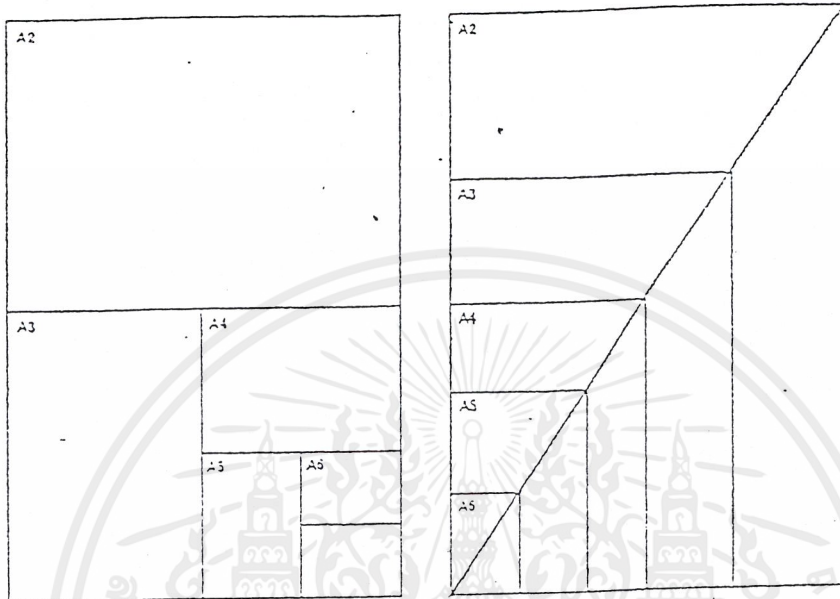
### ตารางที่ 6

#### แสดงการจำแนกประเภทของกระดาษ

การจำแนกประเภทของกระดาษ				
1.ตามการใช้งาน	2.ตามวัสดุดิบ และวิธีการใน การผลิตกระดาษ	3.ตามลักษณะที่ มองเห็นและการ ใช้งาน	4.ตามลักษณะผิว หน้า	5.ตามความหนา
1.1 กระดาษ เขียน	2.1 ใช้พลังงานกล	3.1 กระดาษ	4.1 กระดาษไม่	กระดาษบาง
1.2 กระดาษ พิมพ์	2.2 ใช้สารเคมี	ปอนด์	เคลือบผิว	5.1.1 กระดาษ
1.3 กระดาษห่อ	และพลังงานกล	3.2 กระดาษ	4.1.1 กระดาษ	ปรู๊ฟ
1.4 กระดาษแข็ง	2.3 ใช้สารเคมี	หนังสือพิมพ์	ปรู๊ฟ	5.1.2 กระดาษ
1.5 กระดาษเพื่อ	2.4 ใช้เซตดูโลส	3.3 กระดาษปก	4.1.2 กระดาษ	ปอนด์
วัตถุประสงค์ พิเศษ	2.5 ใช้เส้นใย สังเคราะห์	3.4 กระดาษแข็ง	4.1.3 กระดาษ	5.1.3 กระดาษ
			4.1.4 กระดาษ	อาร์ต
			อาร์ต	5.1.4 กระดาษ
			4.2 กระดาษ	คราฟท์
			เคลือบผิว	5.2 กระดาษ
				กล่อง
				5.2.1 ชนิดคุณภาพ
				ภาพธรรมดา
				5.2.2 ชนิดคุณภาพ
				ภาพขาวสองด้าน
				5.3 กระดาษ
				กล่องลูกฟูก

ภาพที่ 19

แสดงกระดาษขนาดต่างๆ



ขนาดของกระดาษ กว้าง x ยาว มีหน่วยวัด  
เป็นมิลลิเมตรและเป็นนิ้วตามมาตรฐานสากล

paper sizes

INTERNATIONAL STANDARD (ISO or DIN) SIZES

A sizes

	millimetres	inches
A0	841 x 1189	33.11 x 46.81
A1	594 x 841	23.39 x 33.11
A2	420 x 594	16.54 x 23.39
A3	297 x 420	11.69 x 16.54
A4	210 x 297	8.27 x 11.69
A5	148 x 210	5.83 x 8.27
A6	105 x 148	4.13 x 5.83
A7	74 x 105	2.91 x 4.13

B sizes (for posters, wall charts, etc)

	millimetres	inches
B8	2000 x 2823	78.74 x 111.34
B7	1414 x 2000	55.67 x 78.74
B6	1000 x 1414	39.37 x 55.67
B5	707 x 1000	27.83 x 39.37
B4	500 x 707	19.68 x 27.83
B3	353 x 500	13.90 x 19.68
B2	250 x 353	9.84 x 13.90
B1	176 x 250	6.93 x 9.84

Stock paper sizes

from which A sizes can be cut

		mm	in
normal work	for RA0	860 x 1220	33.86 x 48.03
	RA1	610 x 860	24.02 x 33.86
	RA2	430 x 610	16.93 x 24.02
bled work	for SRA0	900 x 1280	35.43 x 50.39
	SRA1	640 x 900	25.20 x 35.43
	SRA2	450 x 640	17.72 x 25.20

C and DL sizes

(for envelopes, folders, etc)

	mm	in
C4	229 x 324	9.02 x 12.76
C5	162 x 229	6.38 x 9.02
C6	114 x 162	4.49 x 6.38
DL	110 x 220	4.33 x 8.66

## 2.6 การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ (วันชนะ และคณะ : 2529)

### 2.6.1 การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส

การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส เป็นการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีการสัมผัสกับกระดาษหรือวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรง การถ่ายทอดหมึกจากแม่พิมพ์ลงบนกระดาษเกิดขึ้นได้โดยการให้แรงกดให้สัมผัสกัน ฉะนั้นสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์โดยระบบเลตเตอร์เพรสจะมีสิ่งก่อกวนที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน 3 ประการ คือ

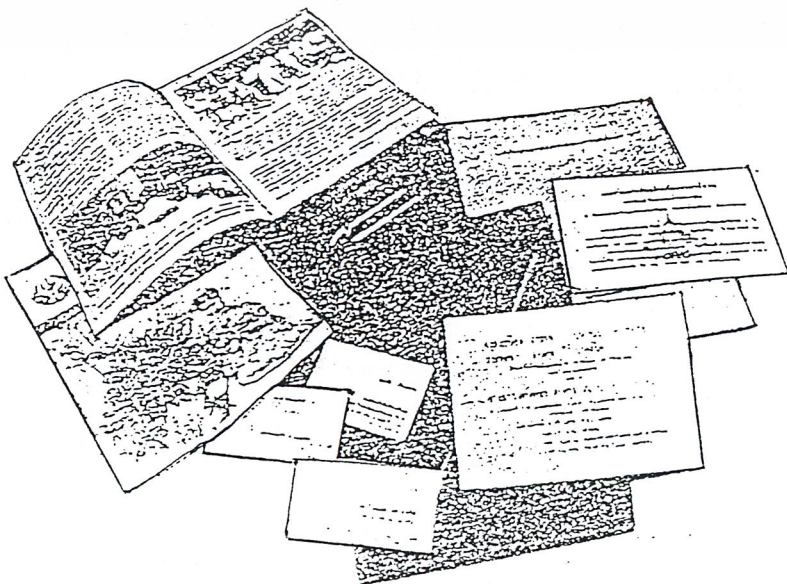
- ก. มักมีรอยคูนูนด้านหลัง ที่เกิดจากตัวพิมพ์กดลงไปบนกระดาษ
- ข. เมื่อใช้กล้องส่องดูตัวพิมพ์ จะมีขอบไม่เรียบเพราะหมึกที่จับที่ตัวพิมพ์ถูกกดโดยแรงจึงกระจายออกด้านข้าง
- ค. ตัวพิมพ์บางตัวเป็นเส้นขาดไม่ต่อเนื่อง

ในปัจจุบันค่าทำบล็อกจะคิดเป็นตารางนิ้ว ตารางนิ้วละประมาณ 4-5 บาท ฉะนั้นหากพิมพ์ภาพมากๆ ค่าบล็อกที่ใช้จะสูงมาก ฉะนั้น โดยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สิ่งพิมพ์ที่ควรพิมพ์ด้วยระบบเลตเตอร์เพรส จึงควรมีลักษณะดังนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ไม่เกิน 2,000-3,000 ชุด
2. ไม่ต้องการคุณภาพสูงมาก หรือไม่ต้องการรายละเอียดของภาพสูงมาก
3. มีภาพประกอบหรือตารางที่ต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกไม่มาก
4. ไม่เป็นงานพิมพ์หลายสี สีสี่ หรือสอสี เพราะจะเสียเวลาในการดำเนินการพิมพ์มาก และผลงานที่ออกมาไม่สวยงาม
5. ต้องมีเวลาให้นานพอสมควร ต้องใช้เวลาในการเรียงพิมพ์
6. มีงบประมาณในการพิมพ์จำกัด

### ภาพที่ 20

#### ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส



## 2.6.2. การพิมพ์โดยระบบโซกราฟี

เป็นระบบการพิมพ์ที่พื้นฐานแบบเดียวกับระบบเลดเคอร์เทอร์ส แต่ใช้แม่พิมพ์ที่เป็นแผ่นดีบุก รอบโมแม่พิมพ์ และใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นมันป้อนเข้าเครื่องพิมพ์อย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถพิมพ์ภาพที่ต้องการรายละเอียดมากๆ ได้เพราะไม่สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดเกินกว่า 133 เส้น/นิ้วได้

ข้อจำกัดดังกล่าว จึงนิยมใช้ระบบเพลทโซกราฟีพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะต่อไปนี้ คือ

1. ไม่ต้องการคุณภาพสูง
2. มีจำนวนพิมพ์มาก
3. ไม่ต้องการรายละเอียดของภาพมาก

ระบบโซกราฟีเป็นระบบการพิมพ์ที่มีความประหยัดมาก ถ้าพิมพ์จำนวนมากๆ ตั้งแต่ 100,000 ชุดขึ้นไป เพราะแม่พิมพ์แผ่นเดียวสามารถพิมพ์งานได้กว่าล้านชุด และการพิมพ์โดยป้อนกระดาษหรือวัสดุพิมพ์เป็นมันด้วยความเร็วสูงที่ช่วยประหยัดเวลาได้มาก

ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ด้วยระบบนี้คือ ถุงพลาสติก ถุงไอศกรีม ซองใส่ดินค้า กระดาษห่อของ วอลต์เปเปอร์

ภาพที่ 21

ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบโซกราฟี



### 2.6.3. การพิมพ์ระบบออฟเซต

ระบบการพิมพ์ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะในงานพิมพ์ที่สวยงาม มีความคล่องตัวในการจัดทำอาร์ตเวอร์คและการออกแบบมากกว่า และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไป ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบันมีมาก ทำให้การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีความสวยงามและสะดวกยิ่งขึ้น ยิ่งพิมพ์จำนวนมากค่าใช้จ่ายต่อหน่วยก็จะยิ่งถูกลง แต่ถ้าพิมพ์จำนวนน้อยๆแล้ว ก็แพงมากเพราะมีค่าใช้จ่ายประเภทอาร์ตเวอร์ค ฟิล์ม และแม่พิมพ์เพิ่มขึ้น

สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. จำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุดขึ้นไป
2. มีภาพประกอบหรืองานประเภทตาราง กราฟ มาก
3. ต้องการ ความรวดเร็ว ในการจัดพิมพ์เพราะสามารถเร่งรัดขั้นตอนในการเรียงพิมพ์ด้วยแสง การทำฟิล์ม การทำแม่พิมพ์ และการพิมพ์ได้
4. ต้องการความประณีตสวยงาม
5. เป็นการพิมพ์หลายสี หรือภาพสี่สีที่ต้องการความสวยงามมาก
6. มีงานอาร์ตเวอร์คที่มีความยุ่งยาก สลับซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

ระบบออฟเซตสามารถใช้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีได้ เพราะ

1. การถ่ายทอครกระทำโดยการถ่ายทอลงบนผ้าอย่าง แบลงเกตก่อน แล้วจึงถ่ายลงบนกระดาษ ทำให้การถ่ายทอคมชัดเป็น ไปอย่างสม่ำเสมอ และไม่ปรากฏรอยคูนูนของแม่พิมพ์
2. สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมากๆถึง 175-200 เส้น/นิ้ว ทำให้ภาพที่ออกมามีความละเอียดสวยงาม
3. การพิมพ์สี่สีทำได้สะดวก เพราะสามารถปรับตำแหน่งของแม่พิมพ์และกระดาษให้ลงในตำแหน่งที่ตรงกันของแต่ละสีได้ง่ายกว่าระบบเลตเตอร์พรส
4. สามารถพิมพ์บนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

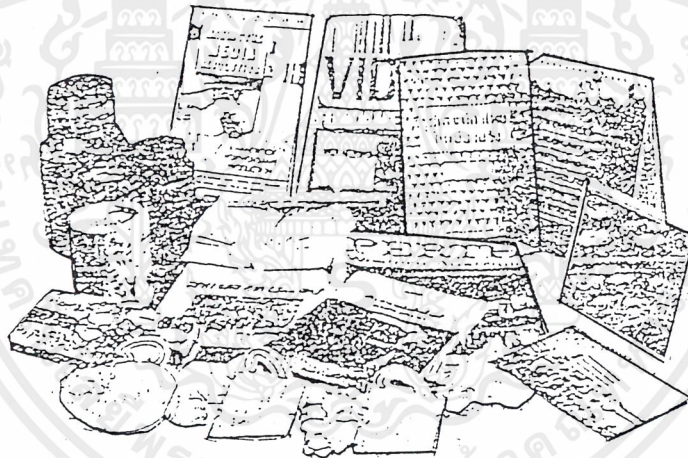
ระบบการพิมพ์ออฟเซต โดยตัวของระบบเองสามารถให้งานพิมพ์ที่สวยงามได้ แต่มีข้อจำกัดอยู่คือการทำอาร์ตเวอร์ค การทำฟิล์ม การแยกสี และการทำแม่พิมพ์ จึงเป็นขั้นตอนที่ถ้าค้ำยั้งที่ผู้จัดพิมพ์จะต้องระมัดระวังเอาใจใส่ให้มาก นอกจากนี้แล้วยังต้องเลือกใช้กระดาษให้ถูกกับงานที่ต้องการพิมพ์ด้วย

ตัวอย่างของสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตในปัจจุบันได้แก่

- ก. หนังสือพิมพ์ที่ต้องการความรวดเร็วในการพิมพ์
- ข. วารสาร นิตยสาร ที่ต้องการความรวดเร็ว สวยงามในการพิมพ์
- ค. โปสเตอร์ ที่ต้องการความสวยงาม ราคาถูก และความเร็วในการพิมพ์(เมื่อต้องการพิมพ์เป็นจำนวนมาก
- ง. งานโฆษณาต่างๆที่ต้องการความประณีตสวยงาม
- จ. งานหนังสือยก ที่ต้องการความประณีต สวยงาม รวดเร็ว
- ฉ. งานบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่พิมพ์บนกระดาษ และแผ่นโลหะ และต้องการความประณีต สวยงามราคาถูก

ภาพที่ 22

ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ระบบออฟเซต



#### 2.6.3.1 ระบบการพิมพ์ออฟเซตชนิดป้อนแผ่น (ทองเค็มและคณะ : 2535)

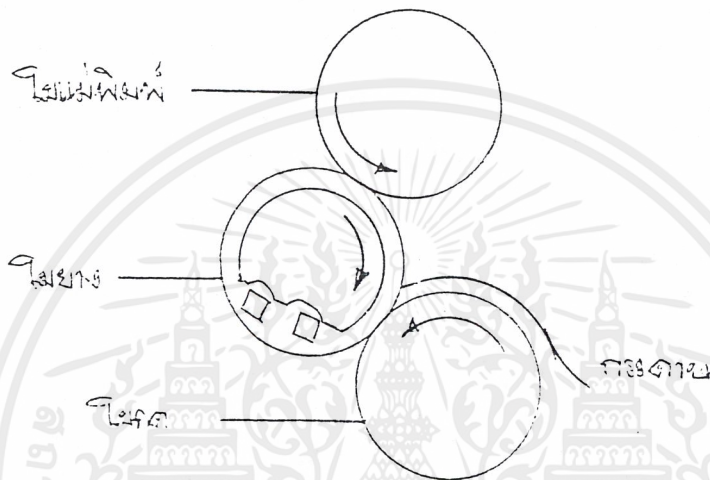
การพิมพ์ทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็นเลตเตอร์เพรส กราเวียร์ หรือออฟเซต ในอุตสาหกรรมกรพิมพ์ มักจะแบ่งเครื่องพิมพ์ออกเป็น 2 ชนิดหนึ่งตัดกระดาษเป็นแผ่นให้ได้กับขนาดของเครื่องพิมพ์ และชนิดของงาน แล้วป้อนเข้าเครื่องพิมพ์และพิมพ์ออกมาได้ด้านเดียวหรือ สองด้านเป็นขกพิมพ์ หนังสือเล่มหรือเป็นแผ่นโปสเตอร์ ด้วยความเร็วสูงสุดทางการผลิตจะได้นไม่เกิน 9,000-10,000 แผ่นต่อชั่วโมง ทั้งที่เครื่องพิมพ์นั้นสามารถผลิตได้ถึง 11,000 แผ่นต่อชั่วโมง แต่ไม่มีเจ้าของเครื่องพิมพ์ใดใช้ความเร็วสูงสุดตามนี้นั้น เพราะจะเป็นเหตุให้เครื่องพิมพ์เสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ อีกชนิดหนึ่งเป็นเครื่องป้อนม้วน

### หลักการสามโมในการพิมพ์ออฟเซต

เนื่องด้วยการพิมพ์ออฟเซตทั่วไปเป็นการพิมพ์ทางอ้อม จึงมีโมเป็นมาตรฐานทางการพิมพ์เป็นหลักการพื้นฐาน 3 โม คือ โมแม่พิมพ์ โมผ้ายาง และ โมกดพิมพ์

ภาพที่ 23

หลักการ 3 โม การพิมพ์ออฟเซต



1. โมแม่พิมพ์ (Plate cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกที่รองรับแผ่นแม่พิมพ์โลหะซึ่งโอบโมไว้ และมีที่จับไว้อย่างมั่นคง มีตำแหน่งสัมผัสกับลูกกลิ้งน้ำและลูกกลิ้งหมึกชุดสุดท้ายและสัมผัสกับโมยางในขณะที่พิมพ์ ถ่ายโอนภาพจากแม่พิมพ์ลงบนโมยาง

2. โมยาง (Blanket cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับแผ่นผ้ายางที่โอบโมและจับยึดอย่างมั่นคง มีตำแหน่งสัมผัสระหว่างโมแม่พิมพ์กับวัสดุพิมพ์ ทำหน้าที่รับหมึกพิมพ์จากบริเวณภาพของแม่พิมพ์ ในลักษณะกลับซ้ายเป็นขวาเหมือนภาพส่องกระจก และถ่ายโอนภาพนั้นลงสู่วัสดุพิมพ์ในลักษณะภาพที่เป็นจริง

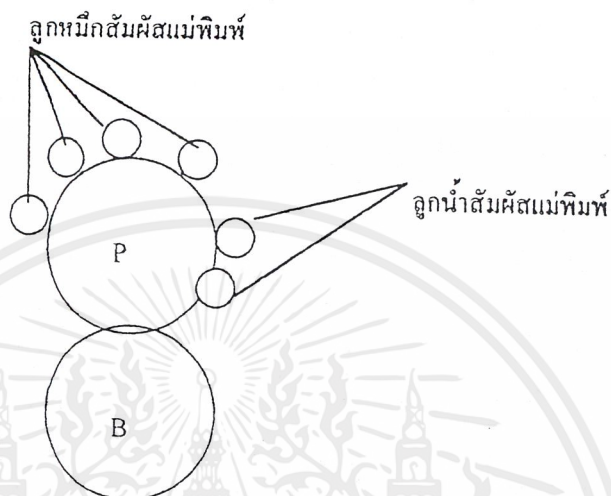
3. โมกดพิมพ์ (Impression cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับวัสดุพิมพ์มีตำแหน่งประชิดกับโมยาง ทำหน้าที่กดวัสดุพิมพ์ให้สัมผัสกับโมยาง โดยมีวัสดุพิมพ์แทรกอยู่ระหว่างกลาง

องค์ประกอบพื้นฐานของหน่วยพิมพ์

ในแต่ละหน่วยพิมพ์ มีองค์ประกอบพื้นฐานนอกจากระบบโมแล้วยังจะต้องมีระบบการให้น้ำและการให้หมึก เพื่อทำหน้าที่ตามกระบวนการถ่ายโอน

## ภาพที่ 24

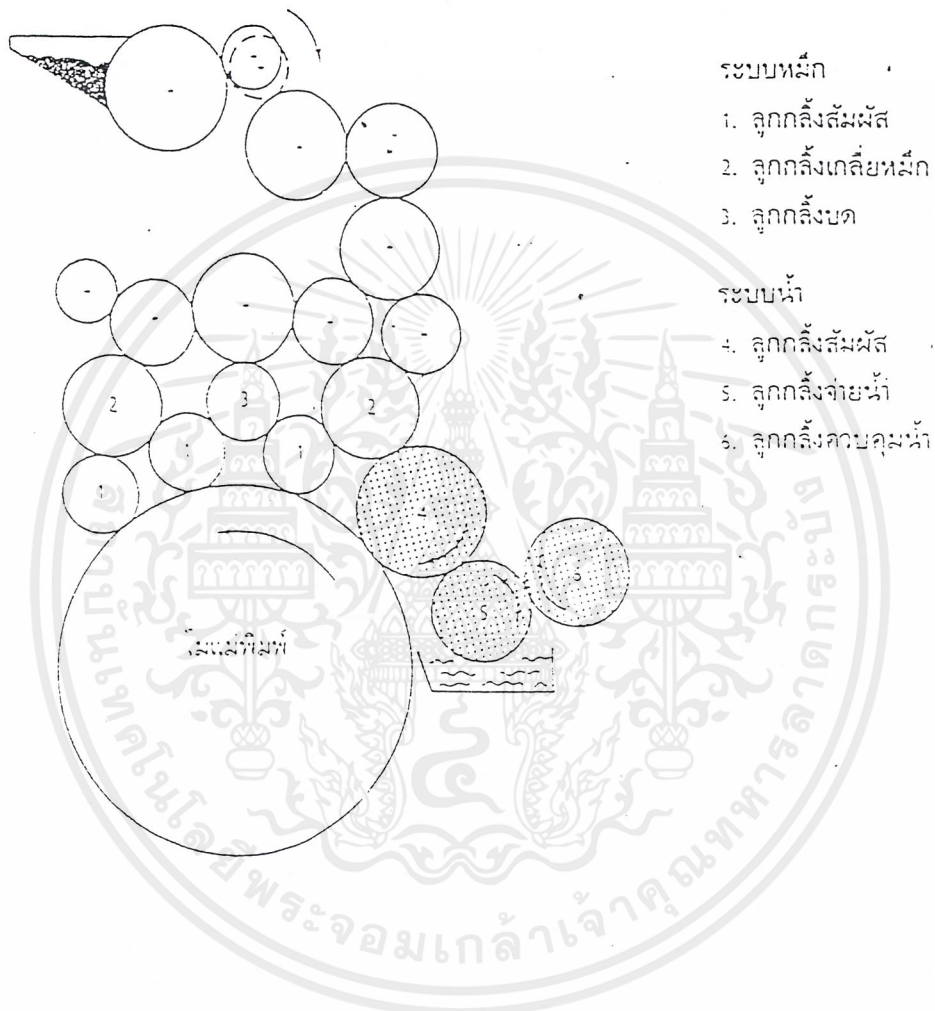
องค์ประกอบสำคัญของการพิมพ์ออฟเซตคือระบบน้ำและระบบหมึก



