

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ”

โดยศึกษาการออกแบบแนว LESS IS MORE

PROMOTIONAL CAMPAIGN FOR “SAVE ENERGY TO DOUBLE UP MONEY ”

EMPHASISE ON LESS IS MORE DESIGNING



นายชัยวุฒิ วุฒิอารณ์

MR. CHAIWOOT WOOTTIARPORN

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน... 49743  
วัน, เดือน, ปี 2 ส.ค. 2547

.b.....
.i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประหยัดไฟค่าไร 2 ต่อ”  
Promotional campaign for “Save energy to double up money”



นายชัยวุฒิ วุฒิอาภรณ์

Mr. CHAIWOOT WOOTTIARPORN

ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 25/4/46  
(อาจารย์ไพบุลย์ กระจุกใจดี)

หัวหน้าภาควิชา.....วันที่ 30 เม.ย. 46  
(อาจารย์วีศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประหยัดไฟค่าไร 2 ต่อ” โดยการศึกษาการออกแบบแนว “Less is more” Promotional campaign for “Save energy to double up money” Emphasise on Less is more designing
ชื่อ	นายชัยวุฒิ วุฒิอาภรณ์
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2545
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ไพฑูริย์ ตระกูลใจดี



การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับ โครงการประหยัดไฟค่าไร 2 ต่อ ซึ่งโครงการนี้เป็น การออกแบบสื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้หลักการออกแบบแนว Less is more ซึ่งการออกแบบ ต้องคำนึงถึงผลที่จะได้ เพื่อเป็นการบอกถึงประโยชน์ของโครงการ โดยจะนำเสนอออกมาในรูปแบบ ของสื่อแบบใดบ้างต้องวิเคราะห์ข้อมูลหลายๆอย่างที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบโดยโครง การนี้มีประโยชน์เด่นๆหลายอย่างซึ่งสามารถนำมาเป็นประเด็นในการออกแบบได้หลายๆอย่างและ สื่อที่จะนำเสนออีกหลากหลายนั้น ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายและข้อความที่จะบอกนั่นเอง

โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมีอัตราการใช้ไฟฟ้าค่อนข้างสูง แนว ความคิดในการออกแบบจะใช้ข้อความและภาพเป็นตัวบอกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับกลับมาคืออะไร ทางด้านการออกแบบจะใช้ภาพที่ดูง่ายเข้าใจง่าย เพื่อให้สะดุดตาและ สามารถจดจำได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง อาจารย์ไพบูลย์ ตระกูลใจดี สำหรับคำแนะนำและความช่วยเหลือ  
ที่มีมาโดยตลอด

ขอขอบคุณอาจารย์ วิทยา หาญวาริวงศ์ศิลป์ ซึ่งชี้แนะแนวทางเพื่อเป็น IDEA ในการคิด  
ขอขอบคุณ อาจารย์ท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวมา ที่ชี้แนะ ให้เกิดประโยชน์มาโดยตลอด

ขอขอบคุณ คุณวินัย และคุณวรรณนิภา วุฒิอาภรณ์ที่เอื้อเฟื้อ งบประมาณในการใช้มาโดย  
ตลอดอย่างไม่ขาดมือ

ขอขอบคุณ จิก ที่ช่วยถ่ายรูปมาตั้งแต่ SPECIAL PROJECT จนถึง ศิลปินพนธ์

ขอขอบคุณ จีบ ที่ช่วยแปลข้อมูล และเรื่องต่างๆ

ขอขอบคุณ โด บอง แคร็ก รัม โน้ด ลีอิม ทาโร เอก แป๊ะ คัง อาร์ม อ่าว (ทีมบ้านส้ม) ที่  
อุปถัมภ์กันมาตลอด ซึ่งมาก

ขอขอบคุณ บ้านส้มที่ให้ที่พักพิงเสมอมา

ขอขอบคุณ รถพยาบาล สีแดงที่ อดทนจบจบ

ขอขอบคุณ เพื่อนๆที่แวะเวียนมาบ้านส้ม แม้เราจะไม่ได้ที่บ้านส้มก็ตาม

ขอขอบคุณ ห้องสมุดที่เป็นคลังความรู้ที่ยิ่งใหญ่

ขอขอบคุณ น้องเจ๊บที่เป็นกำลังใจมาโดยตลอด โดยไม่ขาด

ขอขอบคุณ เพื่อนๆในกลุ่มอาจารย์ไพบูลย์ ที่ปรึกษาด้วยกันตลอดมา

ขอขอบคุณ พี่ๆน้องๆที่ให้คำปรึกษาโดยตลอด

ขอขอบคุณผู้อยู่เบื้องหลังทุกๆท่านที่เอื้อเฟื้อสิ่งต่างๆมา โดยตลอด โดยบางครั้งเราอาจจะ  
ลืมขอบคุณต้องขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ชัยวุฒิ วุฒิอาภรณ์