1. ระบบน้ำ (Dampening system) เครื่องพิมพ์ออฟเซตขนาดตั้งแต่ที่เรียก “เครื่องตำเนา” (Offset duplicator) จนถึงเครื่องขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีระบบน้ำเพื่อให้เกิดความเปียกชื้นบนผิวหน้าแม่พิมพ์เสียก่อน ในระบบความชื้นนี้ประกอบด้วยลูกน้ำจำนวนมากน้อยสุดแต่ขนาดของเครื่องพิมพ์มีจำนวนตั้งแต่ 5 ลูกขึ้นไป เป็นลูกกลิ้งสัมผัส แม่พิมพ์ผิวยางและหุ้มด้วยผ้าขนตั้งแต่ 2 ลูก (Dampening form roller) หรือลูกรับ-ส่งน้ำ (Water ductor roller) เป็นลูกกลิ้งผิวโลหะ โครเมียม ลูกกลิ้งโยก (Dampening lift roller) หรือลูกรับ-ส่งน้ำ (Water ductor roller) เป็นลูกกลิ้งยางหุ้มด้วยผ้าขน และลูกจ่ายน้ำ (Dampening fountain roller) เพื่อให้การจ่ายน้ำไปยังแม่พิมพ์ที่ผิวยางจะต้องมีความแข็ง  $20 \text{ องศา} \pm 2 \text{ องศา}$  (ซอร์ คือ หน่วยสำหรับวัดความแข็งของยาง) ส่วนลูกกลิ้งผิวยางอื่นมีความแข็ง  $25 \text{ องศา} \text{ ซอร์} \pm 2 \text{ องศา} \text{ ซอร์}$

ระบบน้ำของการพิมพ์ออฟเซตบางชนิดเป็นแบบดาลเกรน (Dahlgren) ซึ่งเป็นระบบหมึกและน้ำรวมกัน

ภาพที่ 25  
ระบบน้ำกับระบบหมึกรวมกัน



2. ระบบหมึก (Inking system) ประกอบด้วยขบวนลูกหมึกขนาดต่างๆทั้งที่เป็นผิวยางเปลือกและผิวโลหะขนาดต่างๆ จำนวนลูกกลิ้งหมึกโดยไม่นับลูกกลิ้งสัมผัสแม่พิมพ์แล้วอาจมีตั้งแต่ 14-16 ลูก และแบ่งหน้าที่ต่างกันตั้งแต่ลูกกลิ้งจ่ายหมึก (Vibrator roller) ซึ่งเป็นลูกกลิ้งผิวโลหะหรือวัสดุที่แข็งเทียบเท่าโลหะ คือ อีโบไนท์ (Ebonite) และลูกกลิ้งแบ่งหมึกผิวยาง (Rider หรือ Distributor roller) เพื่อใช้กับหมึกไขมันชั้น (Paste ink)

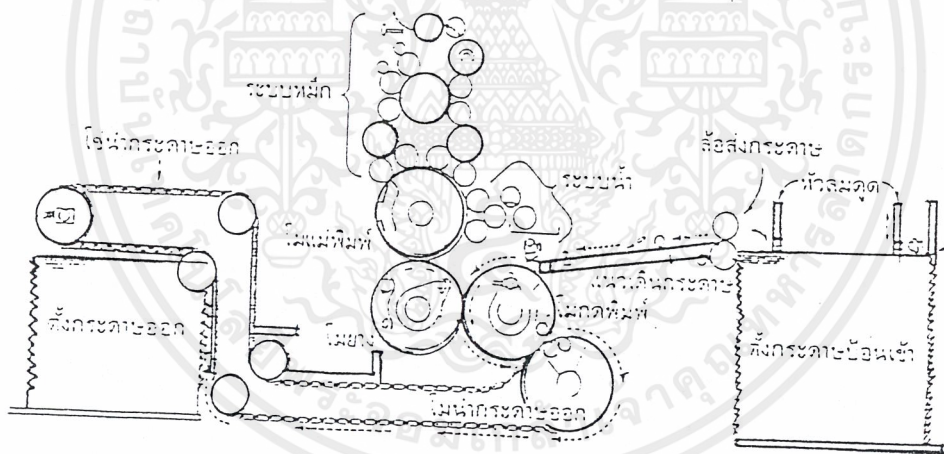
องค์ประกอบสำคัญของเครื่องพิมพ์ได้แก่

หน่วยป้อน (Feeder unit) ในการพิมพ์ออฟเซตด้วยเครื่องชนิดป้อนแผ่น โดยปกติจะต้องตัดเยียนกระดาษให้ พอเหมาะกับเครื่องและงานพิมพ์เสียก่อน แล้วจึงนำไปกองทางด้านนำเข้ากระดาษ แผ่นบนจะถูกหัวลมดูดและนำเข้าส่วนกันเหลืองหรือส่วนกำกับจากพิมพ์(Registration unit) แล้วส่งไปยังหน่วยพิมพ์เป็นกระแสดต่อเนื่อง

ส่วนกันเหลืองหรือส่วนกำกับจากพิมพ์ (Registration unit) ประกอบด้วยฉากหน้า(Front guide)ฉากข้าง (Side guide) และพินจับ (Gripper) ส่วนกันเหลืองเป็นแผ่นแสงประกอบด้วยระบบสายพาน พากระดาษเคลื่อนตัวไปยังส่วนกำกับจากพิมพ์ด้านหน้าโดยจัดให้หัวกระดาษเข้าที่และปรับด้านข้างจนานและทำมุมฉากกับแม่พิมพ์ ทำให้แผ่นที่ภาพผ่านการถ่ายโอนจากแม่พิมพ์และผ้ายางแล้ว ตกลงในตำแหน่งเดียวกันทุกครั้ง

ภาพที่ 26

แผนภูมิเครื่องพิมพ์สี่สีเดียว พร้อมด้วยหน่วยนำเข้าและส่งออก



หน่วยพิมพ์(Printing unit) เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการถ่ายโอนภาพจากแม่พิมพ์ลงบนผ้ายาง และจากผ้ายางลงบนกระดาษสามารถพิมพ์บนกระดาษได้ตั้งแต่ขนาด 460X640 มิลลิเมตรจนถึงขนาด 1,000X1,600 มิลลิเมตร หรือใหญ่กว่า

หน่วยพิมพ์ทั่วไปอาจแบ่งเป็นพิมพ์สี่สีเดียว พิมพ์สองสี พิมพ์สี่สี หรือพิมพ์หกสีในเครื่องพิมพ์เดียวกันด้วยการป้อนกระดาษครั้งเดียว และโดยปกติจะพิมพ์ได้ครั้งละหนึ่งด้านแต่อาจพิมพ์ได้

สองด้าน(Perfecting) ด้วยการป้อนครั้งเดียวจากเครื่องจากเครื่องพิมพ์ที่ทำงานโดยเฉพาะ สำหรับความเร็วสูงสุดของเครื่องพิมพ์ประเภทนี้อาจมีได้ตั้งแต่ 7,500 – 11,000 แผ่นต่อชั่วโมง

หน่วยส่งออก (Delivery unit) เป็นหน่วยรับกระดาษที่พิมพ์แล้วไปสู่ถาดรับกระดาษในขั้นตอนของการส่งแผ่นพิมพ์ออกนี้อาจปล่อยด้วยน้ำหนักโน้มถ่วง หรือหากเป็นการส่งออกด้วยโซ่จากฟันจับ (Gripper)รับจากโมกดพิมพ์ อาจใช้ฟันจับหลายชุดบนสายโซ่ส่งออกเมื่อใดเมื่อใดแผ่นพิมพ์เป็นจำนวนพอควรแล้วก็จะนำถาดรับกระดาษตัวใหม่เข้าไปเปลี่ยน

### 2.6.3.2 ระบบการพิมพ์ออฟเซตชนิดป้อนม้วน

วัตถุประสงค์ของเครื่องพิมพ์ออฟเซต ก็เหมือนอุดมการณ์ที่เป็นทฤษฎีของการพิมพ์ระบบอื่นว่าสามารถปรับแต่งและพิมพ์ได้ดี ด้วยความสะดวกและสะอาด มีความคมชัดเมื่อดูด้วยตาเปล่าจนเว้นขยายส่อง

แต่การเกิดขึ้นของเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อลดเวลาการผลิต หรือให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าการพิมพ์ป้อนแผ่นในช่วงระยะเวลาเท่ากันยิ่งกว่านั้นความแตกต่างทางกลศาสตร์ ยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้การพิมพ์ให้การพิมพ์ป้อนม้วน มีคุณค่าสูงเด่นในระดับหนึ่ง

ความแตกต่างทางรูปลักษณะกับเครื่องพิมพ์ป้อนม้วนที่สำคัญประการแรก ได้แก่ การยกเลิกโมกดพิมพ์และใช้โมยางอีกลูกหนึ่งเพิ่มเข้าไปทำหน้าที่กดพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการเพิ่มโมแม่พิมพ์และ โมยางอีกคู่หนึ่ง และให้โมคู่นั้นทำหน้าที่เป็น โมกดพิมพ์ในตัว พร้อมกับก็พิมพ์ทั้งสองด้าน

เครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วน มักประกอบขึ้นด้วย 2 หน่วยพิมพ์ขึ้นไปจนถึง 10 หน่วยพิมพ์ในแถวหนึ่ง(One line) และปริมาณการผลิตต่อชั่วโมงยังแตกต่างกันตามขนาดและวัตถุประสงค์ของสิ่งพิมพ์ เช่น การพิมพ์โปสเตอร์ การพิมพ์หนังสือเล่ม การพิมพ์หนังสือพิมพ์ การพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ วัตถุประสงค์ของการพิมพ์เหล่านี้ จะเป็นสิ่งกำหนดขนาดตัดตามยาว (Cut-off) ของม้วนกระดาษซึ่งเกิดจากเส้นรอบวงของโมแม่พิมพ์ โมยาง และ โมตัด (Cutting Cylinder) เพราะการพิมพ์บางชนิดตัดสองด้านหรือด้านเดียว โดยไม่ต้องพับ เช่น โปสเตอร์ บางชนิดต้องพับสองหรือสามครั้งจากหน่วยส่งออกในเครื่องพิมพ์เป็นยกพิมพ์ และตัดเขียนสามด้าน เช่น หนังสือเล่ม และบางชนิดไม่ต้องนำไปตัดเขียนอีก ภายหลังจากที่พับและตัดเป็นหนังสือพิมพ์แล้ว หรือในบางกรณีที่นอกจากพิมพ์หนังสือพิมพ์ด้วยจำนวนหน้าม้วนกระดาษเท่ากับหน่วยพิมพ์ คือ หน่วยพิมพ์ละสองหน้า ถ้าพิมพ์ 20 หน้าต้องใช้กระดาษ 5 ม้วน พิมพ์ด้วยหน้าหน่วยพิมพ์ เป็นวิธีพิมพ์ที่เรียกว่าพิมพ์เรียงเดี่ยว(Straight run) แต่อาจพิมพ์จำนวนหน้าได้มากกว่าหน่วยพิมพ์ โดยแยกเป็นปึกแล้วรวมกันเข้าเป็นฉบับ เป็นวิธีพิมพ์ที่เรียกว่าพิมพ์สอด(Collect run)

เครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วนส่วนใหญ่จึงเป็นเครื่องพิมพ์ทำตามสั่ง(Tailor made) เพื่อให้ตรงกับความต้องการใช้งาน

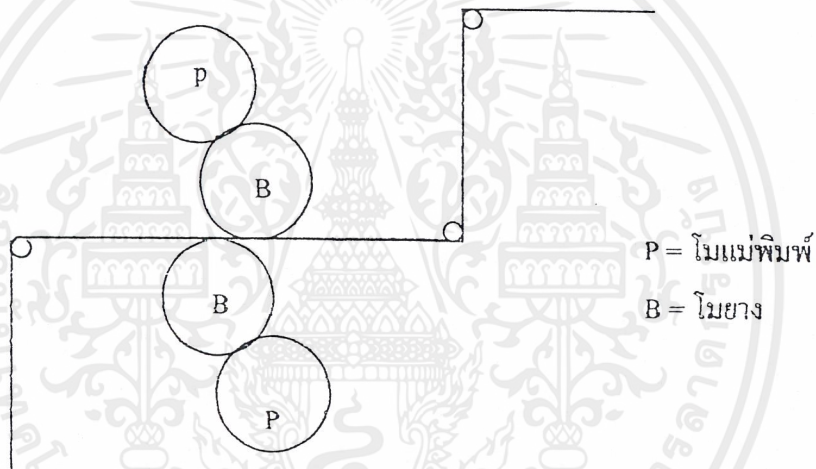
การนำกระดาษเข้า (Web lead)

การนำกระดาษจากม้วนเข้าเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มี 2 ลักษณะ ทำให้ลักษณะทางกลศาสตร์ของเครื่องพิมพ์ป้อนม้วนแตกต่างกัน

1. การนำกระดาษเข้าทางแนวนอน(Horizontal web lead) ม้วนกระดาษอาจวางบนเครื่องป้อนในระดับพื้นเดียวกันกับหน่วยพิมพ์ หรือป้อนขึ้นจากใต้พื้นหน่วยพิมพ์

ภาพที่ 27

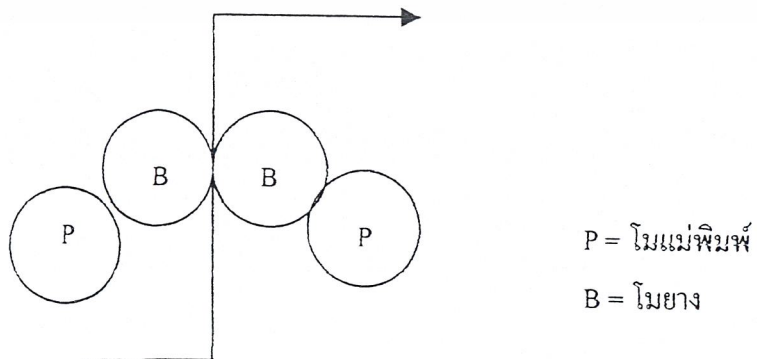
ลักษณะ โมแม่พิมพ์และ โมยางของการป้อนกระดาษเข้าทางแนวนอน



2. การนำกระดาษเข้าทางแนวตั้ง(Vertical web lead) ม้วนกระดาษอาจวางบนเครื่องป้อนในระดับพื้นเดียวกันกับหน่วยพิมพ์ หรือป้อนขึ้นจากใต้พื้นหน่วยพิมพ์

ภาพที่ 28

ลักษณะ โมแม่พิมพ์และ โมยางของการป้อนกระดาษเข้าทางแนวตั้ง



2.6.3.3 ขนาดของเครื่องพิมพ์ คำจำกัดความนี้แบ่งเป็นสองความหมายคือ 1. ขนาดช่วงตัด (Cutoff) และ 2. ขนาดการผลิต (Production)

1. ขนาดช่วงตัด (ตามความยาวกระดาษที่คัตจากม้วน) เป็นระยะจากจุดหนึ่งถึงจุดหนึ่งของเส้นรอบวงโม (Cylinder circumference) กำหนดขึ้นตามลักษณะที่ต้องการของหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม แผ่นโฆษณา ฯลฯ เพื่อให้ขนาดสิ่งพิมพ์ได้ระยะตามความลึกที่หึงที่ไม่ต้องตัดเจียนริม 3 ด้าน ขนาดช่วงตัดโดยทั่วไป มีตั้งแต่ 533.40 มิลลิเมตร (21 นิ้ว) , 546.10 มิลลิเมตร (21/ครึ่งนิ้ว) , 577.85 มิลลิเมตร (22 3 ส่วน 4 นิ้ว) , 603.25 มิลลิเมตร (23 เศษ 3 ส่วน 4 นิ้ว) , 650.88 มิลลิเมตร (25 เศษ 5 ส่วน 8 นิ้ว) และ 752.48 มิลลิเมตร (29 เศษ 5 ส่วน 8 นิ้ว) อันเป็นแบบพิเศษสำหรับหนังสือปกอ่อน

ช่วงตัดของขนาดหนังสือพิมพ์ขนาดมาตรฐานของยุโรปและสหรัฐอเมริกา ใช้ขนาด 577.85 มิลลิเมตร (22 เศษ 3 ส่วน 4 นิ้ว) และของเอเชียโดยเฉพาะญี่ปุ่นและไทยใช้ขนาด 546.10 มิลลิเมตร (21 เศษ 1 ส่วน 2 นิ้ว) และในปัจจุบันมีบริษัทผู้ผลิตเครื่องพิมพ์ประเภททั้งยุโรปและเอเชียได้พยายามลดการสูญเสียกระดาษลงไปประมาณร้อยละ 7

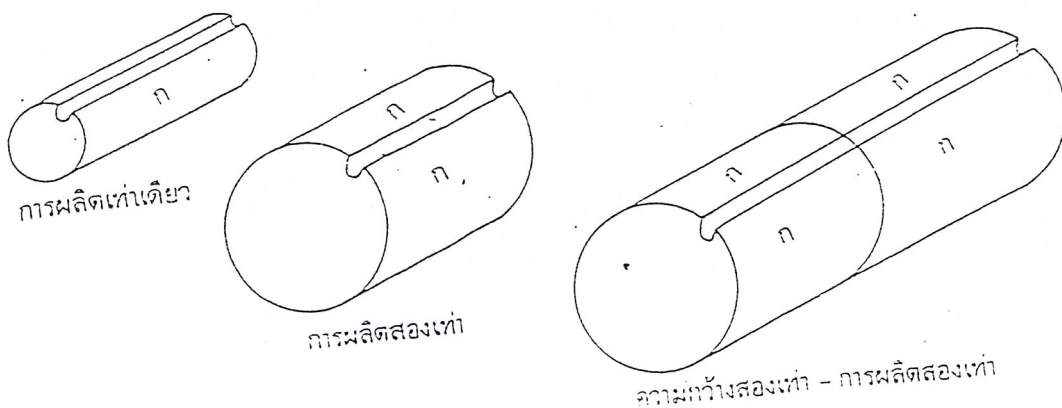
2. ขนาดการผลิต เครื่องพิมพ์บางชนิดผลิตจากม้วนสู่ม้วน (Reel-to-reel) จึงถือปริมาณจากความยาวเป็นฟุตหรือเป็นเมตรต่อชั่วโมง บางชนิดผลิตเป็นแผ่นหรือฉบับหรือยกพิมพ์ต่อชั่วโมงโดยการตัดและพับที่หน่วยส่งออก

การผลิตเดี่ยว (Single production) หมายถึงหน่วยพิมพ์ตั้งแต่ 1 หน่วย ขึ้นไปจนถึง 7-8 หน่วย รวมกันอยู่เป็นแถวเดียวและพิมพ์บนกระดาษแต่ละม้วนพร้อมกัน เมื่อโมแม่พิมพ์โมยางและโมคัต หมุนรอบตัวเอง 1 รอบ จะผลิตสิ่งพิมพ์ได้ 1 แผ่น หรือหลายแผ่นรวมกันเป็น 1 ฉบับ

การผลิตสองเท่า (Double production) หมายถึง ดังกล่าวข้างต้นตามข้อ 2.1 ได้ขยาย เส้นรอบวง (ด้วยการสร้างใหม่) เพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวทั้งโมแม่พิมพ์ โมยาง และโมคัต โดยแบ่งช่วงตัดสองช่วง เมื่อโมต่างๆ เหล่านี้ หมุนรอบตัวเอง 1 รอบ จะผลิตได้ 2 แผ่น หรือหลายแผ่นรวมกันเป็น 2 ฉบับ

### ภาพที่ 29

ขนาดของการผลิต



โมแม่พิมพ์และโมยางแบ่งเป็นหลายลักษณะคือ

1. ลักษณะผ้ายาง - จรด-ผ้ายาง(Blanket-to-blanket) คำนี้มีความหมายเป็นสองนัย คือ นัยของวิธีการพิมพ์เป็นการพิมพ์พร้อมกันสองด้าน (Perfecting) อีกนัยหนึ่งในเชิงกลศาสตร์เป็นลักษณะการสร้างเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วนให้ผ้ายางของโมหนึ่งเบียดคดกับผ้ายางอีกโมหนึ่งด้วยน้ำหนักที่เหมาะสม แต่ป่าโม(Bearer)จะมีช่องว่างที่วัดได้ตามกำหนดโดยเฉพาะที่ป่าโมสองด้านของโมยางและโมแม่พิมพ์ เป็นตำแหน่งกำหนดความสูงค่าของผิว ผ้ายางและผิวแม่พิมพ์ เพื่อให้เกิดความตัมผัสและความกดที่ถูกต้องในการพิมพ์

2. ลักษณะป่าโม - จรด - ป่าโม (Bearer - to - bearer) เป็นลักษณะทางกลศาสตร์ของเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนแผ่นและเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วน ด้วยเหตุผลที่ว่า การตั้งป่าโมจรดกันจะทำให้เกิดการตัมผัสและความกดที่ถูกต้องแน่นอน ทำให้การถ่ายโอนเม็ดสกรีนหรือการพิมพ์พื้นที่บิ(Solid area) มีความสมบูรณ์มาก

3. ลักษณะไม่มีป่าโม(Cylinder without bearer ring) คือ มีแค่ตัวโม(Body)ผู้ออกแบบสร้างโมยางและโมแม่พิมพ์ในลักษณะนี้ อ้างเหตุผลในเชิงปฏิบัติว่า ใ้เวลาทำงานการเตรียมพร้อมพิมพ์(Makeready) น้อยลง และในเชิงกลศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงจะเป็นผลดีแก่งานพิมพ์และสิ่งพิมพ์ มากยิ่งขึ้น