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	
ความเป็นมาของ โครงการ.....	1
วัตถุประสงค์ของ โครงการ.....	1
ขอบเขตของ โครงการ.....	2
กลุ่มเป้าหมายของ โครงการ.....	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
แหล่งข้อมูล.....	2
2. การค้นคว้าและข้อมูลเอกสารสำหรับ โครงการ	
โครงการประหยัดไฟค่า 2 ต่อ.....	3
กติกการเข้าร่วมแข่งขัน.....	4
เริ่มต้นเข้าร่วม โครงการได้โดย.....	4
ขั้นตอนการ ได้รับส่วนสค.....	5
ขั้นตอนการปฏิบัติใน โครงการ.....	5
ชนิดของบ้านใน โครงการ.....	6
ตัวอย่างแบบสอบถาม.....	8
สื่อประชาสัมพันธ์ที่เคยมี.....	9
หลักทั่วไปของการออกแบบสื่อที่ดี.....	11
Copy Platform ลักษณะเป็นอย่างไร.....	13
เหตุผลในการเลือกสื่อ.....	14
ศิลปะแบบ Minimal Art.....	18
การออกแบบแนว Less Is More.....	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	<b>วิเคราะห์ข้อมูล</b>	
	วิเคราะห์ข้อมูล.....	21
	วิเคราะห์ปัญหา.....	21
	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	22
	วิเคราะห์จิตวิทยากลุ่มเป้าหมาย.....	22
	วิเคราะห์พฤติกรรมสื่อ.....	23
	วิเคราะห์การออกแบบ.....	24
	สรุปโจทย์การออกแบบ.....	25
4	<b>แนวคิดและการพัฒนาแบบร่าง</b>	
	การพัฒนาแบบร่าง ครั้งที่ 1.....	27
	การพัฒนาแบบร่าง ครั้งที่ 2.....	35
	แผนผังการพัฒนาแบบร่างทั้งหมด	
5	<b>ผลงานจริง</b>	
	โปสเตอร์ผลงานจริง.....	42
	โฆษณานิตยสาร ผลงานจริง.....	46
	โฆษณาบนสถานีรถไฟ.....	50
	โปสเตอร์ ผลงานจริง.....	51
	<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>59</b>
	<b>ประวัติผู้เขียน.....</b>	<b>60</b>

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แบบร่างครั้งที่ 1	
โปสเตอร์.....	27
โฆษณานิตยสาร.....	29
โปสเตอร์.....	32
โฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า.....	34
2. แบบร่างครั้งที่ 2	
โปสเตอร์.....	35
โฆษณานิตยสาร.....	37
โปสเตอร์.....	41
3. แผนผังการพัฒนาแบบร่าง	
โปสเตอร์.....	43
โฆษณานิตยสาร.....	44
โปสเตอร์.....	45
โฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า.....	46
4. ผลงานจริง	
โปสเตอร์.....	48
โฆษณานิตยสาร.....	52
โฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้า.....	56
โปสเตอร์.....	57

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการประหยัดไฟ ก้าว 2 ต่อ คือ โครงการนี้ การไฟฟ้านครหลวง ได้ร่วมกับ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ(สพช.) โดยโครงการนี้มีการแนะนำวิธีต่างๆ

ในการประหยัดไฟฟ้าของบ้านที่อยู่อาศัยกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้า แบบไม่ประหยัด โดยบ้านใดสามารถลดจำนวนหน่วยใช้ไฟฟ้าลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปก็จะได้รับ รางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟฟ้าร้อยละ 20 ของหน่วยใช้ไฟฟ้าที่ลดลงในเดือนนั้น โดยใบเสร็จค่าไฟฟ้า จะระบุส่วนลดอัตโนมัติ ซึ่ง ประโยชน์ของโครงการนี้ได้กับตัวเองและได้กับชาติด้วย

โดยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จะเน้นที่กลุ่มของวัยรุ่นซึ่งมีกำลังการใช้ไฟฟ้าค่อนข้างสูงและบางครั้งก็หลงลืมสามัญสำนึกในการประหยัดไฟ โดยการออกแบบจะใช้ภาพและข้อความ เป็นตัวในการออกแบบ โดยยึดหลักการออกแบบแนว Less is more เป็นหลักในการออกแบบ

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาการออกแบบโดยใช้ภาพและข้อความโดยใช้หลัก Less is more
2. ศึกษาการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและการออกแบบ
3. เพื่อชี้ให้เห็นแนวทางในการประหยัดค่าใช้จ่ายภายในบ้าน
4. เพื่อกระตุ้นให้ทุกครัวเรือนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้า
5. เพื่อเสนอแนะวิธีต่างๆ ในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า และการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างถูกวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กลุ่มเป้าหมาย

เป็นกลุ่มของวัยรุ่น โดยกลุ่มของวัยรุ่นนั้นมีกำลังการใช้ไฟฟ้าสูง

## ขอบเขตของโครงการ

1. Postcard 4 ชิ้น
2. โปสเตอร์ ขนาด 17 x 24 นิ้ว 2 ชิ้น
3. โฆษณาในนิตยสาร 4 ชิ้น
4. ป้ายโฆษณาบนรถไฟฟ้า 2 ชิ้น

## ขั้นตอนการศึกษา

1. ศึกษาการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ
2. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมต่อสื่อต่างๆ
3. ศึกษาเกี่ยวกับการใช้หลัก Less is more และการใช้ภาพกับข้อความในการออกแบบ
4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาและรวบรวม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ
5. ทำการออกแบบโดยอาศัยพื้นฐานข้อมูลที่ได้วิเคราะห์มา

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างกระแสความตื่นตัวในการประหยัดไฟฟ้า
2. เสริมสร้างจิตสำนึกในการประหยัดไฟฟ้า
3. เป็นการเสนอแนวทางอีกแนวทางหนึ่งในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

## แหล่งข้อมูล

การไฟฟ้านครหลวง และ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

หนังสือ Minimum risum ของ John Tomson

หนังสือ Less Is More The New Simplicity in Graphic Design

## บทที่ 2

### ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### 1. โครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ

โครงการรวมพลังหาร 2 ได้ร่วมกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) จัดทำโครงการ “ประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ” โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพช.) มีการแนะนำวิธีต่างๆ ในการประหยัดการใช้ไฟฟ้าของบ้านอยู่อาศัยกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าแบบไม่ประหยัดหรือไม่ถูกต้องด้วยแนวคิดลด ละ เลิก ลดชั่วโมงการเปิดใช้ไฟฟ้า ละเว้นการใช้ที่ไม่จำเป็น เลิกพฤติกรรมการใช้ไฟแบบสิ้นเปลืองลดละเลิกได้มากเท่าไร ยิ่งประหยัดมากเท่านั้น

โดยบ้านใดสามารถลดจำนวนหน่วยใช้ไฟฟ้าลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ก็จะได้รับรางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟฟ้าร้อยละ 20 ของหน่วยใช้ไฟฟ้าที่ลดลงได้ในเดือนนั้น โดยใบเสร็จค่าไฟฟ้าจะระบุส่วนลดให้โดยอัตโนมัติคือ

- ลดค่าไฟฟ้าจากการประหยัดการใช้ไฟลง ได้เท่ากับเป็นการประหยัดเงินในกระเป๋าของคุณเอง
- หากประหยัดการใช้ไฟลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ก็จะได้รับส่วนลดค่าไฟจากหน่วยไฟฟ้าที่ลดลงได้อีกร้อยละ 20

โดยผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการคือเป็นผู้ใช้ไฟฟ้า ประเภทบ้านที่อยู่อาศัย ในเขตของ กฟน. และ กฟภ.

- เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าบ้านอยู่อาศัย ขนาดเล็ก ซึ่งมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าไม่เกิน 150 หน่วยต่อเดือน โดยมีเครื่องใช้ไฟฟ้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เช่น หลอดไฟ พัดลม โทรทัศน์ ตู้เย็นขนาดเล็ก เตาเร็ค เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าบ้านอยู่อาศัยขนาดใหญ่ ซึ่งมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าเกินกว่า 150 หน่วยต่อเดือน โดยมีเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้นเช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องเสียง ตู้เย็นขนาดใหญ่ เครื่องซักผ้า เครื่องทำน้ำอุ่น เตาไมโครเวฟ เป็นต้น

## 2. กติกาการเข้าร่วมโครงการ

ไม่ต้องแจ้งหน่วยงานใดให้ยุ่งยาก ทุกครัวเรือนสามารถเข้าร่วมแข่งขันได้โดยอัตโนมัติ เดือนที่ลดการใช้ไฟฟ้าได้ ตั้งแต่เดือน ก.ย.2544 ถ้าเดือนใดสามารถลดจำนวนหน่วยการใช้ไฟฟ้า 10 ลงได้ตั้งแต่ร้อยละขึ้นไปก็จะมีส่วนลดค่าไฟฟ้าร้อยละ 20 ของหน่วยการใช้ไฟฟ้าที่ลดลงได้ในเดือนนั้น การใช้เวลาประจำเดือน ก.ย. 2544 (ตามรอบการจดหน่วยของการใช้ไฟฟ้าซึ่งจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 ส.ค ถึง 14 ก.ย.) ในใบแจ้งหนี้จะหักกลับส่วนลดค่าไฟฟ้าให้โดยอัตโนมัติ และส่งถึงบ้านคุณ ประมาณ 5 วันหลังจากวันจดหน่วย

หน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยที่ใช้เป็นเกณฑ์ นำหน่วยที่ใช้ไฟฟ้าซึ่ง คือ พลังงานไฟฟ้า ตามที่ใบแจ้งหนี้ของเดือน มิ.ย. ก.ค. และ ส.ค. 2544 มาเฉลี่ยเพื่อใช้เปรียบเทียบกับหน่วยการใช้ไฟฟ้าในเดือนที่ลงแข่งขัน (หน่วยที่ใช้ไฟฟ้าเดือน มิ.ย. 44 + หน่วยที่ใช้ไฟฟ้าเดือน ก.ค. 44 + หน่วยที่ใช้ไฟฟ้าเดือน ส.ค. 44) / 3 = หน่วยไฟฟ้าเฉลี่ย

ในกรณีที่ผู้ใช้ไฟฟ้าได้รับส่วนลดมากกว่าค่าไฟฟ้าที่ต้องจ่ายให้กับการไฟฟ้า ผู้ใช้ไฟฟ้ายังคงจะต้องเสียค่าบริการให้กับการไฟฟ้าตามปกติ ค่าบริการรายเดือนประเภท 1.1 = 8.19 บาทบ้านใหม่ยังไม่มีใบเสร็จ กรณีเป็นผู้ใช้ไฟรายใหม่ที่เริ่มใช้ไฟฟ้าหลังเดือนกันยายน 2544 หน่วยไฟฟ้าเฉลี่ย 3 เดือน จะเริ่มนับตั้งแต่เดือนที่เริ่มมีการใช้ไฟเต็มเดือนจนครบ 3 เดือน และจะมีสิทธิได้รับส่วนค่าไฟฟ้าตั้งแต่เดือนที่ 4 เป็นต้นไป