#### 2.6.3.5 การพิมพ์หลายสี

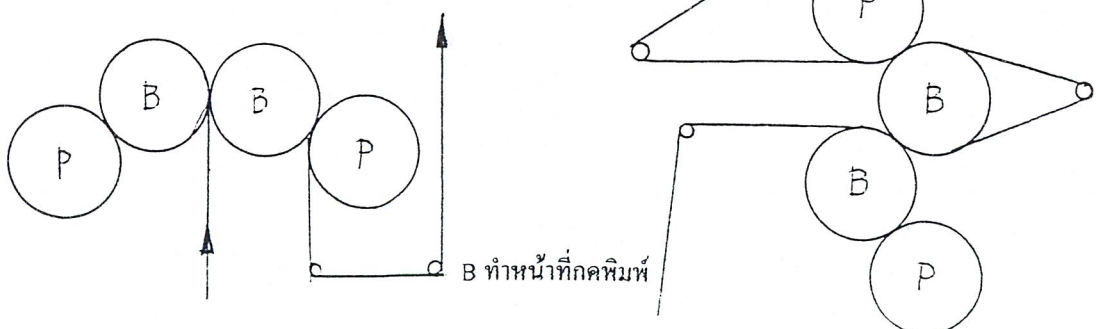
เครื่องพิมพ์ป้อนม้วนทุกขนาด อาจพลิกแพลงการนำกระดาษเข้าหน่วยพิมพ์เพื่อการพิมพ์สีมากกว่า 1 สี ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์บางตำแหน่ง(Spot colour)หรือการพิมพ์สอติ(Process colour) แต่ทั้งนี้ต้องมีการเตรียมงานล่วงหน้าพอสมควร

1. การพิมพ์สองสีในหน่วยพิมพ์เดียวกัน เป็นวิธีพิมพ์ทางอ้อมและทางตรงผสมกันขอให้สังเกตโมแม่พิมพ์ (P) ซึ่งทำแม่พิมพ์ตัวกลับเหมือนตอกระจกเพื่อการพิมพ์ตรงลงบนกระดาษ

ภาพที่ 31

การพิมพ์สองสีของการนำกระดาษเข้าทั้งแนวตั้งและแนวนอน

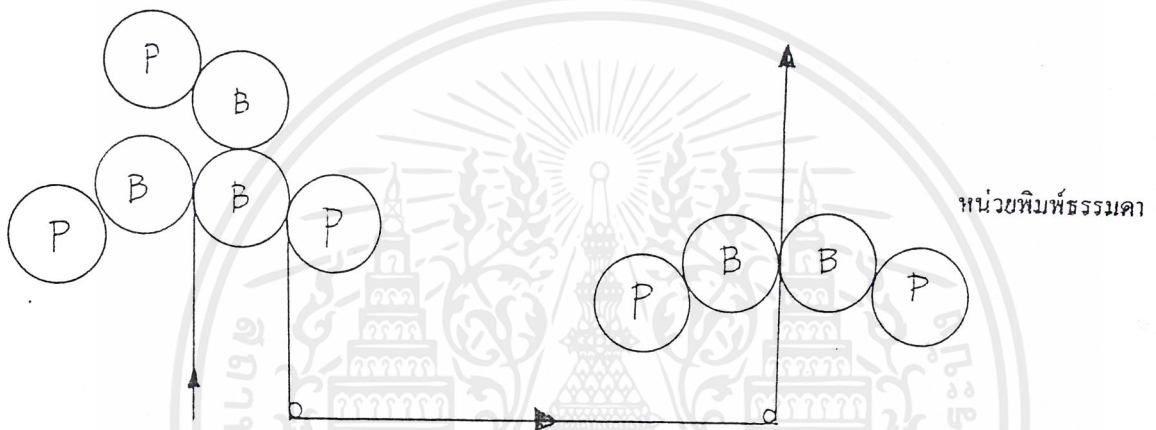
การพิมพ์สองสีของการนำกระดาษเข้าทั้งแนวตั้งและแนวนอน



2. การพิมพ์สามสีในหน่วยพิมพ์ (Half deck) เป็นวิธีพิมพ์ทางอ้อมกับทางตรง ผสมกัน ขอให้สังเกตโมแม่พิมพ์ (P) ซึ่งพิมพ์ตัวกลับเหมือนส่องกระจกเพื่อการพิมพ์ตรงลงบนกระดาษ หน่วยพิมพ์ชนิดนี้เป็นส่วนประกอบของการพิมพ์สี่สีหรือพิมพ์สดสี (Process colour) คือพิมพ์ได้สามสีเพียงด้านเดียว โดยการพิมพ์สีดำก่อนการสองด้านเป็นสีแรก หรือพิมพ์สีดำสองด้าน เป็นสีสุดท้ายตามความเหมาะสม

ภาพที่ 32

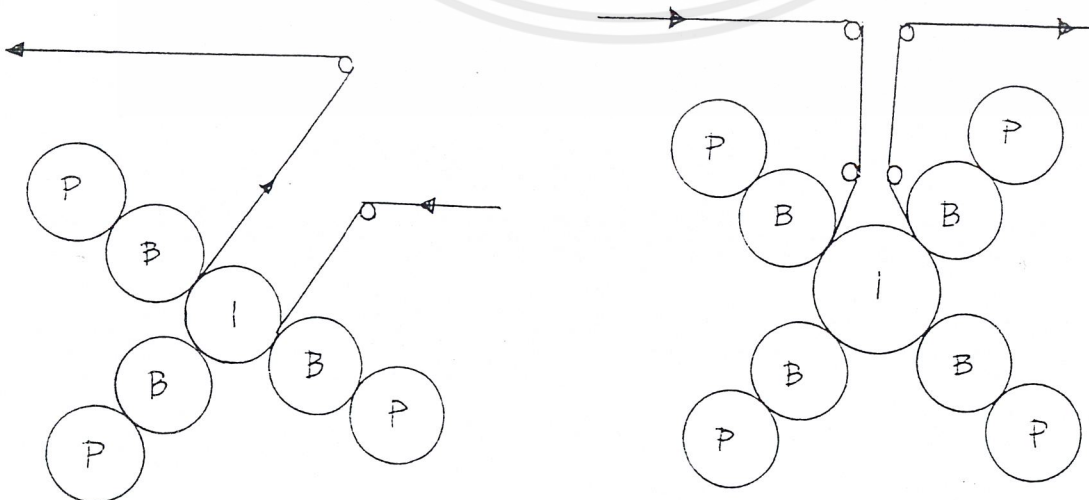
การพิมพ์สองสีของหน่วยพิมพ์ Hart deck กับหน่วยพิมพ์ธรรมดา



3. การพิมพ์สามสี และการพิมพ์สี่สีชนิดใช้โมกดพิมพ์ (Impression cylinder) รวมเครื่องพิมพ์ที่เรียกว่า "ครัม ไทป์" (Drum type) พิมพ์เพียงด้านเดียว

ภาพที่ 33

การพิมพ์สามสีและการพิมพ์สี่สี



การพิมพ์สามสีด้านเดียว

การพิมพ์สี่สีด้านเดียว

### 2.6.3.6 การป้อนกระดาษ (Infeed)

เครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มีวิธีการทางกลศาสตร์และทางไฟฟ้า หรืออิเล็กทรอนิกส์ ควบคุมม้วนกระดาษให้คลายเข้าสู่หน่วยพิมพ์ รวมทั้งควบคุมความเร็ว ความตึง และปรับแนวด้านข้างให้อยู่ในตำแหน่งคงที่

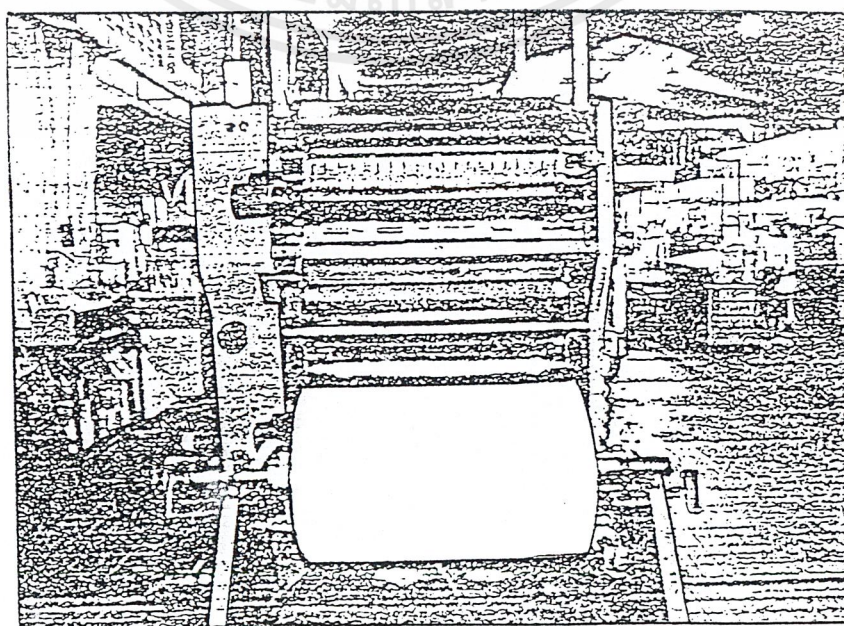
การป้อนนี้ไม่เพียงนำม้วนกระดาษที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้วเข้าสู่เครื่องป้อนหรือฐานตั้งม้วน (Reel stand) เพียงม้วนเดียวเท่านั้น หากเมื่อกระดาษม้วนเก่าแล้วพิมพ์ต่อไป จนกว่าจะได้จำนวนสิ่งพิมพ์ตามต้องการ และในกรณีที่กระดาษของม้วนใดม้วนหนึ่งขาดจากกันขณะพิมพ์จะต้องหยุดเครื่องพิมพ์และคลี่กระดาษใหม่ทั้งม้วน สอดนำเข้าสู่หน่วยพิมพ์และขึ้นไปพันกับลูกกลิ้งปรับกระดาษช่วงตัด(Compensator roller)ผ่านเลยไปยังแผงพับ(Former plate)จนถึงลูกกลิ้งหนีบ และดึงกระดาษให้ตึงด้วยโมหับกับ โมคค์ที่อยู่ใต้ลูกกลิ้งหนีบคู่หนึ่ง

#### เครื่องใส่กระดาษอาจจำแนกตามการป้อนได้ 3 วิธีคือ

1. การใส่กระดาษป้อนด้วยมือ (Manual) การใส่และป้อนม้วนกระดาษชนิดนี้ ส่วนใหญ่ใช้กับเครื่องพิมพ์ขนาดเล็กและต้องการประหยัด เป็นโครงสร้างท่อนเหล็กวางหัวท้ายแถวของเครื่องพิมพ์ และวางอยู่บนระดับพื้นเดียวกันกับเครื่องพิมพ์ การนำกระดาษเข้ามีทั้งใช้คานจับและรอกไฟฟ้า การต่อกระดาษระหว่างม้วนต้องหยุดเครื่องพิมพ์และต้องพยายามคลี่ม้วนกระดาษให้มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางใกล้เคียงกัน การหยุดเครื่องเพื่อเปลี่ยนม้วนกระดาษใหม่ หรือการหยุดเครื่องเพราะกระดาษขาดจากกันด้วยสาเหตุใดก็ตามจะมีความสูญเสียถึงร้อยละ 10-12 หรือกว่านั้น

#### ภาพที่ 34

เครื่องใส่และป้อนกระดาษด้วยมือ



2. การใส่กระดาษและป้อนกึ่งอัตโนมัติ (Semi- automatic splicer) โครงสร้างของเครื่องนี้มีหลายรูปแบบ และวางอยู่บนระดับพื้นเดียวกันกับเครื่องพิมพ์ทางด้านหัวและท้าย หรืออาจนำเข้าทางด้านข้างเพื่อปรับจากพิมพ์ง่ายขึ้น และใช้คานกับกระดาษ (Turner bars) ในการปรับทิศทางนำกระดาษเข้าหน่วยพิมพ์แต่ละหน่วย ที่ใส่และป้อนกระดาษประเภทนี้ เมื่อจะเปลี่ยนกระดาษม้วนใหม่ขึ้นไปเตรียมจะต้องใช้ชักกรอก (Hoist) หรือรถยก และการเปลี่ยนใช้กระดาษ ม้วนใหม่เข้าพิมพ์จะต้องชะลอความเร็วลงแต่ไม่ถึงกับหยุด เกณฑ์การสูญเสียระหว่างพิมพ์ร้อยละ 5-7

3. การใส่กระดาษและป้อนกระดาษอัตโนมัติ (Fully automatic) หรือ (Flying paster) โครงสร้างของเครื่องใส่กระดาษและป้อนกระดาษประเภท ดำเนินการด้วยโปรแกรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีจับม้วนกระดาษเป็นก้านชนิดสองก้าน (Two arms) และสามก้าน (Three arms) เมื่อกระดาษม้วนเก่าหมดถึงขนาดที่โปรแกรมไว้ กระดาษม้วนใหม่จะทำหน้าที่หมุนขึ้นไปรอและเมื่อได้จังหวะ จะมีสายพานจับกระดาษม้วนใหม่ให้มีความเร็วในการหมุนเท่ากับม้วนเก่าพร้อมกันนี้ทั้งมีคัตที่เป็นใบเลื่อยขนาดใหญ่และแปลงขนาดใหญ่ จะเคลื่อนลงไปรอความเร็วของกระดาษม้วนใหม่สัมพันธ์กันกับม้วนเก่าแล้ว กระดาษม้วนใหม่ซึ่งมีเทปเหนียวติดเตรียมไว้จะเข้าไปสัมผัสแปรงจะจะรีดให้ติดสนิท และมีใบเลื่อยจะตัด ทั้งหมดนี้ในช่วงพริบตาเดียว กระดาษจากม้วนใหม่จะวิ่งผ่านหน่วยพิมพ์ หน่วยพับ - คัด ไปถึงสายพาน โดยไม่ลดความเร็วแม้แต่น้อย ไม่ว่าจะพิมพ์ชั่วโมงละเกือบ 60,000 แผ่นหรือฉบับก็ตาม การสูญเสียระหว่างพิมพ์เฉพาะตรงรอยต่อที่ทำหางยื่นไว้ข้างม้วน (Flag) ไว้เป็นที่สังเกตเมื่อออกมาทางสายพาน ก็จะหยิบทิ้งไป ฉะนั้นเกณฑ์สูญเสียทั้งหมดประมาณ ไม่เกินร้อยละ 3

#### 2.6.4. การพิมพ์ระบบกราเวียร์

ระบบการพิมพ์กราเวียร์เป็นระบบการพิมพ์แบบแม่พิมพ์พื้นลึกระบบหนึ่ง ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่เนื่องจากแม่พิมพ์มีราคาแพง จึงไม่ค่อยพบเห็นว่ามีกรนำมาใช้พิมพ์งานทั่วไป คนทั่วไปจึงรู้จักน้อย ถึงแม้ว่าแม่พิมพ์จะมีราคาแพงก็ตาม แต่ก็สามารถใช้พิมพ์ได้จำนวนหลายๆล้านชุด ซึ่งถ้าต้องพิมพ์จำนวนเป็นล้านๆ ชุดแล้วก็จะถูกมาก นอกจากข้อดีในแง่ของการประหยัดเมื่อพิมพ์จำนวนมากๆแล้ว แม่พิมพ์ของระบบนี้ยังสามารถทำให้มีความละเอียดของสกรีนได้ 200-300 เส้น/นิ้วได้ ทำให้สามารถพิมพ์งานที่ต้องการความละเอียดมากๆ ได้ดี และจากการที่ระบบนี้ใช้หมึกพิมพ์ที่เป็นสารที่จับติดบนพลาสติกและแผ่นฟอยล์ได้ดี จึงสามารถใช้พิมพ์บนพลาสติกและฟอยล์ได้ดี

ฉะนั้น กล่าวโดยทั่วไปแล้ว ระบบการพิมพ์กราเวียร์เหมาะสำหรับใช้พิมพ์ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีจำนวนพิมพ์มากกว่า 50,000 ชุด
2. ต้องการพิมพ์บนกระดาษ พลาสติก หรือ ฟอยล์

3. ต้องการความละเอียดของภาพมาก
4. ต้องการงานที่มีคุณภาพ

ในปัจจุบันได้มีการใช้ระบบการพิมพ์กราฟิกรวดเร็วในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างๆดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ที่มียอดการพิมพ์สูงเกินกว่า 1,000,000 ฉบับ
2. บรรจุภัณฑ์ต่างๆเช่น ซองบุหรี กระจาษา หรือ พลาสติกห่อหอพที่ กระจาษาห่อสินค้าที่ ต้องการคุณภาพสูง
3. พรหมปูพื้น วอลล์เปเปอร์ แสตมป์ วัสดุสิ่งทอต่างๆ ฯลฯ

ในประเทศไทยได้มีผู้คิดประดิษฐ์เครื่องพิมพ์กราฟิกรวดเร็วขึ้น โดยสามารถพิมพ์ได้หลายๆสีในคราวเดียวกันกับของต่างประเทศ แต่ยังมีคุณภาพประณีตในการพิมพ์น้อยกว่า แต่ก็สามารถใช้ในการพิมพ์พวกบรรจุภัณฑ์ เช่น ถุงพลาสติกทั่วไป ได้เป็นอย่างดี

เครื่องพิมพ์กราฟิกรวดเร็วนอกจากจะใช้ป้อนด้วยวัสดุพิมพ์ที่เป็นม้วนแล้ว ยังมีเครื่องพิมพ์ที่ป้อนวัสดุพิมพ์เป็นแผ่นด้วย สำหรับใช้พิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทที่มีจำนวนพิมพ์น้อยลงมา หรือเพื่อการพิมพ์ปูฟก่อนที่จะนำแม่พิมพ์ไปพิมพ์จริงบนเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนเป็นม้วนต่อไป

#### 2.6.5. สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์โดยระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน เป็นชื่อที่ใช้เรียกกันทั่วไป และปัจจุบันบางคนก็เรียกว่าเป็นสกรีนพรินต์ ด้ ทับศัพท์ภาษาอังกฤษเดยก็ม เพราะปัจจุบัน ไม่ได้ใช้ผ้าไหมมาจึงเป็นแผ่นสกรีนอีกแล้วแต่ใช้แผ่นสกรีนที่ทำด้วยใยสังเคราะห์แทน และใช้เครื่องพิมพ์อัตโนมัติกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีการพิมพ์โดยใช้มืออยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน เพราะบางครั้งงานพิมพ์ ก็มีไม่มาก และเป็นระบบที่คนทั่วไปสามารถทดลองทำได้ไม่ยุ่งยากมากนัก

แต่เดิมมาการพิมพ์ซิลค์สกรีนมีปัญหา คือ ความล่าช้า เพราะต้องรอนานกว่าหมึกที่พิมพ์จะแห้งต้องตากแผ่นที่พิมพ์ทิ้งไว้ แต่ปัจจุบันได้มีการใช้หมึกพิมพ์ที่แห้งด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต (UV) เมื่อพิมพ์แล้วเอาไปผ่านรังสีอัลตราไวโอเลต หมึกพิมพ์ก็จะแห้งทันที ทำให้ สะดวกและรวดเร็ว มาก

ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีนสามารถดัดแปลงรูปแบบของแม่พิมพ์สกรีนให้พิมพ์ลงวัสดุการพิมพ์ได้ทุกชนิด โดยการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ดีเหมาะสมกับวัสดุที่จะใช้พิมพ์ เช่น พิมพ์ลงบนพลาสติก ผ้า ไม้ แก้ว กระจาษา ฯลฯ เกือบไม่มีข้อจำกัดในการนำระบบนี้ไปใช้ในปัจจุบันเพราะได้มีการแก้ไขปัญหาด้านต่างๆไปมากแล้ว นอกจากการพิมพ์จำนวนมากๆเท่านั้นเพราะความเร็วยังสู้ระบบอื่นไม่ได้ ปัจจุบันระบบซิลค์สกรีน ใ้ใช้อย่างกว้างขวางทั่วไปในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ต่อไปนี้คือ

1. โปสเตอร์โฆษณาขนาดใหญ่ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มาก

2. พิมพ์ลวดลายขลุ่ยแก้ว ขลุ่ยพลาตติก กระเบื้องเคลือบ และวัสดุต่างๆเกือบทุกชนิด
3. พิมพ์ผ้า เสื้อ และสิ่งทอต่างๆได้
4. แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์
5. สิ่งพิมพ์ประเภทที่ต้องการพิมพ์จำนวนน้อยแต่ต้องการความสวยงาม เช่น เมนูอาหาร บัตรอวยพร บัตรรายการ นามบัตร และงานศิลปะภาพพิมพ์ต่างๆ

จึงอาจกล่าวได้ว่าระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีนมีความคล่องตัวในการพิมพ์มากกว่า ระบบการพิมพ์อื่นๆทั้งสิ้น

## สรุป

การประชาสัมพันธ์ พอสรุปได้ความหมายและคำจำกัดความได้ว่า การวางแผนอย่างดีและปฏิบัติตามแผนนั้นเพื่อส่งสาร ให้กับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และกิจการของหน่วยงานและทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีกระบวนการ 3 ประการคือ การส่งสาร การปรับเข้าหากัน และการชักจูงใจ ซึ่งจะทำให้เกิดความสำคัญอันดีกับกลุ่มประชากร โดยจุดมุ่งหมายจะสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์นั้นมี ประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานการดำเนินงานให้ราบรื่นนั้นต้องการร่วมมือกันภายในองค์การสิ่งที่จะทำให้ได้ความสำเร็จคือ การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี และจะนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ภายนอกที่มีประสิทธิภาพต่อประชาชน ให้เกิดความเข้าใจอันดีในการรับรู้ การแก้ความเข้าใจผิดเพื่อภาพพจน์ที่ดี เป็นการส่งผลต่อการตลาดขององค์กรด้วย

โปสเตอร์หรือแผ่นป้ายโฆษณาเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารได้กับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ในด้านการออกแบบ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบตลอดจนแนวทางการออกแบบกราฟิก ได้อย่างอิสระและสวยงาม ลักษณะเฉพาะของโปสเตอร์จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิต่ง่าย ใช้ง่าย มีผู้กำหนดลักษณะกว้างๆเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาหรือโปสเตอร์ว่าจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างด้วยกันคือ “ต้องเป็นแผ่นโคคๆซึ่งสามารถปะติดลงบนพื้นผิวใดก็ได้ ,ต้องมีข้อความประกอบเสมอ,ต้องปิดไว้ในที่สาธารณะ ,ต้องผลิตขึ้นมาเป็นจำนวนมาก การกำหนดขนาด ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการโฆษณาโดยทั่วไป การกำหนดขนาดว่าเป็นเท่าใดมักจะกำหนดตามขนาดของกระดาษ ที่จะมีจำหน่ายในห้องตลาด ในบ้านเรามีอยู่ 2 ขนาด ได้แก่ 31” x 43” , 24” x 35” การกำหนดขนาดจากการแบ่งกระดาษแผ่นใหญ่ จะทำให้กระดาษ ไม่เหลือเศษ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นการใช้เนื้อที่ของกระดาษอย่างเต็มที่นอกจากการวิธี

กำหนด จากขนาดของกระดาษแล้วก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ด้วย เช่น ขนาดพื้นที่ ทัวๆไปสำหรับการคิดเผยแพร่ ความสวยงามในการออกแบบที่เหมาะสม