## 3. เริ่มต้นเข้าร่วมโครงการโดย

- ปรึกษากับสมาชิกในครอบครัวเพื่อ วางแผนแข่งขันประหยัดไฟฟ้า
- ศึกษาตัวอย่างการหาจำนวนหน่วยไฟฟ้าที่ใช้ของการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละประเภทจาก
- ลองคิด...ลองค้นหาจำนวนหน่วยการใช้ไฟฟ้าที่บ้านของคุณใช้ตามปกติ และกรณีที่คุณต้องการลดชั่วโมงการใช้งานของเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละประเภทลงร้อยละ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- หาก คุณค้นหาตัวเลขหน่วยการใช้ไฟฟ้าเองไม่ได้ คุณสามารถใช้ตัวเลขที่คำนวณไว้แล้ว จากตารางเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดต่างๆ หรือเปรียบเทียบกับขนาดใกล้เคียง โดยบอกเวลาเป็นนาทีหรือ ชั่วโมง

- เมื่อคุณทราบแนวทางจะ ลด ละ เลิก การใช้ไฟฟ้าลงอย่างไรและอย่างละกี่ชั่วโมงแล้ว ปฏิบัติให้ได้ตามนี้ คุณก็จะมีส่วนลดค่าไฟแถมเป็นรางวัลอย่างแน่นอน

#### 4. ขั้นตอนการได้รับส่วนลดร้อยละ 20 เป็นอย่างไร

นอกจากคุณจะประหยัดการใช้ไฟฟ้าลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 10ขึ้นไปเป็นการประหยัดเงินใน กระเป๋าคุณแล้วคุณยังจะได้รางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟฟ้าอีกร้อยละ 20ของหน่วยใช้ไฟฟ้าที่ประหยัด ในเดือนนั้นก่อนอื่นต้องหาค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยของบ้านคุณในช่วง3เดือนตามข้อกำหนดก่อนแล้ว ลองดูตัวอย่างการลดไฟฟ้าและรางวัลที่บ้านตัวอย่างแต่ละหลังจะได้รับเป็นอย่างไร ตัวอย่าง

การหาค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยที่ใช้ในระยะ 3เดือนนำตัวเลขหน่วยการใช้ไฟฟ้าของแต่ละ เดือน ซึ่งก็คือ พลังงานไฟฟ้าตามที่ระบุ ใน ใบแจ้งหนี้ มาหาค่าเฉลี่ยสมมติข้อมูลเป็นดังนี้

ใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าเดือนมิ.ย. 44พลังงานไฟฟ้า = 350หน่วย

ใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าเดือนก.ย. 44พลังงานไฟฟ้า = 250หน่วย

ใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าเดือนส.ค. 44พลังงานไฟฟ้า = 300หน่วย

ดังนั้น...ค่าหน่วยการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยของบ้านคุณคือ  $(350+250+300)/3 = 300$ หน่วย

ผู้ใช้ไฟในเขต กฟน.

ใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าในแต่ละเดือนตลอดระยะเวลาแข่งขันจะแสดงรายละเอียดต่างๆ เช่น หน่วยการใช้ไฟฟ้าอัตรา Ft ค่าบริการและส่วนลดค่าไฟที่คุณจะได้รับ โดยอัตโนมัติในใบแทรกที่ส่ง มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้

ผู้ใช้ไฟในเขต กฟภ.

ใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าจะระบุหน่วยการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยของบ้านคุณและหน่วยที่คุณลดลงได้ ร้อยละเท่าไรพร้อมแสดงค่าส่วนลดที่เป็นรางวัลไว้ด้วยแต่ถ้าหากคุณต้องการรายการคิดคำนวณที่ แจกแจงรายละเอียดมากยิ่งขึ้นสามารถติดต่อขอจากสำนักงานการไฟฟ้า ในเขตนั้นๆได้

ประหยัดค่าไฟฟ้าไม่ใช่เรื่องยากเริ่มต้นตั้งแต่วิธีง่ายๆทำได้ด้วยตัวคุณเองคุณลดการใช้ไฟ ฟ้าลงได้คุณก็ประหยัดค่าไฟลงได้ยิ่งใช้อย่างถูกวิธี ยิ่งประหยัดและประหยัดมากขึ้นเมื่อ ปรับเปลี่ยน บ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ขั้นตอนการปฏิบัติในโครงการ

### ขั้นที่ 1 ลด ละ เลิก

ต้องลด ละ เลิก พฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าแบบสิ้นเปลือง

### ขั้นที่ 2 บำรุงรักษาและใช้อย่างถูกวิธี

- ลดการเปิดไฟเช่นจากที่เคยเปิด 12 ชั่วโมงให้เหลือ 8 ชั่วโมง
- ลดการเปิดเครื่องปรับอากาศในห้องนอนลงวันละ 1/2 ชั่วโมง
- ละเว้นการเปิดวิทยุฟังเพลงพร้อมกับเปิดโทรทัศน์
- เลิกการเปิดโทรทัศน์รายการเดียวกันพร้อมกันคนละเครื่อง คนละห้อง ชวนมาดูพร้อมกัน

ที่เครื่อง-เดียวกัน ประหยัด ทั้งค่าไฟ อบอุ่นใจ ได้อยู่ด้วยกันทั้งครอบครัว

- เลิกเสียบปลั๊กกระดิกน้ำร้อนแช่ทิ้งไว้เพื่อรอชงกาแฟครั้งต่อไป

### ขั้นที่ 3 หมั่นบำรุงรักษา ใช้อย่างถูกวิธี เช่น

- ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสมที่ 25 °C
- ทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศของเครื่องปรับอากาศ อย่าให้มีฝุ่นเกาะ
- ตั้งตู้เย็น ให้ห่างจากผนังอย่างน้อย 15 เซนติเมตรเพื่อให้ระบายความร้อนได้ดี
- ละลายน้ำแข็งในตู้เย็นสม่ำเสมอ เพื่อให้การทำงานเย็นมีประสิทธิภาพสูง
- ไม่นำอาหารที่ยังร้อนเก็บในตู้เย็น
- เช็ดนมให้แห้งหมาดๆด้วยผ้าก่อนใช้เครื่องเป่านม

### ขั้นที่ 4 ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

หากจะประหยัดมากขึ้นอาจต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์บางอย่างหรือ เปลี่ยนอุปกรณ์เก่าที่ใช้ไฟมากและไม่มีประสิทธิภาพ เป็นตัวใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเช่นติดฟิล์มที่สะท้อนรังสีความร้อนให้หน้าต่างกระจก ลดความร้อนเข้าบ้านปลุกต้นไม้เพื่อบังแดดให้บ้านติดฉนวนที่ฝ้าเพดาน ลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศเปลี่ยนหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ เมื่อซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าควรศึกษาคู่มือการใช้อย่างละเอียด

## 6. ชนิดของบ้านในโครงการ

บ้านที่มีสิทธิ์ร่วมใน โครงการนี้คือ บ้านที่ถูกกำหนดโดยโครงการซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

### 6.1 บ้านคุณเล็ก

บ้านคุณเล็ก เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภท 1.1 มีค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยของเดือน มิ.ย. ก.ค. และ ส.ค. 2544 = 100 หน่วยเดือนกันยายน 2544คุณเล็กลดการใช้ไฟฟ้าลงมาได้เป็น 80หน่วย บ้านคุณเล็กจึงประหยัดไฟได้  $100 - 80 = 20$ หน่วยหน่วยที่ประหยัดได้คิดเป็นร้อยละ  $(100 - 80)/100 \times 100 = 20$  (มากกว่าร้อยละ 10)ดังนั้น คุณเล็ก จะได้รับรางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟอีกร้อยละ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของ 20 หน่วยที่ลดลงคือ  $20 \times 20/100 = 4$  หน่วยค่าไฟฟ้าที่จะได้ส่วนลดจาก 4 หน่วยนี้จะใช้อัตราค่าไฟฟ้าปกติขั้นสูงสุดของประเภท 1.1 คือ 2.2734 บาทต่อหน่วยและสมมติค่า F ของเดือนก.ย. 2544 คือ 0.2713 บาทต่อหน่วยดังนั้นคุณเล็กจะได้รับเงินส่วนลดในเดือนกันยายนนี้  $4 \times (2.2734 + 0.2713) = 10.18$  บาท

## 6.2 บ้านคุณใหญ่

บ้านคุณใหญ่เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภท 1.2 มีค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยของเดือนมิ.ย.ก.ค.และส.ค. 2544 = 300 หน่วยคุณใหญ่ และสมาชิกในครอบครัวพยายามแข่งขันกับตัวเองในการลดค่าไฟอยู่หลายเดือนแต่เพิ่งจะเริ่มลดได้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2545 มาเป็น 255 หน่วยบ้านคุณใหญ่ประหยัดไฟลดลงมาได้  $300 - 255 = 45$  หน่วยหน่วยที่ประหยัดได้คิดเป็นร้อยละ  $(300 - 255)/300 \times 100 = 15$  (มากกว่าร้อยละ 10) ดังนั้นคุณใหญ่จะได้รางวัลเป็นส่วนลดไฟฟ้าอีกร้อยละ 20 ของ 45 หน่วยที่ลดลงคือ  $45 \times 20/100 = 9$  หน่วยค่าไฟฟ้าที่จะได้ส่วนลดจาก 9 หน่วยนี้จะใช้อัตราค่าไฟฟ้าปกติขั้นสูงสุดของประเภท 1.2 คือ 2.9780 บาทต่อหน่วยและสมมติค่า F ของเดือนก.พ. 2545 คือ 0.2713 บาทต่อหน่วยดังนั้นคุณใหญ่จะได้รับเงินส่วนลดในเดือนกุมภาพันธ์นี้  $9 \times (2.9780 + 0.2713) = 29.24$  บาท

## 6.3 บ้านคุณใหม่

บ้านคุณใหม่เพิ่งสร้างเสร็จและขอใช้มิเตอร์ไฟฟ้าเมื่อเดือนเมษายน 2545 และเป็นบ้านอยู่อาศัยประเภท 1.2 คุณใหม่มีสิทธิเข้าร่วมการแข่งขันตามโครงการนี้ได้คุณใหม่ เริ่มรวบรวมใบแจ้งหนี้ค่าไฟฟ้าติดต่อกัน 3 เดือนเพื่อนำค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ยเดือนที่คุณใหม่รวบรวมหน่วยไฟฟ้าที่เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม มิถุนายน และกรกฎาคม 2545 โดยได้ค่าหน่วยไฟฟ้าเฉลี่ย = 550 หน่วยเดือนสิงหาคม 2545 (ซึ่งเป็นเดือนสุดท้ายของการแข่งขัน) คุณใหม่ลดการใช้ไฟฟ้าลงมาเป็น 455 หน่วยคุณใหม่ ลดได้  $550 - 455 = 95$  หน่วยหน่วยที่ประหยัดได้คิดเป็นร้อยละ  $(550 - 455)/550 \times 100 = 17.27$  (มากกว่าร้อยละ 10)