แผ่นพับ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดไคเร็คเมล์(Direct Mail) ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และ แจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือมีขนาดเล็กหรือหยิบได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่าน ผู้ออกแบบมีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระหลากหลายและ สวยงาม ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำกว่าสิ่งพิมพ์อีกหลายชนิด จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือ สามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง แผ่นพับมีลักษณะเด่นคือสามารถพับได้หลายแบบ แผ่นพับเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้าอย่างน้อย 4 หน้า และสามารถพับได้ถึง 80 หน้า แต่ส่วนใหญ่แล้วนิยมพับอย่างมากที่สุด 16 หน้า เนื่องจากจำนวนหน้าเกิดการแบ่งกระดาษด้วยการพับ จึงมักไม่นิยมแบ่งเลขหน้า

สื่อโฆษณาด้านนอกรถโดยสาร ขสมก. (Busside) เนื่องจากเป็นสื่อเคลื่อนที่ (MOBILE) ดังนั้นป้ายโฆษณาที่ติดอยู่กับรถจึงเคลื่อนที่ไปในย่านต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับรถโดยสารคันหนึ่งๆ จะวิ่งจากจุดเริ่มต้นถึงปลายทางวันละหลายเที่ยว ความถี่กลุ่มเป้าหมาย(TARGET GROUP) จะเห็นโฆษณาต่อป้ายจึงสูงและผลกระทบ (IMPACT) จะยิ่งสูงขึ้นเมื่อคำนึงถึงจำนวนป้ายโฆษณาที่ใช้กันทั้งหมด เมื่อสายเดินรถทั้งสิ้นมีมากถึง 111 สาย และมีจำนวนรถประมาณ 4,000 คัน วิ่งรับส่งผู้โดยสารผ่านย่านต่างๆที่แน่นอน ดังนั้นจึงสามารถเจาะจงพื้นที่ครอบคลุมได้อย่างแม่นยำ เป็นสื่อที่สนับสนุน (SUPPORTING MEDIUM)ในช่วงออกโครงการโฆษณา(CAMPAIGN LAUNCH) และโครงการส่งเสริมการขาย (PROMOTIONAL CAMPAIGN) สื่อประเภทนี้จะส่งเสริมสื่อหลักคือโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เพื่อให้การครอบคลุมพื้นที่ (AREA COVERAGE) และการเข้าถึง (REACH)ตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ผลยิ่งขึ้น

ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billbord) ตัวอักษรสำหรับป้าย ตัวหนาที่ดีที่สุดเพราะเป็นสื่อที่ต้องใช้เวลาในการมองเห็นรวดเร็ว อ่านง่ายและสะดวกเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง สำหรับป้ายโฆษณาภาษาอังกฤษไม่นิยมใช้คำมากกว่า 7 คำ หลีกเลี่ยงตัวแบบเขียนหรือตัวแบบใช้เนื้อความในหนังสือ ใช้ตัวหนังสือสูงประมาณ 3" สำหรับระยะในการมองเห็น 100 ฟุต ถ้าไม่จำเป็นพยายามอย่าใช้ตัวใหญ่ทั้งหมด(ภาษาอังกฤษ)ถ้าเป็นไปได้ใช้คำเดียว

หลักเกณฑ์ทั่วไปของการออกแบบ ส่วนถัด การกำหนดส่วนตัดของรูปแบบของงานที่จะออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการใส่องค์ประกอบลงไปให้เหมาะสม แล้วคำว่า ส่วน อาจมีความหมายได้ 2 ประการ คือ -เป็นเรื่องความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาด ,-เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบย่อย และภาพรวมขององค์ประกอบทั้งหมด ความสมดุล การจัดวางตำแหน่ง

ขององค์ประกอบต่างๆ ในภาพให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกว่าองค์ประกอบของภาพนั้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง น้ำหนักของภาพนั้นขึ้นอยู่กับขนาด รูปร่าง ความเข้มแลสี ดังนั้น การจัดวางตำแหน่งองค์ประกอบให้ดูไม่หนักไปข้างใดข้างหนึ่ง จึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง แต่ก็เป็นการยากที่จะกำหนดตายตัวลงไปว่าจะต้องกำหนดตำแหน่งไว้ที่ใดอย่างไร เพราะไม่มีสูตรที่คำนวณในกรณีนี้ แต่ประสบการณ์และการหัดใช้สายตาพิจารณาจะช่วย ความแตกต่างการสื่อข้อความใดๆก็ตามมักจะมีการเน้นให้ความสำคัญของข้อความสำคัญของ ข้อความใดข้อความหนึ่งมากกว่าข้อความอื่น เพื่อแสดงจุดสำคัญของเรื่องซึ่งความคิดที่จะให้มีการเน้นข้อความใดนั้นจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดทำได้ ถูกต้องตามลักษณะของสื่อที่จะใช้ต่อไป ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้ขนาดรูปร่าง สี และทิศทางที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบเพื่อทำให้เกิดความเด่นขึ้น การเน้นจะมีการเน้น 3 อย่างคือการเน้นความแตกต่างโดยขนาด โดยการใช้ขนาดของภาพหรือข้อความที่จะต้องการเน้นให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่า อย่างที่สองคือการเน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง ในบางกรณีการใช้ขนาดที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียวยังเพียงพอ อย่างที่สามคือการเน้นความแตกต่างโดยการใช้ความแก่-อ่อนของสีของภาพ และการเน้นความแตกต่างด้วยทิศทาง ความมุ่งหมายของการใช้ทิศทางในการสร้างความสนใจ คำว่าทิศทางในการออกแบบสามารถกำหนดได้ 2 วิธีคือ 1. โดยการกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบเดียวกันเรียงซ้ำกัน 2. โดยการใช้เส้นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงทิศทาง ว่ามีทิศทางหรือทิศทางในการเคลื่อนไหวขององค์ประกอบไปทางทิศทางใด ความมีเอกภาพถ้าโฆษณาใดไม่มีเอกภาพของคนเองแล้วย่อมไม่สามารถแสดงให้เห็นจุดหมายของการออกแบบ ให้เห็นได้อย่างเด่นชัดว่ามุ่งให้เห็นเกิดผลอย่างไร ความมีระเบียบในการวางรูปแบบ พัฒนาขึ้นจากความไม่มีระเบียบ โดยการจัดกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน ความผสมกลมกลืนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นั้นผู้ออกแบบจะต้องจัดให้องค์ประกอบของภาพมีความผสมกลมกลืนกันและให้ผลตามความต้องการหลัก 2 ประการคือ อย่างแรกคือรูปแบบที่ออกมาจะต้องสะอาดตาผู้ชม อย่างที่สองในขณะที่เดียวกัน ภาพรวมทั้งหมดจะต้องสื่อความหมาย หรือให้ผลในการมองเป็นสีเขียวกัน การจัดวางรูปร่างการจัดวางองค์ประกอบของภาพหากจัดให้เป็นสื่อสีเขียวหรือเป็นรูปทรงใดรูปทรงหนึ่งที่ชัดเจนจนเกินไป จะทำให้เป็นที่น่าสนใจน้อยกว่าการจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ไม่แน่นอน

จิตวิทยาการใช้สีความพึงพอใจ ความชอบไม่ชอบเกี่ยวกับสีแต่ละสีของคนแต่ละคน แต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนที่ชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจและเข้าถึงคุณค่าของภาพเหล่านั้น สามารถตอบสนองแรงกระตุ้นได้ตามวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมายสำคัญของงานออกแบบที่เดียว มีทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องสี ที่จะช่วยให้ความกระฉ่งในเรื่องของความหมาย และอิทธิพลของสี ที่มีต่อการรับรู้ต่อทัศนภาพ คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆสนใจสีแดงเข้ม สดุดตา ไม่ชอบสี

อ่อนและจะตั้งเกตุไ้มาเมื่อมีอายุมากก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวล การวางโครงสีในงานการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ จึงต้องเน้นวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

### ความหมายของภาษาโฆษณา

ภาษาโฆษณาหมายถึง ถ้อยคำ หรือเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิตสิ่งโฆษณาถ่ายทอดในการโฆษณาชิ้นหนึ่งๆ ไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจใคร่รู้เรื่องราวของสินค้านั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นอักษรหรือไม่เป็นอักษรก็ตาม

ภาษาโฆษณามีลักษณะเฉพาะ ภาษาที่ใช้ในการโฆษณานั้นมุ่งโน้มน้าวผู้อ่านผู้ฟังให้สนใจ คล้อยตาม และเกิดการกระทำตามที่ผู้ผลิตงานโฆษณามุ่งหมายไว้ในเนื้อที่จำกัด

ส่วนประกอบของภาษาโฆษณาวัจจนภาษา หมายถึงภาษาถ้อยคำ ที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการ ใช้ตัวอักษรและ ถ้อยคำสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร วัจจนภาษาการโฆษณาก็คือ ข้อความและถ้อยคำทุกส่วนที่ประกอบขึ้นเป็นชิ้นงานโฆษณาหนึ่งๆ ซึ่งสื่อความหมายได้ เป็นส่วนสำคัญที่ผู้คิดคำโฆษณาจะต้องสร้างสรรค์คำ เพื่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อัจจนภาษา หมายถึงส่วนอื่นๆที่ประกอบขึ้นเป็นชิ้นงานโฆษณาหนึ่งๆนอกจากถ้อยคำข้อความ และสามารถสื่อความหมายได้ ใช้อัจจนภาษาประเภทภาพประกอบ วิธีการจัดภาพและความว่างในภาพ เรื่องหมายการค้า หรือครา์รับรอง

การใช้ภาษาในการทาดหัว ในการโฆษณาสิ่งพิมพ์นั้น หัวเรื่องถือว่าเป็น สิ่งสำคัญที่สุด การเขียนหัวเรื่องควรใช้ภาษาง่ายๆบอกถึงที่ต้องการด้วยภาษาที่ผู้อ่าน ไม่ต้องหยุดคิด หรือแปลความหมายคลุมเครือในหัวเรื่องนั้น โดยเฉลี่ยคนจะอ่านคำพาดหัวเรื่อง มากกว่าตัวเรื่องถึง 5 เท่า การพาดหัวเรื่องที่ได้ผลมากที่สุดต้องมีเนื้อหาที่ให้คำมั่นสัญญา หรือรับรองแก่ผู้อ่านถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับอย่างใดอย่างหนึ่ง

ขั้นตอนการพิมพ์การนำเอาอาร์ตเวอร์คที่เป็นข้อความไปถ่ายเป็นฟิล์มลายเส้น ถ้าสิ่งโฆษณาประเภทข่าว-คำ ก็นำส่วนที่เป็นภาพไปถ่ายฟิล์มภาพสกรีน แต่ถ้าเป็นโฆษณาแบบที่ต้องการให้สีเหมือนสีต้นฉบับก็ทำโดยการนำภาพต้นฉบับมาถ่ายลงบนฟิล์มแยกสีทีละสี แล้วจึงใส่สกรีนลงบนฟิล์มที่แยกสีจะได้ฟิล์มสีชุด ได้แก่ สีฟ้า ,สีบานเย็น,เหลือง,และดำเมื่อจะนำเอาไปพิมพ์จะต้องนำฟิล์มเหล่านี้ไปอัดแม่พิมพ์ แล้วพิมพ์ด้วยหมึกหมึกทั้งสี่สี การวางรูปแบบฟิล์ม เป็นขั้นตอนนำฟิล์มทั้งชนิดลายเส้น ฟิล์มลายสกรีนหรือฟิล์มแยกสีมาจัดวางตำแหน่งเหมือนเช่นในอาร์ตเวอร์ค เพื่อนำไปอัดลงบนแม่พิมพ์ การทำแม่พิมพ์ เป็นการนำแผ่นฟิล์มที่วางรูปแบบไว้แล้วมาอัดลงบนแผ่นแม่พิมพ์เรียกกันว่า การถ่ายเพลท ขั้นตอนการพิมพ์คือ การเอาแม่พิมพ์มาใส่ในแม่พิมพ์ลงบนวัสดุการพิมพ์คือ กระดาษชนิดต่างๆตามแต่ชนิดของกระดาษที่เป็นสิ่งพิมพ์ซึ่งจะบรรจุสิ่งโฆษณานั้นไว้

กระดาษ ประเภทกระดาษที่ใช้ในปัจจุบันทำให้หลายชนิดเราสามารถจำแนกได้หลายวิธี ได้แก่ การจำแนกตามการใช้งาน ตามวัตถุดิบและวิธีการผลิต ตามลักษณะที่มองเห็นและการใช้งาน ตามลักษณะของผิวหน้าและความหนา ซึ่งกระดาษที่ใช้พิมพ์จะมีความหนาแตกต่างกันออกไป รวมถึงผิวหน้าที่มีทั้งแบบ เคลือบผิวและไม่เคลือบผิว กระดาษที่เคลือบผิว กระดาษที่ใช้น้ำจืดน้อยใช้ทำแผ่นพับหนังสือ เรียกกระดาษแอนทิก กระดาษอาร์คคือกระดาษปอนด์ที่มีความหนาเหมาะสำหรับทำโปสเตอร์ กระดาษอาร์ค คือการนำกระดาษขาวไปเคลือบผิว นิยมทำแผ่นพับ ฉลากปิดอาหาร กระดาษกราฟที่ผลิตจากเยื่อกระดาษไม่ได้ฟอกสี

ระบบการพิมพ์ การพิมพ์ระบบเลเซอร์เพรส เป็นการพิมพ์ที่แม่พิมพ์มีการสัมผัสกับกระดาษหรือวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรง การถ่ายทอดหมึกจากแม่พิมพ์ลงบนกระดาษเกิดขึ้นได้โดยการใช้แรงกดให้สัมผัสกัน ฉะนั้นสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์โดยระบบเลเซอร์เพรสจะมีสิ่งที่จะสังเกตเห็นได้ชัดเจน การพิมพ์โดยระบบโซกราฟฟี เป็นระบบการพิมพ์ที่พื้นฐานแบบเดียวกับระบบเลเซอร์เพรส แต่ใช้แม่พิมพ์ยางที่เป็นแผ่นติครอปโมแม่พิมพ์ และใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นน้ำมันป้อนเข้าเครื่องพิมพ์อย่างต่อเนื่อง ระบบโซกราฟฟีเป็นระบบการพิมพ์ที่มีความประหยัดมาก ระบบการพิมพ์ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะในงานพิมพ์ที่สวยงาม มีความคงตัวในการจัดทำ อาร์ตเวิร์คและการออกแบบมากกว่า และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็จะไม่ยุ่งยากมากจนเกินไป ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบันนี้มาก ทำให้การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีความสวยงามและสะดวกยิ่งขึ้น ยิ่งพิมพ์จำนวนมากค่าใช้จ่ายต่อหน่วยก็จะยิ่งถูกลง แต่ถ้าพิมพ์จำนวนน้อยๆแล้ว ก็จะแพงมากเพราะมีค่าใช้จ่ายประเภทอาร์ตเวิร์ค ฟิล์ม และแม่พิมพ์เพิ่มขึ้น ระบบการพิมพ์ออฟเซตโดยตัวของระบบเองสามารถให้งานพิมพ์ที่สวยงามได้ แต่มีข้อจำกัดอยู่คือการทำอาร์ตเวิร์ค การทำฟิล์ม การแยกสี และการทำแม่พิมพ์ จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งที่ผู้จัดพิมพ์จะต้องระมัดระวังเอาใจใส่ให้มาก นอกจากนี้แล้วยังต้องเลือกใช้กระดาษให้ถูกต้องกับงานที่ต้องการพิมพ์ด้วย

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาย เชนธุ์ชาติพรชัย (2539) ทำการวิจัยออกแบบปรับปรุงป้ายสารระนิเทศภายในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ เป็นการออกแบบปรับปรุงป้ายกล่องไฟ แสดงที่ตั้งต่างๆภายในสถานที่ การดำเนินการวิจัยได้ศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆโดยแบ่งเป็นภาคเอกสารการวิจัย การศึกษาภาคสนามภายในท่าอากาศยานและการสัมภาษณ์ ผลจากการวิจัยได้ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก มีทั้งหมดด้วยกัน 8 ป้าย ซึ่งใช้ระบบการให้แสงสว่างในการทำงาน มีลักษณะป้ายกล่องไฟ ติดตั้งตายส่วนเพดาน โดยใช้ส่วนของโลหะ สัญลักษณ์ที่จะออกแบบ แบ่งเป็นห้องประดมพยาบาล โทรศัพท์

สาธารณะ รับผิดชอบ-ส่งผู้โดยสาร สุขา แลกเปลี่ยนเงิน ไปรษณีย์โทรเลข บริการท่องเที่ยว จอที่พับ ขนาดของการติดตั้งป้ายขนาด 200 X 2249 X 800 มม. ซึ่งป้ายจะมีส่วนที่โชว์ข้อความทั้ง 2 ด้าน

( ชาญุช พิทยาปริษา :2539) ได้วิจัยโครงการสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในเชิงสร้างสรรค์สังคม “โครงการเพื่อนร่วมทาง” ของกระทรวงศึกษาธิการมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อนำความคิดสร้างสรรค์เรียนรู้ระบบการโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาสังคมให้ผู้บริโภคทราบถึงหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นพิษ ช่วยส่งเสริมค่านิยมในสังคม เพื่อขอความร่วมมือจากประชาชน ในการศึกษาข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ ได้ศึกษาถึงปัญหาการจราจร ให้ช่วยกันลดการใช้ยานพาหนะในการเดินทางมาโรงเรียนของผู้ปกครองเพื่อส่งเด็กนักเรียน และหันมารวมกันเพิ่มรถที่จะเป็นยานพาหนะในการมาโรงเรียน การดำเนินการวิจัยได้ศึกษาข้อมูลด้านกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กที่เข้าสู่วัยรุ่น ทางด้านอารมณ์ สังคม สติปัญญา การวิเคราะห์ ตลาด ถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์เดิมที่มีอยู่ โดยใช้มาตรการดำเนินงานผ่านทางสื่อใช้ในสถานับการศึกษา ถึงครู ผู้ปกครอง นักเรียน ผลของการวิจัยประกอบไปด้วย Magazine ad. เพื่อดึงดูดความสนใจ ลักษณะเป็นงานชุด 3 ชิ้น Poster มีลักษณะเป็นชุดคู่ 2 ชิ้น ที่สามารถใช้ติดบอร์ดภายในโรงเรียน Direct Mail เพื่อส่งตรงให้กับผู้ปกครองมีลักษณะเป็นแผ่นพับทำเป็นชุดเป็นภาพเป็นคำวิพากษ์บนกระเปาะเสื้อนักเรียนมี 2 ชุด Stationary เป็นลักษณะแผ่นแสดงความคิดเห็นมีดีเหลือ่งและสีขาว Sign เป็นการออกแบบแบบสัญลักษณ์ เพื่อติดบริเวณจุดรับเด็กนักเรียน Sticker ติดหน้ารถผู้ปกครองมีรูปเหมือน ตราสัญลักษณ์หรือ Logo ของการดำเนินงานโครงการ

(จรินทร์ผืนคำอ้าย : 2540) ได้ทำการวิจัยเรื่อง โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับมูลนิธิกองทุนการศึกษาพัฒนา โดยมีการออกแบบสื่อ โสต โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ซึ่งได้แก่ แผ่นพับเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารการรับบริจาคทุนการศึกษา แผ่นภาพหรือโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์วิธีทัศนเพื่อการเผยแพร่เชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ผู้มีน้ำใจคือบุคคลทั่วไปเพื่อการบริจาคทุนการศึกษา ให้เข้าใจถึงมูลนิธิเพื่อช่วยเหลือเด็กยากจนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการดำเนินงานได้นำเสนอความสำคัญของปัญหาถึงความจำเป็นของสาเหตุของการเกิดปัญหาของการศึกษา และศึกษาประวัติของหน่วยงานรวมถึงความสำคัญของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อหาเงินทุนในทำงาน ได้บรรลุตามเป้าหมาย การวิจัยได้ใช้แบบสอบถาม การสังเกต การสัมภาษณ์ โดยหาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อมูลนิธิ ซึ่งผลของการวิจัย ที่มีการออกแบบภาพเด็กเป็นสื่อชักชวน และใช้คำขวัญในการใช้สื่อ โดยใช้ตัวอักษรดีเหลือ่งชัดเจน ซึ่งจะติดกับตัวพื้นหลังซึ่งเป็นท้องฟ้าและมีรายละเอียดของมูลนิธิแจ้งให้ทราบ ส่วนของแผ่นพับ ใช้กระดาษผลิตขนาด A4 พิมพ์ออฟเซต 4 สี

ใช้ภาพและการบรรยายเนื้อหาซึ่งจะเน้นเป็นสำคัญ มีการสร้างความสมดุล ให้เกิดภายในในการจัดภาพ

(กาญจน กาญจนศิริ : 2536) ได้ทำการวิจัยโครงการออกแบบป้ายสาธารณะนิเทศภายในสวนสัตว์สงขลา ซึ่งเป็นสวนสัตว์ที่ 5 ในความดูแลรับผิดชอบของสวนสัตว์ ปัจจุบันมีการขยายไปยังเขตท้องถิ่นในทุกจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดสงขลาซึ่งเป็นจังหวัดที่ใหญ่ เป็นศูนย์กลางการค้าขายการท่องเที่ยวทางภาคใต้ ซึ่งจังหวัดสงขลาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวผู้คนที่มาเที่ยวอยู่กันทั่วโลก การดำเนินงานขององค์การสวนสัตว์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับทิศทาง และสถานที่ตั้งของกรงสัตว์ในการเดินทางไปสู่เป้าหมาย ในการเข้าชมสวนสัตว์ การออกแบบป้ายสาธารณะนิเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าชม ให้ได้ทราบทิศทาง และเป้าหมายสถานที่ตั้ง ทำให้เกิดความเพลิดเพลินในการเข้าชม ทำให้เกิดความ เป็นระเบียบ สวยงาม ของป้ายที่มีเอกลักษณ์ และกลมกลืนทั่วทั้งสวนสัตว์ จึงสนใจแก่ผู้เข้าชม โดยการใช้ตัวอักษร และความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกราฟฟิคมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ และภาพลักษณ์ที่ดี

(บัญญัติ คำนูนวัฒน์ : 2535) ได้ทำการวิจัยเรื่อง งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย โรงงานปูนซีเมนต์ไทยแก่งคอย จังหวัดสระบุรี สรุปได้ว่าจากการที่บริษัทปูนซีเมนต์ไทย โรงงานปูนซีเมนต์ไทยแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ในปี 2531 โดยทำเป็นโครงการต่าง ๆ 10 โครงการนั้น มีผลเป็นอย่างไร กล่าวคือประชาชนที่อาศัยอยู่รอบโรงงานได้รับรู้เกี่ยวกับโครงการดังกล่าวหรือไม่เพียงใด ได้รับประโยชน์จากโครงการหรือไม่เพียงใด และมีความพอใจกับโครงการหรือไม่ ในขณะเดียวกันการศึกษานี้มุ่งเพื่อให้ทราบถึงภาพพจน์ของบริษัทในความนึกคิดของชุมชนรอบโรงงานแก่งคอย การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์สามารถเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การได้ ดังนั้น หากมีการกำหนดนโยบายและวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์อย่างจริงจัง และให้บังเกิดผลแล้ว ก็ควรให้ความสนใจ และให้ความสำคัญกับเรื่องของชุมชนการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น และมีการนำไปใช้อย่างถูกต้อง ตามหลักวิชาการ ดังนั้นหากองค์กรหรือสถาบันสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนได้ ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมได้