คุณใหม่จะได้รางวัลเป็นส่วนลดในเดือนสิงหาคม 2545 จำนวน  $95 \times 20/100 = 19$  หน่วยค่าไฟฟ้าที่จะได้ส่วนลดจาก 19 หน่วยนี้จะใช้อัตราค่าไฟฟ้าปกติขั้นสูงสุดของประเภท 1.2 คือ 2.9780 บาทต่อหน่วยและสมมติค่า F ของเดือนส.ค. 2545 คือ 0.2713 บาทต่อหน่วยคิดเป็นเงินส่วนลดค่าไฟที่คุณใหม่จะได้  $19 \times (2.9780 + 0.2713) = 61.74$  บาท

## 7. ตัวอย่างแบบสอบถาม

ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ ของสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชา นิเทศศิลป์ สาขา นิเทศศิลป์ โปรดเล็อก เดิมคำตอบตรงหน้าที่คิดว่าถูกที่สุด

### ตอนที่ 1 ข้อมูล

1. เพศ.....
2. อายุ.....
3. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอะไรบ้างที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ( เลือกได้เกิน 1 ข้อ )  
 ตู้เย็น  เกมส์  คอมพิวเตอร์  โทรทัศน์  เครื่องปรับอากาศ
4. อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าใดใช้บ่อยที่สุดใน 1 วัน ( ใช้คำตอบจากข้อ 3 )  
 .....  
 .....
5. ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าประมาณกี่ชั่วโมงต่อ 1 วัน  
 .....  
 .....
6. ท่านเคยหลงลืมการปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อเลิกใช้ไหม และ อะไรบ้างที่เคย  
 .....  
 .....
7. รู้จักโครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ หรือไม่ ถ้ารู้จักเป็นอย่างไร  
 .....  
 .....
8. อยากเข้าร่วมปฏิบัติตามโครงการไหม  
 .....  
 .....

### ตอนที่ 2 เกี่ยวกับสื่อ

1. สื่อที่พบเห็นในชีวิตประจำวันมีอะไรบ้าง  
 .....  
 .....
2. เวลาพบเห็นสื่อ แล้วอยากเก็บไว้กับตัวเองไหม  
 .....  
 .....
3. คิดว่าสื่อที่น่าสนใจในปัจจุบันมีอะไรบ้าง  
 .....  
 .....

## 8. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางโครงการได้ดำเนินการ

โดยสื่อประชาสัมพันธ์ได้ออกมาแบ่งเป็น 2 ประเภท โดยกลุ่มเป้าหมายเป็น ครอบครัว โดยโฆษณาทาง โทรทัศน์กลุ่มเป้าหมาย คือ ครอบครัวทั่วประเทศเพราะเป็นสื่อที่ครอบคลุมทั่วถึง ส่วนโปสเตอร์ จะครอบคลุมแค่กรุงเทพเท่านั้น โดยรายละเอียดของสื่อแต่ละอย่างมีดังนี้

### -สื่อโทรทัศน์

บอกถึงการประหยัดไฟโดยใช้พระจันทร์เป็นตัวสื่อถึงไฟฟ้า โดยมีการพูดในโฆษณา โดยใช้เสียง อ.อภิชาติ คำดี ซึ่งเป็นพิธีกรในรายการต่างๆ โดยสื่อนี้ดูแล้วก็เข้าใจถึงประเด็นที่ต้องการสื่อ และสามารถใส่รายละเอียดสอดแทรกไปได้อย่างมาก



### -โปสเตอร์

ชุดที่ 1 เป็น โปสเตอร์ชุดเดียวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ ถ้าได้ชมโฆษณาทางโทรทัศน์ก็จะเข้าใจภาพทางด้านโปสเตอร์

ชุดที่ 2 เป็นวิธีการปฏิบัติการใช้เครื่องไฟฟ้า โดยยกประเด็นของการใช้เตารีด ซึ่งบอกว่าถ้าปิด เตารีดก่อน 3 นาทีก็ยังสามารถรีดได้อยู่



## 9. หลักในการออกแบบ

หลักทั่วไปของการออกแบบสื่อที่ดี มีอยู่หลายประการดังนี้

**Attract Attention** สื่อที่ดีจะต้องดึงดูดความสนใจหรือเรียกความสนใจ โดยจะต้องสามารถหยุดหรือสะกดผู้อ่านหรือผู้ฟังรวมทั้งผู้ดูได้แต่แรก อาจทำได้โดยใช้ภาพที่น่าสนใจ หรือใช้คำพูดที่เหมาะสม และมีเสน่ห์กับตัวเอง ถ้าสามารถหยุดผู้อ่านที่กำลังอ่านหนังสือพิมพ์ หรือผู้ฟังรายการวิทยุให้หยุดที่โฆษณาของท่านได้ ก็เท่ากับว่าประสบความสำเร็จไปครึ่งหนึ่งแล้ว

**Arouse Interest** เมื่อสามารถหยุดความสนใจของผู้บริโภคให้หยุดอ่าน หยุดดู หรือหยุดฟังโฆษณาแล้ว ก็ต้องเร้าและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคอยากรู้ อยากเห็น และอยากติดตามต่อไป อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับสื่อก็ได้