(นพดล นามเวช : 2541) ได้ทำการวิจัยโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สวนสัตว์นครราชสีมา การวิจัยมีจุดประสงค์เพื่อปลูกจิตสำนึกประชาชนให้ช่วยอนุรักษ์สัตว์และธรรมชาติ ในขอบเขตของการทำวิจัย ได้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่ ไปสเตอร์ แผ่นพับ บัตรเข้าชม และคัตเอาท์ ในโครงการนี้ได้มีการใช้สื่อประเภทดังกล่าวกับกลุ่มผู้ใช้บริการ โดยสื่อจะเป็นในลักษณะเผยแพร่ลักษณะคำที่ใช้จะเป็นในลักษณะของการเชิญชวนให้มีความรักในธรรมชาติและสัตว์ป่า ภาพที่ใช้จะเป็นภาพประกอบจริง เพราะเป็นการใช้สื่อที่มีความเข้าใจง่ายมากที่สุด

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ผลการดำเนินการเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เพื่อให้ทราบถึง เจตนารมณ์ จุดมุ่งหมาย และการให้บริการแก่ผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงานทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการจัดลำดับของการดำเนินงานวิจัย โดยแบ่งขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยออกเป็นเรียงๆ ดังต่อไปนี้

1. วิธีการสำรวจและรวบรวมข้อมูล
2. แหล่งที่มาของข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 วิธีการสำรวจและรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการวิจัย ผู้ทำวิจัยได้รวบรวมโดยแบ่งเป็นภาคเอกสารการสัมภาษณ์ การทำแบบสอบถาม การศึกษาของการวิจัยภาคสนาม โดยแบ่งออกเป็นประเภทดังนี้

##### 3.1.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ

การสังเกต ผู้วิจัยได้ทำการสังเกต พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภครที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ในแผนงานที่ได้ดำเนินงานมาแล้วของทางหน่วยงาน

การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์จากพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนสาระพิเศษของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมของโครงการ ถึงเรื่องโครงการดำเนินงานต่อกลุ่มผู้ว่างงานและภาวะถูกเลิกจ้าง โดยมีนโยบายมาตรการทั้งหมด 7 มาตรการ

1. การจ้างงานในชนบท
2. การแก้ไขแรงงานต่างด้าว
3. โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวราชดำริ
4. มาตรการประหยัดหรือโครงการ “ไทยช่วยไทย”
5. มาตรการส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ
6. มาตรการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม
7. โครงการทางสว่างแห่งอาชีพ

### 3.1.2 การศึกษาข้อมูลภาคสนาม

การถ่ายภาพ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพในการศึกษารายละเอียดของสื่อประชาสัมพันธ์เดิมและสื่อข้างเคียงที่ใช้ภายในท้องตลาดเพื่อการโฆษณาศึกษาลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคในการเลือกใช้ รวมไปถึงการศึกษาของรูปแบบต่างๆ ของสื่อที่ใช้ในปัจจุบัน โดยการถ่ายภาพและเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.2. แหล่งที่มาของข้อมูล

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำงานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากส่วนสาระนิเทศ,กรมการจัดการงานกระทรวงแรงงานฯ อีกทั้งยังได้ทำการศึกษาลักษณะงานในด้านต่างๆ ในเชิงการผลิต การเลือกสรรวัสดุ ในการออกแบบ โดยสามารถแบ่งลักษณะที่มาของข้อมูลได้เป็น 2 แหล่งใหญ่ๆคือ

3.2.1 ข้อมูลจากตัวบุคคล ได้แก่ ผู้อำนวยการส่วนสาระนิเทศ คุณ ชีระพล ชุนเมือง ในเรื่องรายละเอียดมาตรการทั้ง 7 มาตรการของแผนปฏิบัติงานและนโยบายต่างๆเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบ

### 3.2.2 ข้อมูลด้านภาคเอกสารและตำรา

อาทิเช่น หลักการประชาสัมพันธ์,แผนปฏิบัติการบรรเทาปัญหาการว่างงาน,องค์ประกอบในงานกราฟฟิก หลักการออกแบบโปสเตอร์ การทำอาร์ตเวิร์ค ลักษณะการพิมพ์ในระบบต่างๆ โดยศึกษาจากสถานที่ดังนี้

- ก. ส่วนสาระนิเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- ข. กรมการจัดการงานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- ค. ห้องสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ง. ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- จ. บริษัท เอส.แมพ จำกัด ห้วยขวาง
- ฉ. บริษัทแกรนด์มีเดีย ยานนาวา

หลังจากรวบรวมข้อมูลลักษณะดังกล่าวที่ได้มาแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. จัดเรียงข้อมูล รวบรวมข้อมูล
2. สรุปข้อมูล
3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ และทำการออกแบบ
4. วิธีการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแยกข้อมูลจัดลำดับความสำคัญเพื่อนำไปประเมินค่าหาผลวิเคราะห์ในการดำเนินการออกแบบ ซึ่งการวิเคราะห์นั้นมาจากการรวบรวมข้อมูลต่างๆจากภาคต่างๆนำมาสรุปและหาผลดี ผลเสียของหัวข้อที่นำมาวิเคราะห์ เพื่อหาความสำคัญ ของตัวเลือกนั้นๆ

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีทั้งการผ่านการแทนค่าโดยใช้ตารางในการหาแทนค่า รวมถึงการนำข้อมูลมาสรุปเพื่อนำมาใช้ในขั้นตอนการออกแบบต่อไป

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้มีการใช้สถิติในการวิจัยรูปแบบร้อยละซึ่งเป็นสัดส่วนที่เปรียบเทียบจำนวนเต็มร้อยละ

1. ฐานที่ใช้ในการคำนวณต้องเป็นร้อยละ
2. ทศนิยม ปกติทศนิยมตำแหน่งเดียว ถ้าทศนิยมตัวที่ 2 มากกว่าให้ปัดขึ้นถ้าน้อยกว่า 5 ให้ปัดทิ้ง ถ้า 5 พอดี ให้ดูทศนิยมตัวแรกถ้าเป็นเลขคู่ให้ปัดทิ้ง ถ้าเป็นเลขคี่ให้ปัดขึ้น
3. ฐานที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ควรมีตำแหน่งพอๆกันไม่แตกต่างกันมากเกินไป โดยมีสูตรดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนผู้ตอบคำถาม}}{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}} \times 100 = \text{จำนวนร้อยละ}$$

และผู้วิจัยได้มีหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ในการจัดลำดับ เป็นค่าคะแนนที่ใช้ดังต่อไปนี้

5	หมายถึง	เหมาะสมที่สุด
4	หมายถึง	เหมาะสมมาก
3	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

ดังนั้นเกณฑ์การวิเคราะห์โดยใช้ค่าคะแนนในการจัดลำดับสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความเหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ข้อมูลภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความคิดเห็น จากกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่คาดว่าจะจบการศึกษาในชั้นปีสุดท้าย และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิเช่น อาจารย์ด้านการออกแบบและเจ้าหน้าที่ที่ ทำงานรับผิดชอบส่วนสารสนเทศกระทรวงแรงงาน โดยกำหนดการสอบถามกลุ่มละ 10 คน รวมทั้ง หมด 20 คน ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. เขตที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

1. สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่ท่านมีความรู้สึกสนใจที่สุด? (ใส่หมายเลขเรียงลำดับ)
2. ท่านทราบหรือไม่ว่ากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมมีการเผยแพร่ นโยบายแก้ไข และบรรเทาปัญหาการว่างงานของประชาชนภายในประเทศ?
3. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์สัมพันธผลการดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน ประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, ป้ายข้างรถประจำทาง, ป้ายโฆษณากลางแจ้ง หรือไม่?
4. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจากแหล่งใดบ้าง?
5. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “โปสเตอร์” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?
6. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “แผ่นพับ” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?
7. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?
8. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณากลางแจ้ง”(ป้ายคัดเอาท์) ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

9. ถ้าสมมุติว่าท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่อยู่ใภาวะการว่างงานท่านจะสนใจในนโยบายการแก้ไขและบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานหรือไม่?

ตอนที่ 3 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

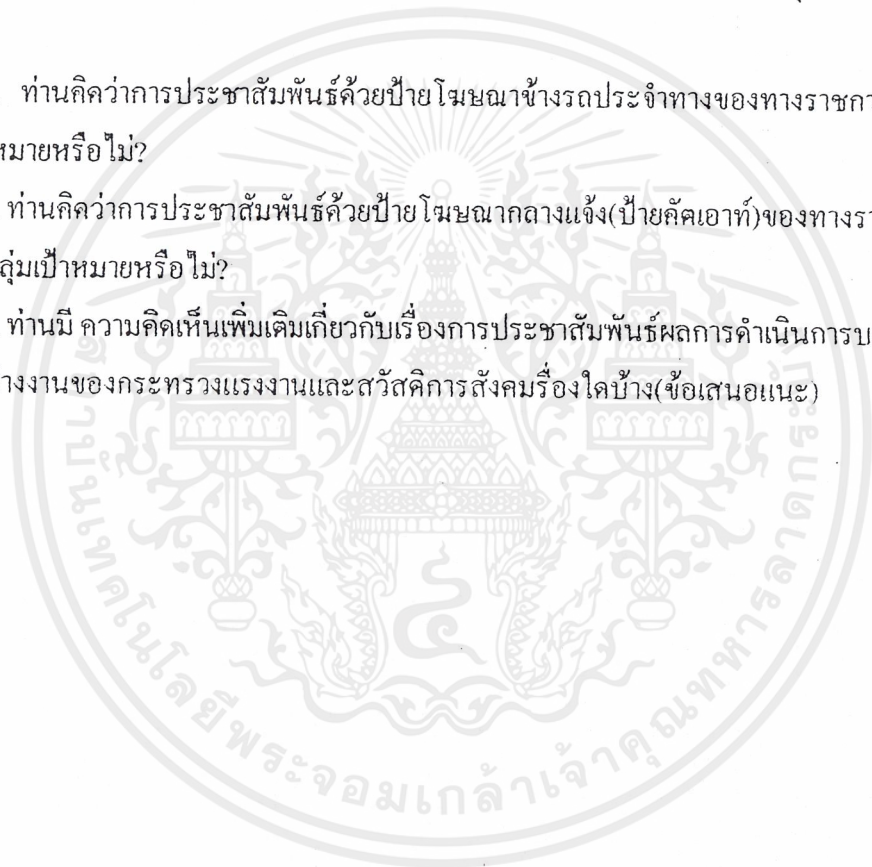
10. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยโปสเตอร์ของทางราชการจะดีถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

11. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับของทางราชการจะดีถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

12. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางของทางราชการจะดีถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

13. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายโฆษณาทางแจ้ง(ป้ายอิเล็กทรอนิกส์)ของทางราชการจะดีถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

14. ท่านมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินการบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเรื่องใดบ้าง(ข้อเสนอแนะ)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆเพื่อสรุปเป็นแนวทางการออกแบบ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆดังนี้

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์

การทำต้นฉบับเพื่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การนำเสนอการออกแบบและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

โดยแต่ละหัวข้อมีรายละเอียดดังนี้

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์หมายถึง การนำข้อมูลมาแยกแยะจัดความสำคัญของข้อมูล โดยจัดลำดับความสำคัญเพื่อเป็นการนำมาประเมินผลลัพธ์ของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลต้องมีการจัดลำดับข้อมูลซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นต้องมีการนำเอาข้อพิจารณาต่างๆ มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุปว่าข้อใดเหมาะสมหรือไม่เพียงใด เพื่อเป็นการนำไปใช้ในขั้นตอนของการออกแบบ

#### ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์

ผู้สัมภาษณ์ การประชาสัมพันธ์ของส่วนสธาระนิเทศ ในการบรรเทาปัญหาการว่างงาน ทั้ง 7 มาตรการนั้นเป็นในลักษณะใด?

คุณ ชีระพล การประชาสัมพันธ์กับมาตรการในการบรรเทาปัญหาการว่างงาน จะใช้หัวข้อที่ว่า “7 มาตรการรัฐบาลสร้างงานล้านคน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ ภารกิจ การดำเนินงาน และขยายการรับรู้ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายในทุกพื้นที่อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ

ผู้สัมภาษณ์ ในส่วนของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ หน้าที่ในการรับผิดชอบของส่วนสธาระนิเทศ มีหน้าที่ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท โปสเตอร์ ,แผ่นพับ,ป้ายข้างรถประจำทางและป้ายคัดเอาท์อย่างไรบ้าง ?

คุณ ชีระพล หน้าที่ในส่วนรับผิดชอบของส่วนสธาระนิเทศนั้นถ้าเป็น โปสเตอร์ และแผ่นพับ เราจะทำการออกแบบโดยเจ้าหน้าที่ในส่วนสธาระนิเทศ โดยจะออกแบบให้เป็นในลักษณะการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยเราจะไม่นั้นมาตรการใดมาตรการหนึ่ง และจะทำการส่ง Art work ไปโรงพิมพ์โดยตรง ส่วน Busside(ป้ายข้างรถประจำทาง)และป้ายคัดเอาท์ เป็นสื่อที่มีขนาดใหญ่ เราจะให้บริษัทเอกชนคือบริษัท เอส.แมพ จำกัดรับหน้าที่ในด้านการออกแบบ โดยต้องนำมาแบบมาเสนอ

กับทางส่วนเรา แล้วทางส่วนสวาระนิตะจะพิจารณาโดยเราจะคิดว่าต่อนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่...

ผู้ต้นภาษณ์ เมื่อทางส่วนสวาระนิตะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท ไปสเตอร์ ,แผ่นพับ,ป้ายข้างรถประจำทางและป้ายคัดเอาท์ออกมาแล้ว จะมีการประชาสัมพันธ์โดยส่งไปแหล่งใดบ้าง?

คุณ ชีระพล ไปสเตอร์และแผ่นพับเราจะส่งไปตามหน่วยงานราชการดังต่อไปนี้

สื่อประชาสัมพันธ์ 1. แผ่นพับ จำนวน 200,000 แผ่น

2. ไปสเตอร์ จำนวน 100,000 แผ่น

### ตารางที่ 7

ไปสเตอร์และแผ่นพับการส่งไปตามหน่วยงานราชการ

ลำดับ	หน่วยงาน	ที่อยู่	จำนวน แผ่นพับ	จำนวน ไปสเตอร์
1	ส่วนกลาง กรมประชาสัมพันธ์	ถ.กรุงเกษม สะพานขาว เขตป้อม ปราบฯกทม.10200	2,000	1,000
2	กรมการจัดหางาน	บริเวณกระทรวงแรงงานฯ	2,000	1,000
3	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บริเวณกระทรวงแรงงานฯ	2,000	1,000
4	กรมสวัสดิการและคุ้มครอง งาน	ถ.เฟื่องนคร เขตพระนคร กทม.102000	2,000	1,000
5	สำนักงานประกันสังคม	88/28 ม.4 ถ.ติวานนท์ ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง นนทบุรี 11000	2,000	1,000
6	สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานปลัดฯ	ทำเนียบรัฐบาล จ. นครปฐม กรุงเทพฯ 10300	100	50
	สำนักงบประมาณ	ถ.พระรามที่ 6 กรุงเทพฯ 10400	100	50
	สนง.คณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่ง ชาติ	962 ถ. กรุงเกษม กรุงเทพฯ 10100	100	50
	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การค้า	555 ถ. วิภาวดีรังสิต บางเขน	100	50

	เสริมการลงทุน	กรุงเทพฯ 10900		
	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	ถ. หลานหลวง กรุงเทพฯ 10100	100	50
	กรมประชาสัมพันธ์	อาคารพอจันทราเวอร์ ชั้น26 ถ.รัชดาฯ สี่แยกพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	100	50
	สำนักงานส่งเสริมและ ประสานงานเยาวชนแห่งชาติ	618/1ถ.นิคมมักกะสัน พญาไท กรุงเทพฯ 10400	100	50
	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย	53 ถ.เจริญสนิทวงศ์ เชียงสะพาน พระราม 6 บางกรวย นนทบุรี 11000	100	50
	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	372 ถ.บำรุงเมือง(ตึก กปน.เดิม) กรุงเทพฯ 10100	100	50
	องค์การสื่อสารมวลชนแห่ง ประเทศไทย	222 ถ.พระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	100	50
7	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์			
	สำนักงานปลัดกระทรวงฯ	ถ.ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10200	100	50
	กรมประมง	เกษตรกลาง เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	100	50
	กรมชลประทาน	ถ.สามเสน กรุงเทพฯ 10300	100	50
	กรมป่าไม้	61 ถ. พหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900	100	50
	กรมส่งเสริมการเกษตร	จตุจักร กรุงเทพฯ 10900	100	50
	องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร	101 ถ.กำแพงเพชร กรุงเทพฯ 10900	100	50
	สำนักงานกองทุน สงเคราะห์การทำสวนยาง	ถ.บางกอกน้อย คลิ่งชัน บางขุนนนท์ กรุงเทพฯ	100	50
8	กระทรวงคมนาคม			
	สำนักงานปลัดกระทรวงฯ	38 ถ.ราชดำเนินนอก ป้อมปราบศัตรู พ่าย กรุงเทพฯ 10100	100	50
	กรมการขนส่งทางบก	1032 ถ. พหลโยธิน กรุงเทพฯ 10900	400	200

	กรมไปรษณีย์โทรเลข	87 ซอยสายลม ด.พหลโยธิน กรุงเทพฯ 10400	400	20
	การทำเรือแห่งประเทศไทย	ถ. สุนทรโกษา คลองเตย กรุงเทพฯ 10111	100	100
	การรถไฟแห่งประเทศไทย	ถ. รongเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	400	200
	องค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพฯ	131 ถ. เทียนร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	400	200
	องค์การโทรศัพท์แห่ง ประเทศไทย	89/2 หมู่ 3 ถ. แจ้งวัฒนะ เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10210	400	200
	บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)	89 ถ. วิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ 10900	200	150
	บริษัทขนส่งจำกัด	1034/39 ตลาดหมอชิต ด.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	400	100
	บริษัทไทยเดินเรือทะเล จำกัด	อาคารมโนรม ชั้นที่ 15 เลขที่ 3354/51 ถ. พระรามที่ 4 คลองเตย กรุงเทพฯ 10110	100	50
	การสื่อสารแห่งประเทศไทย	99 ถ. แจ้งวัฒนะ ดอนเมือง กรุงเทพฯ 10002	100	50
9	<b>กระทรวงมหาดไทย</b>			
	สำนักงานปลัดกระทรวงฯ	ถ. อัยยวงศ์ กรุงเทพฯ 10200	100	50
	กรมการปกครอง	ถ. อัยยวงศ์ กรุงเทพฯ 10200	100	50
	กรมการพัฒนารัฐบาล	ถ. อัยยวงศ์ กรุงเทพฯ 10200	100	50
	กรมตำรวจ	ถ. พระรามที่ 1 กรุงเทพฯ 10500	100	50
	กรมที่ดิน	ถ. พระพิพิธ กรุงเทพฯ 10200	100	50
	กรมโยธาธิการ	218/1 ถ. พระรามที่ 6 เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	100	50
	กรมราชทัณฑ์	ถ. นนทบุรี 1 ต. สวนใหญ่ อ. เมือง จ.	100	100

		นนทบุรี 11000		
	สำนักผังเมือง	224 ถ.พระรามที่ 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	100	10
	สำนักงานเร่งรัดพัฒนา ชนบท	ถ.ราชสีมา กรุงเทพฯ 10300	100	10
	การไฟฟ้านครหลวง	30 ซอยชิดลม ถ.เพลินจิต แขวงลุมพินี ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	100	50
	การประปานคร	18/137 ถ.ประชาธิปไตย แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10210	100	50
	การทางพิเศษแห่งประเทศไทย	2380 ถ.พหลโยธิน ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	100	50
10	กระทรวงศึกษาธิการ			
	สำนักงานปลัดกระทรวง	วังจันทร์เกษม ถ. ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10300	100	20
	กรมการฝึกหัดครู	ถ. ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10300	100	20
	กรมวิชาการ	ถ. ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10300	100	20
	กรมการศึกษานอกโรงเรียน	ถ. ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10300	100	20
	กรมอาชีวศึกษา	ถ. ราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ 10300	100	20
	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	399 ถ.สามเสน เทเวศร์ คูสิต กรุงเทพฯ 10300	100	50
	องค์การตำรวจภูธร	69 อาคาร 9 ถ.ราชดำเนินกลาง กรุงเทพฯ 10200	100	20
11	กระทรวงสาธารณสุข			
	สำนักงานปลัดกระทรวง	ถ. ศิวานนท์ อ. เมือง จ.นนทบุรี 11000	500	100
	กรมการแพทย์	ถ. ศิวานนท์ อ. เมือง จ.นนทบุรี 11000	500	100
	กรมอนามัย	ถ. ศิวานนท์ อ. เมือง จ.นนทบุรี 11000	500	100
12	กระทรวงอุตสาหกรรม			
	สำนักงานปลัดกระทรวงฯ	ถ.พระรามที่ 6 กรุงเทพฯ 10400	100	20

	กรมโรงงานอุตสาหกรรม	76/5 ถ.พระรามที่6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	100	20
	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	1193 อาคาร บุญผ่อง ชั้น19 ถ.พหล โยธิน พญาไท กรุงเทพฯ 10400	100	20
	การนิคมอุตสาหกรรมแห่ง ประเทศ	618 ถ. นิคมมักกะสัน แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	100	20
	การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย	555 ถ.วิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10920	100	20
13	ทบวงมหาวิทยาลัย			
	สำนักงานปลัดกระทรวง	328 ถ.ศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	100	20
	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ถ.พญาไท กรุงเทพฯ 10330	100	20
	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	100	20
	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	123 ถ.มิตรภาพ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002	100	20
	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ถ. ห้วยแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่50002	100	20
	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2 ถ.พระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200	100	20
	มหาวิทยาลัยมหิดล	198/2 ถ.พระบรมราชชนนี บางพลัด กรุงเทพฯ 10700	100	20
	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ถ.รามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	100	20
	มหาวิทยาลัยศิลปากร	ถ.หน้าพระลาน กรุงเทพฯ 10200	100	20
	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ โรฒ	วิทยาเขตประสานมิตร ถ.สุขุมวิท23 กรุงเทพฯ 10110	100	20
	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	วิทยาเขตหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ. สงขลา 90110	100	20
	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมา	ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	100	20

	ธีราช	11120		
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	91 ถ.สุขสวัสดิ์ 48 แขวงบางมด เขตราชบุรี 10140	100	20
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	1518 ถ.พิบูลย์สงคราม เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800	100	20
	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ถ.ฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10800	100	20
	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	คลองจั่น กรุงเทพฯ 10240	100	20
14	หน่วยงานอิสระ			
	ธนาคารแห่งประเทศไทย	273 ถ.สามเสน กรุงเทพฯ 10200	200	100
	ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร	173 ถ.ดินสอ กรุงเทพฯ 10200	200	100
	สำนักอัยการสูงสุด	ถ.หน้าทับเผย กรุงเทพฯ 10200	100	50
15	ส่วนภูมิภาค	ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด	2,200/75	1,200/75
	จังหวัด 75 จังหวัด	(ครอบคลุมถึงอำเภอ หมู่บ้าน)	165,000	90,000