**Create Desire** สื่อที่ดีจะต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความปรารถนา ไม่ใช่เพียงชอบสื่อเท่านั้นเท่านี้ copy writer ต้องมีจิตวิทยา มากพอที่จะรู้จักกลุ่มเป้าหมาย และสามารถชักจูง เชิญชวน อธิบาย และชี้ให้เห็นคุณค่าของสื่อ รวมทั้งพยายามทำให้กลุ่มเป้าหมาย

**Inspire Confidence** สื่อที่ดีจะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกไว้วางใจได้ และทำให้เขามีความมั่นใจอาจทำได้โดยใช้ถ้อยคำที่ทำให้เห็นว่าสามารถพิสูจน์และอ้างอิงได้ สิ่งที่สำคัญสุดในการออกแบบสื่อคือ อย่างลอก และให้ความจริง อยู่ใช้ถ้อยคำหรือสำนวน ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่ผิด

**Induce Action** โฆษณาที่ดีต้องมีการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดปฏิกิริยาตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้แล้ว

### 9.1 ก่อนเริ่มสร้างสรรค์การออกแบบสื่อ

ก่อนจะเริ่มทำการออกแบบสื่อแต่ละชิ้น copy writer ต้องรู้รายละเอียดต่างๆ เป็นต้นว่า ลูกค้าคือใคร โครงการอะไร ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ กลุ่มเป้าหมาย การแข่งขัน สิ่งชักจูงจิตใจ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย และรายละเอียดเท่าที่จะหาได้ อาจต้องทำการสอบถามหรือทำการวิจัย

สำคัญที่สุด คือ การพิจารณาตัวที่จะนำเสนอว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร

### 9.2 หลักสำคัญในการเริ่มต้นการเขียนโฆษณา

- copy writer ต้องรู้จักสิ่งที่เสนอเสียก่อน สิ่งที่ต้องรู้มากที่สุดคือ ควรรู้ตั้งแต่ การก่อตั้ง ส่วนรายละเอียด จุดเด่น จุดด้อย ประวัติความเป็นมา ความนิยม นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงว่า โครงการนี้คิดขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใด และเพื่ออะไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จะต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายให้ดีที่สุดว่าเป็นใคร อายุเท่าไร อาชีพอะไร อยู่ที่ไหน มีรสนิยมอย่างไร รู้จักสื่อแค่ไหน
- เมื่อรู้จักกลุ่มเป้าหมายแล้ว ต้องรู้ว่าเขารับสื่อแบบไหนมากที่สุด บ่อยแค่ไหน
- ควรรู้วิธีนำเสนอ วิธีการวางกลยุทธ์ คู่แข่ง จะทำให้สามารถวางแผนได้อย่างบรรลุเป้าหมาย ถ้าเป็นไปได้ควรมีสถิติอ้างอิงของสิ่งต่างๆที่ได้นำเสนอ

### 9.3 หลักสำคัญที่เป็นหัวข้อใน Creative Recommendation ได้แก่

- ต้องกำหนดจุดหมายของสื่อ เช่น ต้องการนำเสนอ โครงการใหม่ การตั้งเป้าหมายเช่นนี้ยากที่จะบรรลุหรือวัดได้ เพราะบางครั้งข้อบกพร่องอาจไม่อยู่ในเป้าหมายได้
- เมื่อรู้เป้าหมายว่าเป็นอย่างไร ก็มาหาวิธีว่าจะทำอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ในเรื่องนี้ มีสิ่งที่ต้องพิจารณาสองประการคือ จะพูดอะไร พูดอย่างไร หมายถึงว่าเราต้องพิจารณาว่าจะพูดอะไรก่อน
- แนวความคิด หรือสิ่งที่เราจะนำเสนอ เป็นสิ่งแรกที่จะต้องค้นหาให้ได้ ความสำเร็จของการออกแบบคือเราต้องคิดและแนวทางที่ถูกต้องให้ได้ และนำไปขยายหรือถ่ายทอดอย่างเหมาะสม

### 9.4 Concept ควรมีลักษณะอย่างไร

- ไม่สลับซับซ้อน ง่ายต่อการเข้าใจ แต่ต้องเป็นจุดเด่นที่จะจดจำได้อย่าง
- จดจำง่าย
- มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์
- เหมาะสมกับลักษณะของสิ่งที่นำเสนอ
- สามารถปรับใช้กับการสร้างสรรค์ทุกประการ
- สร้างความเกี่ยวเนื่องกับการรับรู้ได้ดี
- สะท้อนถึงวัตถุประสงค์ได้ในการทำสื่อ
- ส่งผลรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายได้
- เป็นแนวคิดที่ค่อนข้างยาวนาน มั่นคงในการใช้

ไม่ว่าจะเป็นสื่อใดๆ ก็ต้องมีประโยชน์ในตัวของมันเอง เราต้องหาให้ได้เพื่อเป็นจุดขาย ในการที่จะจูงใจกลุ่มเป้าหมาย ให้หันมาสนใจกับสื่อ ประโยชน์ที่หยิบยกขึ้นมาคือ แนวความคิดของสื่อนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้แนวความคิดแล้ว ก็ต้องเลือกวิธีที่จะถ่ายทอดแนวความคิดไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะ เป็นเทคนิค วิธีการ และภาษาที่จะเลือก ใช้อีกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะสามารถให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และหันมาดู