<b>รวม</b>	185,800	98,880
<b>คงเหลือ</b>	14,200	1,120

ส่วน Busside(ป้ายข้างรถประจำทาง)เราจะ ไม่คิดทุกสาย โดยเราจะเน้นเฉพาะ รถที่วิ่งผ่านย่านชุมชน เช่น หมอชิต หรือหัวลำโพงเพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณของรัฐบาลด้วย โดย รถยนต์ที่เราเลือก คิดประชาสัมพันธ์คือ

สาย 3 บ้านพักรถไฟกทม.11-คลองสาน ,สาย 4 ท่าเรือ-ทำนุภาชีเจริญ ,สาย 12 ห้วยขวาง-กระทรวงพาณิชย์ , สาย 13 ห้วยขวาง-คลองเตย ,สาย20 ป้อมพระจุล-ทำนุทำดินแดง , สาย 30 นนทบุรี-ท่าพระ(สายใต้เก่า) , สาย 34 รังสิต-หัวลำโพง , สาย 40 ขนส่งเอกมัย(ใหม่)-ขนส่งสายใต้ ,สาย 42 ท่าพระ-เสาชิงช้า ,สาย 43 ตลาดปิ่นทอง-เทเวศร์ , สาย 44 แสบปีแลนด์-ท่าเตียน ,สาย 59 รัง

ลิต-สนามหลวง , สาย 63 นนทบุรี-อนุสาวรีย์ชัยฯ , สาย 68 คลาดโพธิ์ทอง – บางลำพู , สาย 73 อสมท.-สะพานพุทธ , สาย 74 ห้วยขวาง-คลองเตย , สาย 82 พระประแดง-บางลำภู , สาย 91 หมู่บ้านเศรษฐกิจ-สนามหลวง , สาย 95 บางเขน-ม.รามคำแหง , สาย 101 บางประแก้ว-คลาดโพธิ์ทองสาย 105 แสมคำ- คลองสาน (พระราม2) ,สาย 137 วงกลมรามคำแหง-รัชดาภิเษก และสาย 204 ห้วยขวาง-ท่าน้ำราชวงศ์ โดยรวมทั้งสิ้น 23 สายเส้นทางการเดินรถ

**ป้ายคัดเอาท์** ส่วนกลางจะเป็นในลักษณะส่งคืนแบบไปให้แล้วจ้างบริษัทให้เขียนป้ายให้ แล้วแต่สถานที่ติดตั้ง ราคาที่แตกต่างกันออกไป แต่ถ้าเป็นส่วนภูมิภาคเราจะมอบหมายให้ที่ว่าการแต่ละจังหวัดเป็นส่วนรับผิดชอบในการออกแบบและติดตั้ง โดยทางส่วนสธาระนิเทศจะมีต้นแบบให้

**สรุปการสัมภาษณ์** จากการสัมภาษณ์คุณธีระพล ชุนเมือง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของส่วนสธาระนิเทศจะเน้นโดยภาพรวม โดยใช้หัวข้อที่ว่า 7 มาตรการสร้างงานด้านคน ในการออกแบบ จะออกแบบเฉพาะ ไปสเตอร์ และแผ่นพับเท่านั้น ส่วนป้ายข้างรถประจำทาง และป้ายโฆษณา กลางแจ้งจะส่ง Art work ไปให้โดยตรง โดยเมื่อผลิตสื่อออกมาแล้วมีการประชาสัมพันธ์โดย ส่งไปยังสถานที่ต่อไปนี้

#### ส่วนกลาง

กรมประชาสัมพันธ์	- กรมการจัดหางาน
กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน
สำนักงานประกันสังคม	- สำนักนายกรัฐมนตรี
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	- กระทรวงคมนาคม
กระทรวงมหาดไทย	- กระทรวงศึกษาธิการ
กระทรวงสาธารณสุข	- กระทรวงอุตสาหกรรม
ทบวงมหาวิทยาลัย	- หน่วยงานอิสระ

#### ส่วนภูมิภาค(75 จังหวัด)

ส่วน Busside(ป้ายข้างรถประจำทาง)ทางหน่วยงานจะเน้นเฉพาะ รถที่วิ่งผ่านย่านชุมชนเช่น หมอชิต หรือหัวลำโพงเพื่อประหยัดงบประมาณของรัฐบาลด้วย รถเมย์ที่เลือกติดประชาสัมพันธ์คือ สาย 3,สาย 4,สาย 12, สาย,สาย20, สาย, สาย 34, สาย 40 สาย 42,สาย 43, สาย 44 , สาย 59, สาย 63, สาย 68, สาย 73, สาย 74, สาย 82 , สาย 91, สาย 95, สาย 101 ,สาย ,สาย 137 และสาย 204 โดยรวมทั้งสิ้น 23 สายเส้นทางการเดินรถ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวทั่วไป

## 1. เพศ

- ชาย ร้อยละ 56
- หญิง ร้อยละ 44

## 2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 33
- 21-25 ปี ร้อยละ 25
- 26-30 ปี ร้อยละ 25
- 31 ปีขึ้นไป ร้อยละ 17

## 3. สถานภาพ

- โสด ร้อยละ 56
- สมรส ร้อยละ 39
- หย่าร้าง ร้อยละ 5

## 4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่า ม.3 ร้อยละ 0
- ปวช./ม.6 ร้อยละ 25
- ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 35
- ปริญญาตรี ร้อยละ 25
- สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15

## 5. อาชีพ

- อาชีพทั่วไป
- นักศึกษา

สรุป จากแบบสอบถามเรื่องข้อมูลทั่วไปจะมีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิงจำนวน 12% โดยจะมี ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี โดยจะเป็นวัยรุ่นเป็นส่วนมาก และ โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานภาพโสด เป็นส่วนใหญ่ ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จะมีวุฒิการศึกษาในระดับ ปวช./ม.6., ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเฉพาะโครงการ

1. สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่ท่านมีความรู้สึกสนใจที่สุด ?

ร้อยละ 45 ตอบว่าป้ายข้างรถประจำทาง(Busside)

ร้อยละ 35 ตอบว่าป้ายโฆษณากลางแจ้ง(Billbord)

ร้อยละ 15 ตอบว่า โปสเตอร์(Poster)

ร้อยละ 5 ตอบว่าแผ่นพับ(Folder)

2. ท่านทราบหรือไม่ว่ากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมมีการเผยแพร่นโยบายแก้ไขและบรรเทาปัญหาการว่างงานของประชาชนภายในประเทศ ?

ร้อยละ 55 ตอบว่าไม่ทราบ

ร้อยละ 45 ตอบว่าทราบ

3. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์สัมพันธผลการดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน ประเภท โปสเตอร์,แผ่นพับ,ป้ายข้างรถประจำทาง,ป้ายโฆษณากลางแจ้งหรือไม่ ?

ร้อยละ 40 ตอบว่า เคย

ร้อยละ 60 ตอบว่า ไม่เคย

4. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจากแหล่งใดบ้าง?

ร้อยละ 40 ตอบว่า สถานศึกษา

ร้อยละ 25 ตอบว่า สถานที่ราชการ

ร้อยละ 15 ตอบว่า ห้างสรรพสินค้า

ร้อยละ 20 ไม่แสดงความคิดเห็น

5. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “โปสเตอร์” ที่เกี่ยวข้องกับแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง ?

ร้อยละ 65 ตอบว่า จุดสนใจในงานไม่ชัดเจน

ร้อยละ 20 ตอบว่า รูปภาพดูแล้วไม่เข้าใจ

ร้อยละ 10 ตอบว่า เนื้อหาไม่รู้เรื่อง

ร้อยละ 5 ตอบว่า ระยะเวลาในการติดตั้งน้อยเกินไป

6. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “แผ่นพับ” ที่เกี่ยวข้องกับแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

ร้อยละ 55 ตอบว่าเนื้อหา

ร้อยละ 35 ตอบว่า จุดสนใจของภาพ

ร้อยละ 10 ตอบว่า ขนาดของภาพตัวอักษร

7. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง” ที่เกี่ยวข้องกับ การแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

ร้อยละ 50 ตอบว่าจุดสนใจของภาพ

ร้อยละ 35 ตอบว่า ขนาดของภาพตัวอักษร

ร้อยละ 10 ตอบว่า เนื้อหา

ร้อยละ 5 ตอบว่า ระยะเวลาในการคิดคั้งน้อยเกินไป

8. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณากลางแจ้ง”(ป้ายคัดเอาท์) ที่เกี่ยวข้องกับ การแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้างร้อยละ 45 ตอบว่า จุดสนใจในงานไม่ชัดเจน

ร้อยละ 35 ตอบว่า รูปภาพดูแล้วไม่เข้าใจ

ร้อยละ 10 ตอบว่า ระยะเวลาในการคิดคั้งน้อยเกินไป

ร้อยละ 10 ตอบว่า เนื้อหาไม่รู้เรื่อง

9. ถ้าสมมุติว่าท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่อยู่ใภาวะการว่างงานท่านจะสนใจในนโยบายการแก้ไข และบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานหรือไม่?

ร้อยละ 100 ตอบว่า สนใจมากเพราะสามารถรู้เรื่องเกี่ยวกับอาชีพที่เราต้องการได้มากยิ่งขึ้น

สรุป ป้ายข้างรถประจำทาง(Busside) จะมีผู้ให้ความสนใจมากที่สุดเพราะส่วนใหญ่ผู้กรอกแบบสอบถามจะเป็นนักเรียนนักศึกษาจะต้องเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางเป็นประจำ ทำให้สื่อที่ออกมาต้องพบเห็นอยู่บ่อยครั้ง การประชาสัมพันธ์นโยบายแก้ไขและบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานจากคำสถิติแสดงว่าการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ยังน้อยอยู่ สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะมีให้เห็นมากที่สุดจากสถานศึกษา และตามหน่วยงานราชการและตามห้างสรรพสินค้า สื่อ “โปสเตอร์” ที่เกี่ยวข้องกับ การแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อมากที่สุดคือจุดสนใจในงานไม่มีความชัดเจน สื่อประเภท “แผ่นพับ” พบปัญหาเกี่ยวกับสื่อมากที่สุดคือ เนื้อหาน้อยไม่สามารถทราบข้อมูลจากหน่วยราชการได้อย่างชัดเจน สื่อประเภท “ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง” และป้ายโฆษณากลางแจ้งพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อคือจุดสนใจในงานน้อยเกินไป และจะมีความสนใจในนโยบายของรัฐบาลมากเพราะสามารถรับรู้เรื่องเกี่ยวกับอาชีพที่เราต้องการและสนใจได้มากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 3 ข้อมูลการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

1. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยโปสเตอร์ของทางราชการจะลึกลงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

ร้อยละ 60 ตอบว่า น้อย

ร้อยละ 30 ตอบว่า มาก

ร้อยละ 10 ตอบว่า น้อยที่สุด

2. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับของทางราชการจะลึกลงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

ร้อยละ 40 ตอบว่า น้อย

ร้อยละ 30 ตอบว่า น้อยที่สุด

ร้อยละ 15 ตอบว่า มาก

ร้อยละ 15 ตอบว่า มากที่สุด

3. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางของทางราชการจะลึกลงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

ร้อยละ 40 ตอบว่า มาก

ร้อยละ 30 ตอบว่า น้อย

ร้อยละ 20 ตอบว่า มากที่สุด

ร้อยละ 10 ตอบว่า น้อยที่สุด

4. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายโฆษณากลางแจ้ง(ป้ายคัดเอาท์)ของทางราชการจะลึกลงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่?

ร้อยละ 45 ตอบว่า มาก

ร้อยละ 30 ตอบว่า มากที่สุด

ร้อยละ 15 ตอบว่า น้อย

ร้อยละ 10 ตอบว่า น้อยที่สุด

5. ท่านมี ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินการบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมหรือไม่?

“ส่วนใหญ่จะตอบว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงให้มากกว่านี้เช่น ทางโทรทัศน์วิทยุ และสื่ออื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ต้องการหาอาชีพที่ตัวเองต้องถนัด”

สรุป การประชาสัมพันธ์ของทางราชการในเรื่องการบรรเทาปัญหาการว่างงานนั้นจะไม่ค่อยมีการเจาะลึกเพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้น้อยมาก โดยให้ความเห็นเพิ่มเติมคือควรมีการ

ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์วิทยุ และสื่ออื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ต้องการหาอาชีพที่ตัวเองต้องถนัด”

การวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร

รูปแบบของภาพประกอบในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

งานกราฟิกนั้นภาพประกอบเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบเป็นอย่างมาก ภาพที่ใช้ในปัจจุบัน หากยึดเอาเอกลักษณ์หรือลักษณะของภาพแบ่งออกเป็น 3 ชนิดได้แก่

1. ภาพเหมือนจริง ( Realistic) ได้แก่ภาพที่เป็นรายละเอียดตามความเป็นจริงทั้ง สี ลวดลาย และเหตุการณ์
2. ภาพการ์ตูน (Cartoon) เป็นภาพที่ได้มีการประดิษฐ์ขึ้นเนื่องจากต้องการจะแก้ความรู้สึกจำเจภาพที่ปรากฏ และต้องการสร้างบรรยากาศให้ดูแจ่มใส
3. ภาพนามธรรม ( Abstract) ภาพเหล่านี้ดูแล้วเข้าใจยาก แต่สำหรับงานกราฟิก ภาพนามธรรมนี้ มาประกอบทำให้เกิดความสนใจ

สรุป รูปแบบของภาพประกอบที่เหมาะสมที่จะนำมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์คือภาพเหมือนจริง ( Realistic) ภาพเหมือนจริงนั้นเป็นภาพที่ดูแล้วเหมือนวัตถุจริงในธรรมชาติ มีการเน้นลักษณะรูปร่าง รูปทรง แสงและเงา การใช้สีให้เหมือนจริงมากที่สุด ได้แก่ภาพถ่ายเหมือนจริง ภาพเขียนเหมือนจริงเหมาะสมในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์บรรเทาปัญหาการว่างงาน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงเจตนารมณ์ในการออกแบบและประชาสัมพันธ์ได้มากกว่าภาพประเภทอื่นๆ

การออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์ เป็นประกาศที่นิยมใช้ในงานการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมา ให้เกิดความสนใจ ผู้คนที่ผ่านไปมาให้เกิดความสนใจความหมายและวัตถุประสงค์ของโปสเตอร์ ในทันทีที่เห็น โปสเตอร์ที่จะนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- ก. เพื่อแนะนำเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- ข. เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรม
- ค. เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย
- ง. เพื่อปลุกเร้ากลุ่มเป้าหมาย
- จ. เพื่อย้ำเตือนกลุ่มเป้าหมาย
- ฉ. เพื่อสร้างความจดจำให้เกิดขึ้น
- ช. เพื่อสร้างสาระความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

## การเลือกใช้สีกับโปสเตอร์

### หลักพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นนำคุณวาม และตื่นตาหรือต่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่นำเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆสนใจสีสดเข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อนและ จะสังเกตได้มาเมื่อมีอายุมากขึ้นยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวล การวาง โครงสีในงานการออกแบบพามิชยศิลป์ จึงต้องเน้นวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เด็กเล็กๆควรใช้สีประเภท Primary หรือ Secondary ส่วนผู้ใหญ่อาจใช้สีแท้ (Hue) ผสมกลุ่มสีขาว หรือสีนวลหรือสีคำที่เรียกว่า Tint and Shand การใช้สีขาวหรือสีคำมาผสมกับสีแท้ก็จะช่วยลดความสดไสของสีเดิมลง ความขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้น ก่อนวาง โครงสีในการทำงานจึงควร ได้รับการพิจารณาเกี่ยวกับการ ใช้ทางจิตวิทยาด้วยดังนี้

1. ใช้สีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาดั้งๆเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการทำเพื่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์
2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการ ใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เด่นชัดเสริมให้เนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบจะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็จำเป็นต้องถึงหลักความจริงและความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย
3. การออกแบบพามิชยศิลป์ งานกราฟิกต่างๆอาจไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไปผู้ออกแบบควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้นมีหมายความว่า จะต้องเพิ่มงบประมาณตามอีกจำนวนหนึ่งเสมอไป

การตัดสินใจเลือกใช้สีกับ โปสเตอร์นั้น ต้องคำนึงถึงเนื้อหาสาระของเนื้อหา และอิทธิพลของสีเพื่อให้สีนั้น มีลักษณะที่สอดคล้องกับอารมณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นการเลือกพิจารณาการใช้สี จึงต้องพิจารณาความหมายและความสำคัญ ของเนื้อหาใน โปสเตอร์ด้วย

สรุป การวิเคราะห์การเลือกใช้สีกับสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์สีที่เหมาะสมคือสีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาดั้งๆเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการทำเพื่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์จะเป็นวัยผู้ใหญ่อาจใช้สีแท้ (Hue) ผสมกลุ่มสีขาว หรือสีนวลหรือสีคำที่เรียกว่า Tint and Shand การใช้สีขาวหรือสีคำมาผสมกับสีแท้ก็จะช่วยลดความสดไสของสีเดิมลง ความขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ในการออกแบบสื่อ

การเลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบโปสเตอร์

รูปแบบตัวอักษร การสร้างสรรค์รูปแบบตัวอักษรให้สวยงามแปลกตา ในสอดคล้องกับลักษณะของข้อความ มีความชัดเจน ทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เทคนิคการออกแบบและตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามจะเป็นแรงบันดาลใจให้อาจารย์ อยากรู้ อยากรู้อยากเห็น มากกว่ารูปแบบอักษรธรรมดา การสร้างรูปแบบตัวอักษรทำได้ 2 ทางคือ การจินตนาการรูปแบบขึ้นใหม่ เป็นการเฉพาะสำหรับงานนั้นๆ กับการเลือกใช้แบบอักษรสำเร็จที่ออกแบบไว้เป็นแบบมาตรฐานทั่วไป การใช้อย่างไรจึงต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับแนวการออกแบบสื่อโฆษณาชิ้นนั้นๆด้วย

การเลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบโปสเตอร์ นอกจากพิจารณาจากการอ่านง่ายแล้ว ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่นำไปติดตั้งตั้ง เช่น สภาพสถาปัตยกรรม หรือวัฒนธรรมประเพณี ตัวอักษรที่นิยมเลือกใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆดังนี้

1. ตัวอักษรพิมพ์ ตัวอักษรที่มีการพิมพ์ที่มีอยู่แล้ว นิยมใช้กับงานทางวิชาการ การรณรงค์ ปรากฏปราม ฯลฯ
2. ตัวอักษรประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่นักออกแบบประดิษฐ์ขึ้นมาเอง หรือมีการประดิษฐ์ที่มีอยู่แล้ว ลักษณะตัวอักษร เหมาะสำหรับงาน โฆษณาต่างๆเพื่อการค้า

สรุป การวิเคราะห์เลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบโปสเตอร์ เลือกตัวอักษรแบบพิมพ์มาเป็นแนวทางในการออกแบบเพราะมีความเหมาะสมในด้านการออกแบบและเป็นแบบที่มีมาตรฐาน และมีความสะดวกในการสั่งพิมพ์ และมีความเหมาะสมกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้อ่าน

การวิเคราะห์ประเภทของการพาดการออกแบบโปสเตอร์ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้มากมายดังนี้

1. พาดหัวแบบข่าว (News) ได้แก่ พาดหัวที่ให้ข่าวคราวเกี่ยวกับสินค้าหรือวิธีใช้สินค้า เพื่อป้อนข้อมูลแก่ผู้รับสาร
2. พาดหัวประเภทคำถาม (Interogative) ได้แก่ การตั้งคำถามเป็นพาดหัวทำให้มีชีวิตชีวา เหมือนการสนทนา แต่คำถามนั้นต้องน่าสนใจมากพอที่จะทำให้ผู้รับสารอยากทราบต่อไปว่าคำตอบนั้นคืออะไร
3. พาดหัวแบบกล่าวถึงพยานบุคคล (Testimonial) ได้แก่ พาดหัวที่อ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงคารา ผู้เชี่ยวชาญว่านิยมใช้สินค้านั้นๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า

4. พาดหัวประเภทคำสั่ง (Commanding) ได้แก่พาดหัวที่ตั้งผู้รับสาร โดยตรงว่าให้ทำหรือพยายามทำอะไรบางอย่าง เพื่อผลประโยชน์ที่คิดชอบ

5. พาดหัวประเภทเร้าอารมณ์ (Emotional) ได้แก่พาดหัวเร้าใจผู้รับสารให้เกิดอารมณ์ด้วยความ โฆษณา เป็นการใช้จุดอ่อนทางอารมณ์ของคน ในการดึงดูดความรู้สึก

6. พาดหัวโดยใช้เหตุผล (Rational) เป็นพาดหัวที่ใช้ความจริง ความเป็นเหตุเป็นผล มา กระตุ้นผู้รับสารทำให้คุณ่าเชื่อถือมากขึ้น

7. พาดหัวในรูปคำขวัญ (Slogan) ได้แก่ การนำคำขวัญขงสินค้ามาเป็นพาดหัวโฆษณา คำขวัญนั้นจะต้องเข้ากับภาพประกอบได้

8. พาดหัวเล่นคำเล่นตัวอักษร (Play on words , alliteration) มีลักษณะคล้ายคลึงคำขวัญ คือ อาจเล่นคำซ้ำคำ หรือสัมผัสคล้องจอง แต่เป็นประโยชน์ที่สร้างขึ้นใหม่เฉพาะโฆษณาชิ้นนั้น

9. พาดหัวประเภทชื่อ (Indification) ได้แก่ การใช้ชื่อสินค้า หรือรุ่น ชื่อบริษัท ขึ้นต้นเป็น พาดหัวเช่น

10. พาดหัวแบบปฏิเสธ (Negative) ได้แก่การพาดหัวที่มีความต้องการ ไม่บอกตรงๆแต่บอก โดยใช้ความปฏิเสธแทรก

11. พาดหัวที่ใช้ภาพแทนคำพูด หรือใช้ภาพประกอบข้อความ (Picture and caption) ได้แก่ การใช้รูปภาพและพาดหัวที่เกี่ยวข้องกับภาพ จะต้องคู่กันทั้ง2ส่วน ไปพร้อมๆกันจึงจะเข้าใจ

12. พาดหัวที่แยกข้อความ (Split headline) ได้แก่พาดหัวที่แยกเพียงบางส่วนของข้อความ ความไว้ในส่วนพาดหัว และอาจต่อข้อความต่อไปในส่วนพาดหัวรองหรือส่วนลงท้าย

13. พาดหัวประเภทเจาะจงกลุ่ม (Specific headline) ได้แก่ พาดหัวที่มุ่งเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มบางกลุ่ม โดยระบุไว้ในพาดหัวอย่างชัดเจน

14. พาดหัวที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในปัจจุบัน (Topical headline) ได้แก่หัว เรื่องที่ดึงดูดสถานการณ์หรือช่วงเวลาถึงโฆษณามาเป็นพาดหัวเช่น ปี 2530 นี้เป็นปีทองเที่ยวไทยก็จะมี การโฆษณาสินค้าที่เน้นคำว่าท่องเที่ยว

โดยได้นำหัวข้อที่จะนำมาพิจารณาสู่การวิเคราะห์โดยสรุปคือ

สรุป การวิเคราะห์ประเภทของคำในการพาดหัวของสื่อประชาสัมพันธ์การบรรเทาปัญหา การว่างงาน คือ พาดหัวประเภทคำถาม (Interogative) เพราะการตั้งคำถามเป็นพาดหัวทำให้สื่อผู้มี ชีวิตชีวา เหมือนเป็นการสนทนา เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในภาวะการว่างงานหรือการถูกเลิกจ้าง ได้ทราบถึง เจตนาารมณ์และการบรรเทาปัญหาการว่างงานของรัฐบาล แต่คำถามนั้นต้องน่าสนใจมากพอที่จะทำให้ผู้รับสารอยากทราบต่อไปว่าคำตอบนั้นคืออะไร เป็นการสร้างแรงจูงใจอีกทางหนึ่ง

การเปรียบเทียบระยะห่างของผู้ดู ถึงโปสเตอร์ และความสูงของตัวอักษรที่เหมาะสม นอกจากความสูงของตัวอักษรแล้วยังต้องคำนึงถึง คือ ระยะห่างระหว่างตัวอักษร ระยะห่างระหว่างประโยค และระยะห่างระหว่างบรรทัดด้วย

- ก. ระยะห่างระหว่างตัวอักษรหรือช่องไฟ ไม่ควรถี่หรือห่างเกินไป ระยะห่างระหว่างตัวอักษรที่ใช้กันอยู่ประมาณ 1 ใน 3 หรือ 2 ใน 3 ของส่วนกว้างของตัวอักษร
- ข. ระยะห่างระหว่างบรรทัด ควรมีระยะประมาณหนึ่งเท่าครึ่งของส่วนสูงตัวอักษร หรือน้อยกว่านั้นก็ได้ จะ ได้ไม่คิดกันเกินไป ทำให้อ่านแล้วเข้าใจยาก

ตารางที่ 8

ระยะห่างจากผู้ดูถึงโปสเตอร์	ความสูงของตัวอักษร(นิ้ว)
64	2
32	1
16	1/2
8	1/4

ขนาดของตัวอักษร ตัวอักษรที่ปรากฏในงานออกแบบโปสเตอร์ทั่วไปจะมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่สำหรับข้อความพาดหัว (Headline) ขนาดกลางสำหรับข้อความรองพาดหัว(Sub Headline) และขนาดเล็กสำหรับข้อความรายละเอียดที่เสนอสาระข้อมูล (Copy) การกำหนดขนาดในส่วนใดให้มีขนาดเท่าใดย่อมไม่สามารถกำหนดแน่นอนได้ เพราะขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานแต่ละชิ้นที่นักออกแบบแต่ละคนจะขึ้น หลักการอย่างง่ายก็คือไม่ว่าจะเป็นขนาดเท่าใดก็ควรจะสามารถอ่านได้ชัดเจน ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาขนาดสัดส่วนของตัวอักษรที่ระยะห่างจากสายตา 20 นิ้ว ควรมีขนาดความสูงประมาณ 1/8 นิ้ว ทุกช่วงระยะห่างที่เพิ่มขึ้น นอกจากขนาดที่สัมพันธ์กับระยะห่างแล้ว ควรได้พิจารณาถึงเรื่องการกำหนดระยะห่างระหว่างตัวอักษรและระยะห่างระหว่างบรรทัดตลอดจนความสัมพันธ์ ระหว่างขนาดตัวอักษรและอายุของผู้ใช้ด้วย

สรุป ขนาดของตัวอักษรมีหลักการคือต้องสามารถอ่านได้อย่างชัดเจน โดยระยะห่างจากสายตา 20 นิ้วควรมีความสูงที่ขนาด 1/8 นิ้วโดยเทียบจาก

มุมมองตัวหนังสือ	5-10	องศา
มุมมองของสัญลักษณ์	5-30	องศา
มุมมองกว้างที่สุด	30-60	องศา

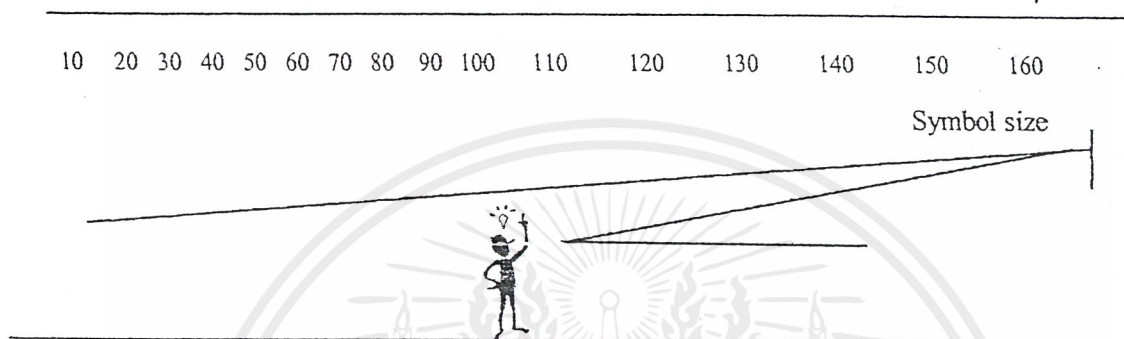
มุมมองสายตามากอีกข้างหนึ่ง 62 องศา

มุมมองกนกคาสูงสุด 35 องศา

ความสูงของตัวอักษรต่ำสุดที่จะมองเห็นได้ในระยะ 10 ฟุต 0.3 นิ้ว

### ภาพที่ 35

ความสัมพันธ์กับระยะการมอง



#### วิเคราะห์การออกแบบแผ่นพับ

สื่อโฆษณาประเภทนี้จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดโคเร็คเมล์(Direct Mail) ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และ แจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือมีขนาดเล็ก หรือหยิบได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่าน ผู้ออกแบบมีเทคนิคในการออกแบบได้อย่างอิสระหลากหลายและ สวยงาม ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำกว่าสิ่งพิมพ์อีกหลายชนิด จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือ สามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

#### การวิเคราะห์ลักษณะการพับ

แผ่นพับมีลักษณะเด่นคือสามารถพับได้หลายแบบ การพับแบบต่างๆ ทำให้ภาพลักษณะของสื่อเปลี่ยนแปลงไป แผ่นพับเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้าอย่างน้อย 4 หน้า และสามารถพับได้ถึง 80 หน้า แต่ส่วนใหญ่แล้วนิยมพับอย่างมาก 16 หน้า เนื่องจากจำนวนหน้าเกิดการแบ่งกระดาษด้วยการพับ จึงมักไม่นิยมแบ่งเลขหน้า ในการออกแบบกราฟิกจึงต้องพิจารณาถึงขนาดของข้อมูลอย่างชัดเจน ต้องแสดงลักษณะเฉพาะของแต่ละหน้า และความสัมพันธ์ระหว่างหน้าอื่นๆ ที่จะพับมา คู่กันด้วย

สรุป เลือกการพับทั้งหมด 3 พับ จำนวน 6 หน้า เนื่องจากความเหมาะสมในการผลิตแผ่นพับประเภทประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่อยู่ในภาวะการว่างงานหรือถูกเลิกจ้างให้ทราบเจตนารมณ์ในการให้ความช่วยเหลือในด้านการจ้างงานในด้านต่างๆ โดยในเนื้อหาในแผ่นพับประกอบไปด้วย

ก. 7 มาตรการในการบรรเทาปัญหาการว่างงานจากกระทรวงแรงงานฯ

- ข. สถานที่คิดต่อในการสมัครงาน
- ค. หลักฐานในการสมัครงาน
- ง. ขั้นตอนในการสมัครงาน
- จ. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรับสมัครงาน
- ฉ. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้หางาน

โดยเมื่อพิจารณา ในส่วนของเนื้อหาแล้วมีความเหมาะสมที่จะใช้ลักษณะการพับทั้งหมด 3 พับ จำนวน 6 หน้า เพราะจะมีความเหมาะสมในการออกแบบมากที่สุด

#### ชนิดของกระดาษ

กระดาษสามารถแบ่งตามชนิดกระดาษลักษณะผิวของกระดาษ โดยแบ่งออกเป็น 2 ชนิดดังนี้

1. กระดาษเคลือบผิว ( Coated paper) กระดาษชนิดนี้เรียกกันทั่วไปว่ากระดาษอาร์ตมีผิวเรียบและขาว เนื่องจากถูกเคลือบไว้ด้วยสารเคลือบผิว สามารถรับน้ำหมึกได้ดี และการที่มีผิวเรียบทำให้การพิมพ์ที่ความคมชัด

มีทั้งชนิดมันและด้าน ขนาดน้ำหนักของกระดาษมีตั้งแต่ 80 กรัม/ตารางเมตร จนถึง 350 กรัม/ตารางเมตร

กระดาษอาร์ต นิยมใช้สำหรับงานพิมพ์ที่มีภาพมากและต้องการรายละเอียด เช่น การพิมพ์ภาพที่ดี

2. กระดาษไม่เคลือบผิว(Uncoated paper) ไม่ได้รับการเคลือบผิวเพราะฉะนั้นผิวหน้าจึงมีความเรียบน้อย หลายชนิดเช่น กระดาษการ์ด,กระดาษปอนด์,กระดาษปรู๊ฟ,กระดาษแอมัล(กระดาษทำจดหมาย)

สรุป การวิเคราะห์เลือกใช้กระดาษในการผลิต เลือก กระดาษเคลือบผิว โดยพิจารณาจากคุณสมบัติการพิมพ์คุณภาพและความสวยงามของกระดาษและราคาที่เหมาะสม

## ขนาดของกระดาษมาตรฐานชุด A

## ตารางที่ ๑

## แสดงขนาดของกระดาษมาตรฐาน ชุด A

ชื่อขนาด	ขนาดเป็นมิลลิเมตร(mm.)	ลักษณะการใช้งาน
A0	841 X 1189	ขนาดกระดาษสำหรับเขียนแบบแปลน
A1	594 X 841	ขนาดกระดาษสำหรับเขียนแบบแปลน
A2	420 X 594	ขนาดกระดาษสำหรับเขียนแบบแปลน
A3	297 X 420	ขนาดกระดาษสำหรับเขียนแบบแปลน
A4	210 X 297	กระดาษจดหมาย วารสาร
A5	148 X 210	กระดาษจดหมายเล็ก
A6	105 X 148	โปสการ์ดสากล สมุดพก
A7	74 X 105	สมุดพกขนาดเล็ก ใบรับเล็ก
A8	52 X 74	นามบัตร
A9	37 X 52	ตั๋วรถไฟ
A10	26 X 37	แสตมป์

## ข้อดีของการใช้กระดาษขนาดมาตรฐานชุด A

1. ในการตัดแบ่งกระดาษเพื่อใช้ให้เหมาะสมกับงาน จะเป็นอัตราแบ่งครึ่งพอดี โดยที่ไม่เหลือเศษทิ้ง
2. ทำให้สามารถคิดค่าน้ำหนักของกระดาษว่าเป็นกิโลกรัมได้โดยง่าย เนื่องจากกระดาษขนาด A0 จะมีพื้นที่เท่ากับ 1 ตารางเมตรพอดี
3. กระดาษขนาดมาตรฐาน มีแนวโน้มที่จะใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก

สรุป เลือกใช้ขนาดกระดาษขนาด A2 ขนาด 420X594 เพราะมีความเหมาะสมในเรื่องของขนาดโดยของสถานที่ในการติดตั้งซึ่งส่วนใหญ่เป็นบอร์ดประชาสัมพันธ์ของสถานที่ ที่มีพื้นที่จำกัด เช่น โรงเรียน สถานที่ราชการ หน่วยงานต่างๆถ้าออกแบบมาในขนาด A1ขึ้นไป จะมีขนาดใหญ่โคเกินไป และเป็นการง่ายในการผลิตและเป็นการลดต้นทุนในการผลิตลงอีกด้วย

## ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

### 1. การพิมพ์ระบบเลเซอร์เพลส

เป็นระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์สัมผัสกับพื้นกระดาษหรือวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยตรง การถ่ายหมึกจากแม่พิมพ์ลงบนกระดาษเกิดจากการใช้แรงกดให้สัมผัสกัน สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์กับระบบการพิมพ์เลเซอร์เพลส เช่น การ์ดเชิญ แผ่นปลิว โฆษณา ใบเสร็จ แบบฟอร์ม หนังสือยก

### 2. การพิมพ์ระบบกรวยรี

เป็นระบบการพิมพ์แม่พิมพ์พื้นลึก ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่เนื่องจากปัจจุบันแม่พิมพ์มีราคาแพง จึงไม่ค่อยพบเห็นว่ามีคนนำมาใช้กับการพิมพ์ทั่วไป เหมาะสำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการมากกว่าล้านชุดขึ้นไป ในปัจจุบันได้มีการใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมต่าง ๆ ดังนี้ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ที่มียอดการพิมพ์ที่สูงกว่า 1,000,000 ฉบับ บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น ซองสินค้า ของบูรี กระดาษ หรือพลาสติกห่อหุ้มที่ กระดาษห่อสินค้าที่ต้องการคุณภาพสูง หมวกพื้น วอลล์เปเปอร์ แสตมป์ วัสดุสิ่งทอต่างๆ

### 3. การพิมพ์ระบบเฟลกโซกราฟี

เป็นระบบการพิมพ์ที่พื้นฐานแบบเคียว กับระบบเลเซอร์เพลสแต่ใช้แม่พิมพ์ยางที่เป็นแผ่นปิดรอบในแม่พิมพ์ และใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นมันววนเข้าเครื่องอย่างต่อเนื่อง สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ในระบบเฟลกโซกราฟี ได้แก่ ถุงพลาสติก ถุงไอศกรีม ซองใส่สินค้า กระดาษห่อของฟอยล์

### 4. การพิมพ์ระบบออฟเซต

เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลก เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงาม มีความคล่องตัวในการทำอาร์คเวอร์คและการออกแบบมากกว่า และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากจนเกินไป ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำสีและกระดาษสี ในปัจจุบันมีมาก ค่าใช้จ่ายก็ถูกลง สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ระบบออฟเซต ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร โปสเตอร์ งานโฆษณาต่างๆ งานบรรจุภัณฑ์

### 5. ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน

ในปัจจุบัน ไม่ได้ใช้ผ้าไหมในการจึงทำเป็นแผ่นสกรีนอีกแล้ว แต่ใช้แผ่นสกรีนที่ใช้แผ่นใยสังเคราะห์แทน และเครื่องพิมพ์อัตโนมัติกันมากขึ้น การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีนมีความคล่องตัวในการพิมพ์มากกว่าระบบอื่นๆทั้งสิ้น สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ระบบนี้ได้แก่ โปสเตอร์โฆษณา ขนาดใหญ่ที่มีการพิมพ์ไม่มาก พิมพ์ลวดลายขลุ่ย ขลุ่ยพลาสติก กระเบื้องเคลือบ พิมพ์เสื้อผ้า สิ่งทอต่างๆ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์

สรุป การวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการผลิตสิ่งพิมพ์ คือระบบการพิมพ์ออฟเซต เพราะมีความเหมาะสมในการผลิตในเรื่องของราคาความเหมาะสมในการผลิตมากที่สุด

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. รูปแบบของภาพประกอบในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

รูปแบบของภาพประกอบที่เหมาะสมที่จะนำมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์คือภาพเหมือนจริง (Realistic)

#### 2. การวิเคราะห์การเลือกใช้สีกับโปสเตอร์

การเลือกใช้สีกับสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์สีที่เหมาะสมคือสีสด ใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด

#### 3. การเลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบ

การวิเคราะห์เลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบ เลือกตัวอักษรแบบพิมพ์มาเป็นแนวทางในการออกแบบเพราะมีความเหมาะสมในด้านการออกแบบและเป็นแบบที่มีมาตรฐาน และมีความสะดวกในการตั้งพิมพ์ และมีความเหมาะสมกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้อ่าน

#### 4. การจัดตำแหน่งของข้อความพาดหัว

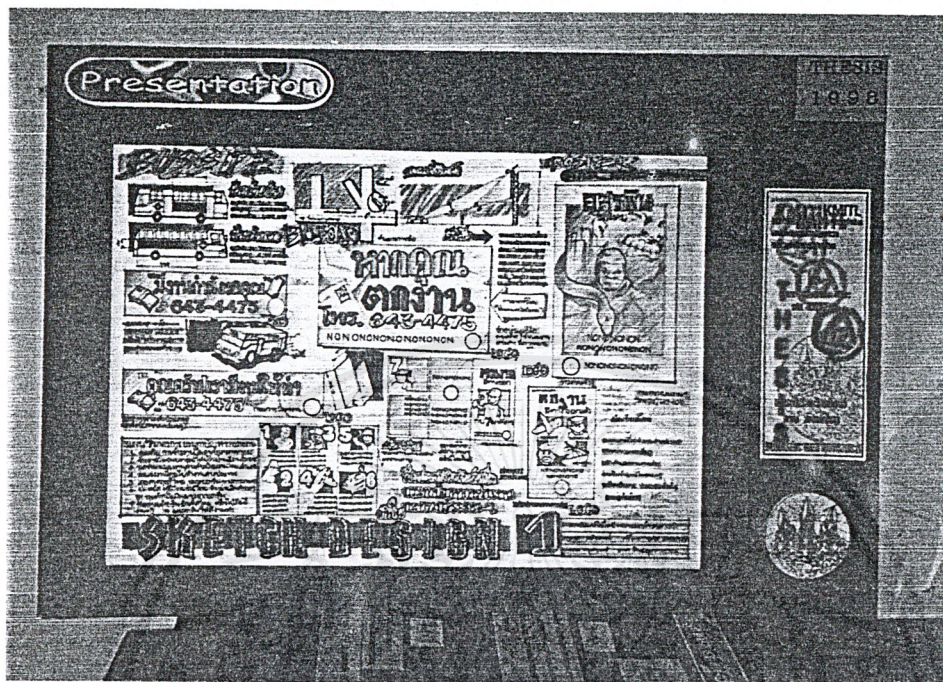
การวิเคราะห์ประเภทของคำในการพาดหัวของสื่อประชาสัมพันธ์การบรรเทาปัญหาการว่างงาน คือ พาดหัวประเภทคำถาม (Interogative) เพราะการตั้งคำถามเป็นพาดหัวทำให้สื่อคูมีชีวิตชีวา เหมือนการสนทนา เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในภาวะการว่างงานหรือการถูกเลิกจ้าง ได้ทราบถึงเจตนารมณ์และการบรรเทาปัญหาการว่างงานของรัฐบาล แต่คำถามนั้นต้องน่าสนใจมากพอที่จะทำให้ผู้รับสารอยากทราบต่อไปว่าคำตอบนั้นคืออะไร เป็นการสร้างแรงจูงใจอีกทางหนึ่ง

#### 5. การวิเคราะห์เลือกใช้กระดาษในการผลิต

เลือกใช้ขนาดกระดาษขนาด A2 ขนาด 420X594 เพราะมีความเหมาะสมในเรื่องของขนาดโดยของสถานที่ในการติดตั้งซึ่งส่วนใหญ่เป็นบอร์ดประชาสัมพันธ์ของสถานที่ ที่มีพื้นที่จำกัด เช่น โรงเรียน สถานที่ราชการ หน่วยงานต่างๆถ้าออกแบบมาในขนาด A1 ขึ้นไป จะมีขนาดใหญ่โตเกินไป และเป็นภาระง่ายในการผลิตและเป็นการลดต้นทุนในการผลิตลงอีกด้วย

ภาพที่ 36

การออกแบบร่าง 1.(Sketch Design)



ภาพที่ 37

ฟิล์มแยกสี



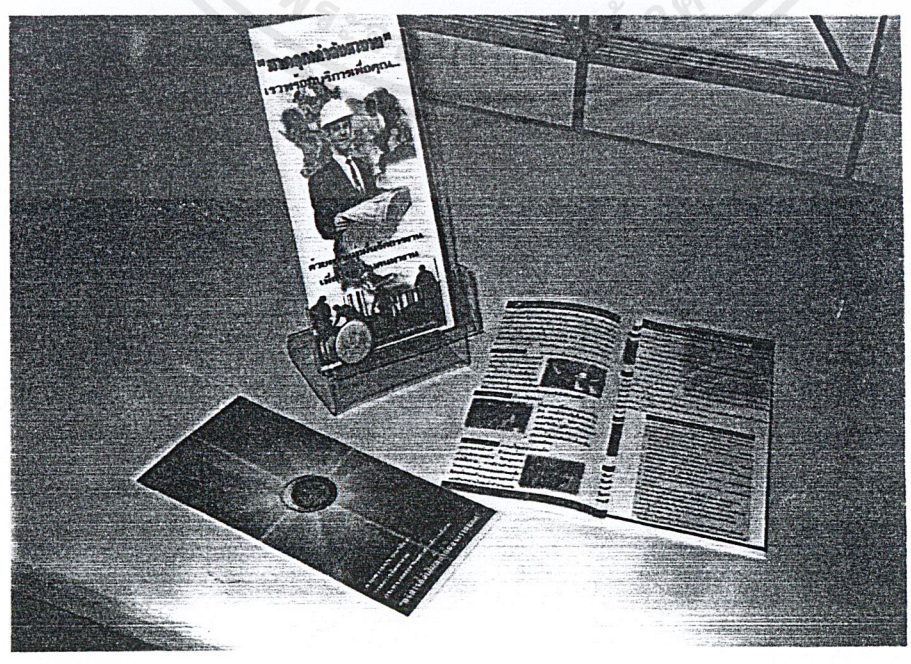
ภาพที่ 38

สรุปผลงานการออกแบบโปสเตอร์



ภาพที่ 39

สรุปผลงานการออกแบบแผ่นพับ



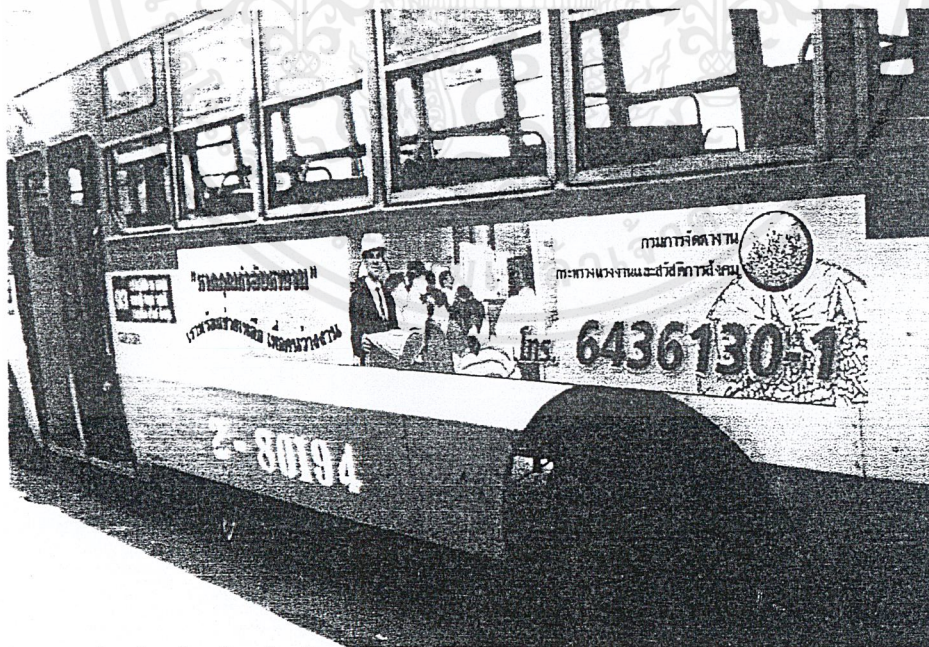
ภาพที่ 40

สรุปผลงานการออกแบบป้ายโฆษณากลางแจ้ง



ภาพที่ 41

สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางด้านซ้าย

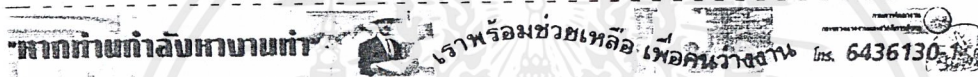


**"หากคุณกำลังหาบ้านพัก"**  
 เราพร้อมช่วยเหลือ เพื่อคนว่างงาน



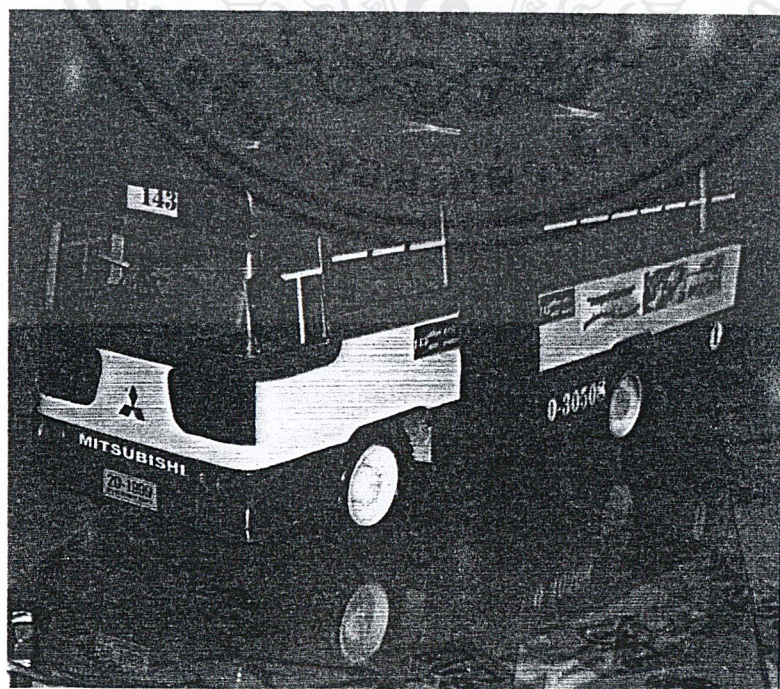
ภาพที่ 42

สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางด้านขวา



ภาพที่ 43

สรุปผลงานการออกแบบป้ายข้างรถประจำทางการนำเสนอด้านหน้าด้วยหุ่นจำลอง



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหา การว่างงานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบ เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงานของ กระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคมแล้ว นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยเหลือประชาชนจากผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน และให้บริการในการจัดหางาน โดยกระทรวงแรงงานเป็นสื่อกลางระหว่างนายจ้างและลูกจ้างและประชาชนที่สนใจ ได้ทราบถึงเจตนารมณ์ จุดมุ่งหมาย การให้บริการจากกระทรวงแรงงาน และ สวัสดิการสังคม ในขอบเขตของการทำวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ได้แก่ โปสเตอร์ จำนวน 100,000 แผ่น แผ่นพับ โดยสามารถผลิตได้จำนวนถึง 200,000 แผ่น ป้ายข้างรถประจำทางโดยรวมทั้งสิ้น 23 สายการเดินรถ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ในโครงการนี้ได้มีการใช้สื่อประเภทที่กล่าวมาแล้ว เพื่อ ประชาชนจากผู้ประสบภาวะถูกเลิกจ้าง ผู้ว่างงาน และประชาชนที่สนใจ

วิธีดำเนินการวิจัย ได้ทำการสำรวจข้อมูลจากส่วนสาระนิเทศกระทรวงแรงงานฯ เสนอหัวข้อโดยมีการให้เห็นถึงผู้ประสบเหตุการว่างงานและถูกเลิกจ้าง โดยได้รับผลพวงจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ข้อมูลเบื้องต้นได้ศึกษาจากผลการประชุมการดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน วิเคราะห์ข้อมูลสรุปข้อมูล โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยสรุปจากคำสถิติ การวิเคราะห์โดยการออกแบบร่าง และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผลการวิจัยออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทุกประการ โดยสื่อประเภทโปสเตอร์ คือลักษณะของคำถามพร้อมทั้งเชิญชวนในการรับสมัครงาน รวมถึงได้ทราบเจตนารมณ์ จุดมุ่งหมาย การให้บริการจากกระทรวงแรงงานและ สวัสดิการสังคม ภาพที่ใช้จะเป็นภาพประกอบจริง เพราะสามารถสื่อได้เข้าใจง่ายที่สุด แผ่นพับ,ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางและป้ายโฆษณากลางแจ้งจะมีความคล้ายคลึงกับโปสเตอร์ แต่จะมีขนาดแตกต่างกัน

วิธีการรวบรวมและศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์หัวหน้าฝ่ายสาระนิเทศ กระทรวงแรงงานฯ และผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าหน้าที่ของกระทรวงแรงงานฯ หลายฝ่าย

แหล่งที่มาของข้อมูลได้จากข้อมูลบุคคล ข้อมูลสถานที่ ข้อมูลจากหนังสืออ้างอิง วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแยกข้อมูลจากภาคสนาม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญ เพื่อเป็นการนำมาประเมินค่า และการวิเคราะห์โดยนำมาสรุปเป็นการออกแบบ

สรุปการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน

1. รูปแบบของภาพประกอบในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์คือภาพเหมือนจริง (Realistic)
2. การวิเคราะห์การเลือกใช้สีกับโปสเตอร์สีที่เหมาะสมคือสีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด
3. การเลือกใช้ตัวอักษรในงานการออกแบบเลือกตัวอักษรแบบพิมพ์มาเป็นแนวทางในการออกแบบเพราะมีความเหมาะสมในด้านการออกแบบและเป็นแบบที่มีมาตรฐาน และมีความสะดวกในการสั่งพิมพ์
4. การจัดตำแหน่งของข้อความพาดหัวของสื่อประชาสัมพันธ์การบรรเทาปัญหาการว่างงานคือ พาดหัวประเภทคำถาม (Interogative)
5. การวิเคราะห์เลือกใช้กระดาษในการผลิตเลือกใช้ขนาดกระดาษขนาด A2 ขนาด 420X594 เพราะมีความเหมาะสมในเรื่องของขนาด โดยของสถานที่ในการติดตั้งซึ่งส่วนใหญ่เป็นบอร์ดประชาสัมพันธ์ของสถานที่ ที่มีพื้นที่จำกัด
6. ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์คือระบบการพิมพ์ออฟเซต

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่มีสนใจในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานหรือโครงการใกล้เคียง ปัญหาการผลิตนั้นเนื่องจากการนำออกแบบนั้นจะต้องคำนึงถึงงบประมาณจากหน่วยงานเป็นพิเศษ เพราะถ้าแบบที่คิดแต่ไม่สามารถผลิตได้นั้นจึงจำเป็นต้อง คัดทอนบางอย่างเพื่อลดต้นทุนในการผลิตลงทำให้การออกแบบนั้นไม่สามารถเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้มีการคาดหวังไว้ตั้งแต่ต้น จึงขอฝากเอาไว้ว่าน่าจะมีการออกแบบที่เป็นกลางให้มากที่สุดหรือใกล้เคียง

## รายการอ้างอิง

- กาญจน กาญจนศิริ .โครงการออกแบบป้ายสาธารณะในสวนสัตว์สงขลา . หอสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม,2540
- จรินทร์ ผืนคำอ้าย .โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับมูลนิธิกองทุนการศึกษาพัฒนา . หอสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม,2540
- ัชชวาล สมทรัพย์และวัลลภ นิมมานนท์. วิชาการโฆษณา. กรุงเทพฯ : ศรีสง่าวิชาการ,2531
- ชม ภูมิภาค . ประวัติการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอ.เอสพรีนติ้งเฮ้า , 2536
- บัญญัติ คำณูนวัฒน์ .งานชุมนุมต้นพัน์การสร้างภาพพจน์ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย . หอสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม,2540
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบกราฟฟิค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์,2530
- พน ทองมีคม และคณะ . การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา . นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมธราช,2534
- มโนรม ชีรวานิช และคณะ . การสร้างสรรค์ และผลิตสิ่งพิมพ์โฆษณา . พิมพ์ครั้งที่3 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมธราช,2534
- วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ . การออกแบบกราฟฟิค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์รุ่งเรืองสานส์การพิมพ์,2538
- วิจิตร อาวะกุล .เทคนิคการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอ.เอสพรีนติ้งเฮ้า ,2534
- วิรัช ทวีรัตนกุล และคณะ . หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ . พิมพ์ครั้งที่4 . นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมธราช,2534
- วันชนะ แก้วเขียว .ระบบการพิมพ์และงานพิมพ์ . กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมธราช,2534

รายการอ้างอิง(ต่อ)

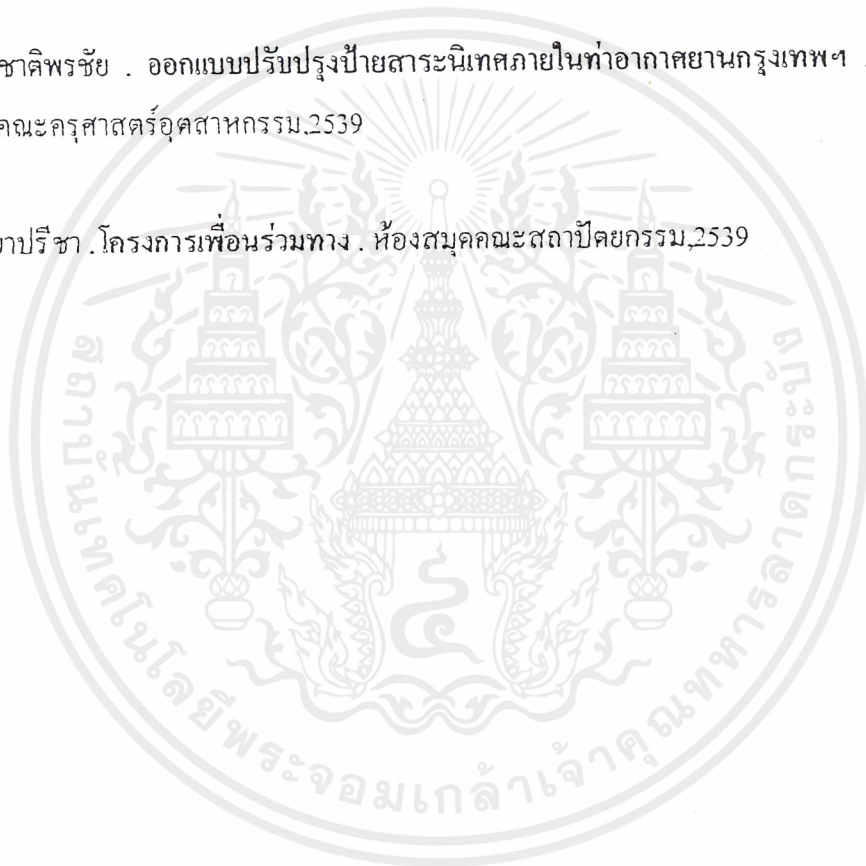
วันชัย ศรีประยูรค์. หลักเกณฑ์การออกแบบ . นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมนิราศ ,2534

นพดล นามเวช . โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สวนสัตว์นครราชสีมา . ห้องสมุดคณะครุ  
ศาสตร์อุตสาหกรรม,2541

ทองเต็ม นาคปลิว . กระดาษในงานพิมพ์ . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์รุ่งเรืองสถานส์การพิมพ์,2538

ศุขชาย เศษฐ์ชาติพรชัย . ออกแบบปรับปรุงป้ายสารนิเทศภายในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ . ห้อง  
สมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม,2539

ชญาณุช พิทยาปรีชา . โครงการเพื่อนร่วมทาง . ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรม,2539



ภาคผนวก ก.

แบบอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ด้วยข้าพเจ้า

นาย เฉลิมพจน์ ศรีโหระ

นักศึกษา ภาควิชา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชา ศิลปอุตสาหกรรม

ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่

301/159 หมู่บ้านรุ่งอรุณ2 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง

กรุงเทพฯ 10520

มีความประสงค์ขออนุมัติเขียนวิทยานิพนธ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี สาขาศิลปอุตสาหกรรม จำนวน 8(0-24)

ชื่อเรื่อง(ภาษาไทย)

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อ

บรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

(ภาษาอังกฤษ)

ชื่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

อาจารย์ เอกชัย เดิศำของ

ที่อยู่ปัจจุบันของอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

โทรศัพท์ 02- 3268504 ต่อ 602

แบบเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โครงการเสนอวิทยานิพนธ์

เรื่อง(ภาษาไทย) โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์การดำเนินงานเพื่อ  
บรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

(ภาษาอังกฤษ)

เสนอโดย นาย เฉลิมพจน์ ศรีโห

การศึกษาภาควิชา ครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สาขาวิชา ศิลปอุตสาหกรรม

จำนวนหน่วยกิตวิทยานิพนธ์ 8 หน่วย

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ เอกชัย เกษรช่างอง

ประเภทวิทยานิพนธ์ที่เสนอ

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และออกแบบ
  - ก. โครงการจริง
  - ข. โครงการเสนอแนะ
  - ค. โครงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง
2. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างกว้างขวาง โดยละเอียดและวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การออกแบบ
  - ก. โครงการจริง
  - ข. โครงการเสนอแนะ
  - ค. โครงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง
3. การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรม

.....

.....

.....

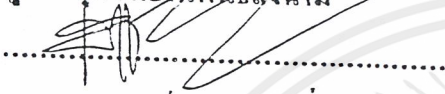
ข้าพเจ้าได้นำโครงการเสนาอวิทยานิพนธ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาแล้ว ท่านยินดีให้คำ  
ปรึกษาและได้แนบโครงการเสนาอวิทยานิพนธ์ดังกล่าวมาพร้อมนี้  
จึงเสนอมาเพื่อพิจารณา

ลงชื่อ.....นักศึกษา

(นาย เฉลิมพจน์ ศรีโหร)

ลงวันที่ 23 มิถุนายน 2541

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ลงนาม



(อาจารย์ เอกชัย เลิศชำทอง)

ตำแหน่ง อาจารย์

ลงวันที่ 23 มิถุนายน 2541



ภาคผนวก ข.

ที่ รล 0217/จ 167

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม  
ถนนมิตรไมตรี ดินแดง กท 10400

4 กันยายน 2541

เรื่อง ขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์

เรียน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แผ่นพับ จำนวน แผ่น  
2. โปสเตอร์ จำนวน แผ่น

ด้วยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้จัดทำแผ่นพับและโปสเตอร์เกี่ยวกับมาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงาน "7 มาตรการรัฐบาลสร้างงานล้านคน" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ ภารกิจ การดำเนินงานมาตรการบรรเทาปัญหาการว่างงานของรัฐบาล และขยายการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมายในทุกพื้นที่อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ

ในการนี้กระทรวงฯ จึงขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าวในสถานที่เห็นสมควรและประชาชนเห็นได้ง่าย ทั้งนี้ขอได้แจกจ่ายแก่หน่วยงานในความรับผิดชอบของท่าน หรือตามที่เห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายฉันทน์ จันทรปาน)

ปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

สำนักงานปลัดกระทรวง

ส่วนสารนิเทศ

โทร.232-1301

โทรสาร 643-4468



ที่ ทม 1504/ 4050

คณะกรรมการอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

// พฤศจิกายน 2541

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน ผู้อำนวยการส่วนสารสนเทศ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

ด้วย นายเฉลิมพงษ์ ศรีโหระ นักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่องชั้นปีที่ 2 ภาควิชาครุศาสตร์  
สถาปัตยกรรม สาขาศิลปอุตสาหกรรม มีความประสงค์จะทำการศึกษาค้นคว้าประกอบการทำ  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์บรรเทาปัญหาการว่างงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ  
หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาศิลปอุตสาหกรรม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ มาตรการบรรเทาการว่างงาน 7 มาตรการ ในเรื่อง  
การสื่อ คณะกรรมการอุตสาหกรรม หวังว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือด้วยดี ขอขอบ  
คุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายคณันท์ ดิษขบุตร)

รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม

โทร.3266052-6101 ต่อ 2636

โทรสาร 3268506

## ภาคผนวก ก.

## แบบสอบถาม

“โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม”

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามนี้ทั้งหมด 3 ตอนด้วยกัน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

2. ให้ทำเครื่องหมาย / ในช่อง ( ) หน้าข้อที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- |                   |                       |                    |                |
|-------------------|-----------------------|--------------------|----------------|
| 1. เพศ            | ( ) ชาย               | ( ) หญิง           |                |
| 2. อายุ           | ( ) ต่ำกว่า 20 ปี     | ( ) 21-25 ปี       |                |
|                   | ( ) 26-30 ปี          | ( ) 31 ปีขึ้นไป    |                |
| 3. สถานภาพ        | ( ) โสด               | ( ) สมรส           |                |
|                   | ( ) หย่าร้าง          |                    |                |
| 4. ระดับการศึกษา  | ( ) ต่ำกว่า ม.3       | ( ) ปวช./ม.6       |                |
|                   | ( ) ปวส./อนุปริญญา    | ( ) ปริญญาตรี      |                |
|                   | ( ) สูงกว่าปริญญาตรี  | ( ) อื่นๆระบุ..... |                |
| 5. อาชีพ          | ( ) รับราชการ         | ( ) ค้าขาย         |                |
|                   | ( ) ธุรกิจส่วนตัว     | ( ) รับจ้าง        |                |
|                   | ( ) อยู่ในภาวะว่างงาน | ( ) นักศึกษา       |                |
|                   | ( ) อื่นๆระบุ.....    |                    |                |
| 6. เขตที่พักอาศัย | ( ) กรุงเทพฯ          | ( ) ปริมณฑล        | ( ) อื่นๆ..... |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม”

1. สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่ท่านมีความรู้สึกสนใจที่สุด (ได้หมดเขตหรืองดคำตอบ)

- |                       |                                      |
|-----------------------|--------------------------------------|
| ( ) โปสเตอร์ (Poster) | ( ) ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง(Busside) |
| ( ) แฟ้มพับ(Folder)   | ( ) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง(Billboard)     |

2. ท่านทราบหรือไม่ว่ากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบรรเทาปัญหาการว่างงานของประชาชนภายในประเทศ?

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ( ) ทราบ       | ( ) ไม่ทราบ |
| ( ) อื่นๆ..... |             |

3. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานบรรเทาปัญหาการว่างงาน ประเภทโปสเตอร์, แฟ้มพับ, ป้ายข้างรถประจำทาง, ป้ายโฆษณากลางแจ้งหรือไม่?

- |         |            |
|---------|------------|
| ( ) เคย | ( ) ไม่เคย |
|---------|------------|

4. ท่านเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าจากแหล่งใดบ้าง? (ตอบได้มากกว่าข้อ)

- ( ) ห้างสรรพสินค้า                      ( ) ห้างสรรพสินค้า
- ( ) บริษัทห้างร้าน                      ( ) สถานศึกษา สถาบันการศึกษา
- ( ) สถานที่ราชการ รัฐวิสาหกิจระบุ.....
- ( ) ห้องถนนสถานที่สาธารณะระบุ.....
- ( ) อื่นๆ.....

5. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “โปสเตอร์” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

- ( ) ระยะเวลาในการติดตั้งไม่เหมาะสม                      ( ) ขนาดของภาพ,ตัวอักษรเล็กไป
- ( ) รูปภาพดูไม่เข้าใจ                      ( ) เนื้อหาไม่รู้เรื่อง
- ( ) จุดสนใจของงานไม่ชัดเจน                      ( ) อื่นๆ.....

6. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “แผ่นพับ” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

- ( ) ระยะเวลาในการติดตั้ง                      ( ) ขนาดของภาพ,ตัวอักษร
- ( ) รูปภาพ                      ( ) เนื้อหา
- ( ) จุดสนใจของภาพ                      ( ) อื่นๆ.....

7. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง” ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

- ( ) ระยะเวลาในการติดตั้ง                      ( ) ขนาดของภาพ,ตัวอักษร
- ( ) รูปภาพ                      ( ) เนื้อหา
- ( ) จุดสนใจของงาน                      ( ) อื่นๆ.....

8. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท “ป้ายโฆษณากลางแจ้ง”(ป้ายคัดเอาท์) ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล ท่านพบปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งใดบ้าง?

- ( ) ระยะเวลาในการติดตั้ง                      ( ) ขนาดของภาพ,ตัวอักษร
- ( ) รูปภาพ                      ( ) เนื้อหา
- ( ) จุดสนใจของงาน                      ( ) อื่นๆ.....

9. ถ้าสมมุติว่าท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่อยู่ในภาวะการว่างงานท่านจะสนใจในนโยบายการแก้ไขและบรรเทาปัญหาการว่างงานของกระทรวงแรงงานหรือไม่?

- ( ) ไม่สนใจเลยเพราะ.....
- ( ) สนใจมากเพราะ.....



## ประวัติผู้ทำวิจัย



ชื่อ นายเฉลิมพงษ์ ศรีโหระ

เกิด วันที่ 11 สิงหาคม 2517

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมต้น

ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

ปัจจุบันศึกษาอยู่

ที่อยู่ปัจจุบัน

โรงเรียนพิชัยพัฒนา

โรงเรียนบางกะปิ

โรงเรียนเกษม โปลีเทคนิค

คณะออกแบบ แผนกออกแบบผลิตภัณฑ์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขต เพาะช่าง

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์

สถาปัตยกรรม สาขาศิลปอุตสาหกรรม

85/ 202 ม.1 ถนนสุขาภิบาล 2 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม

ซอยร็อคอินน์1 กรุงเทพฯ 10240