## 10. Copy Platform ประเด็นสำคัญของการออกแบบ

โดยทั่วไปแล้วอาจกล่าวได้ว่า เป็นแนวความคิดหรือ โครงร่างความคิดของการสร้างสรรค์ งานที่จัดขึ้น รูปแบบก็ไม่ได้มีที่เฉพาะเจาะจงแบบใดแบบหนึ่ง

แม้ว่าสิ่งที่ปรากฏใน Copy Platform นั้นจะไม่แน่นอน แต่ก็มักจะระบุถึงความคิดพื้นฐานของการสร้างสรรค์สื่อ นอกจากนี้ยังระบุถึงสิ่งอื่นๆ เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ ทางภาพ ลักษณะและขนาดของสื่อ สิ่งที่จะต้องมึในสื่ออื่นๆ

จะเห็นได้ว่า Copy platform เป็นเพียงโครงร่างความคิดเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันบางคนอาจเห็นเป็นเรื่องล้าสมัย เนื่องจกว่าเป็นการกรอกจำกัดความคิดสร้างสรรค์ แต่บางคนอาจเห็นว่า ทำให้การเขียนข้อความทางโฆษณาไม่บกพร่อง เพราะก่อนที่จะเขียนได้ใคร่ครวญทุกจุดแล้ว โดยเฉพาะในจุดการเสนอขาย ดังนั้นการใช้ Copy platform หรือ ไม่ จึงเป็นคำถามที่น่าสนใจ นอกจากนี้จะเป็นแนวทางในการเขียนข้อความแล้ว ยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบงานอีกด้วย โดยตรวจสอบว่าข้อความนั้นขึ้นตามแนวทางของ Copy platform หรือ ไม่ ถ้าไม่ควรทิ้งงานนั้นไป เพราะจะทำให้ได้งานที่ไม่ดี

### 10.1 องค์ประกอบของ Copy platform

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า copy platform ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว แต่อาจสรุปองค์ประกอบของ copy platform ได้ 5 ประการคือ

- การกำหนดผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจนจะช่วยให้เข้าใจได้ว่าจะสื่อสารกับใคร เพื่อจะได้สื่อสารได้ตรงจุด
- คำมั่นจะเป็นประโยคสั้นๆ ที่ระบุอย่างชัดเจน
- จะต้องเรียงลำดับความสำคัญให้กับผู้บริโภค
- การนำเสนอเป็นวิธีการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจ และคล้อยตาม ในคำมั่น
- Tone อารมณ์ที่ต้องการสร้างขึ้นหรือต้องการในงานโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 10.2 วิธีค้นหาความคิดในการสร้างเรื่องราว

- ใช้วิธีระดมสมองโดยการปรึกษากันในฝ่ายสร้างสรรค์ โดยทุกคนมีสิทธิ์ที่จะเสนอแนวโครงการ โดยไม่คิดถึงข้อจำกัดใดๆเพื่อที่จะได้แนวความคิดที่กว้างสุด แล้วค่อยมาพิจารณาเรื่องที่ตีที่สุดภายหลัง

- ใช้คำแนะนำหรือ แนวความคิดผู้อื่น ไม่ว่าจะป็นใคร ก็อาจทำให้เป็นประโยชน์ได้

- ศึกษางานโฆษณาจากในอดีต และปัจจุบันของสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อประโยชน์ 2 ประการคือ หลีกเลี่ยงแนวโครงการที่คล้ายกัน และอาจทำให้พบแนวโครงการที่มีค่า สามารถพัฒนาให้เข้ากับแนวทางในปัจจุบันได้

- การสมมุติให้ตัวผู้เขียน โฆษณา เป็นผู้รับสื่อ และพิจารณาว่าเรื่องราวใดน่าสนใจ โดยปราศจากความลำเอียง

เมื่อได้โครงสร้างของเรื่องมาแล้วนั้น ก็เข้าสู่ขั้นตอนการเลือกภาพประกอบเข้ากับโครงการ เพื่อสื่อความหมายของสื่อ นั้น ขึ้นนี้เรียกว่า ขั้นตอนการแล้วจะโยงถึง สีสันในงานด้วย

## 11. เหตุผลในการเลือกสื่อ

### Mag Ad

เนื่องจากสื่อโฆษณาทงหน้านิตยสารเป็นสื่อโฆษณาหนึ่ง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตัวโครงการและชัดเจน เพราะนิตยสารมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะตัว ที่ชัดเจน เพราะฉะนั้น ถ้าหากสามารถเลือกนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับที่วางไว้ก็จะทำให้โฆษณาชิ้นนั้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ละชัดเจนและไม่สิ้นเปลือง

### Poster

- สามารถเน้นเฉพาะจุดที่นำสื่อไปติด
- ปริมาณสื่อสามารถได้จำนวนมาก เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างความจดจำและเสียค่าใช้จ่ายน้อย

### สื่อประชาสัมพันธ์บนรถไฟฟ้า

- พบเห็นได้ชัดเจนและตรงกับกลุ่มของวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยเฉพาะ และเป็นสื่อที่ค่อนข้างทันสมัย
- สามารถใส่ลูกเล่นไปในโฆษณาได้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 11.1 ข้อดีและข้อเสียของสื่อบางชนิด

#### ข้อดีและข้อเสียของสื่อบางชนิดดังนี้

##### -สื่อโทรทัศน์

#### ข้อดีของสื่อโทรทัศน์มีดังนี้

- โทรทัศน์มีการกระจายอย่างกว้างขวาง ในประเทศไทยมีผู้ผลิตโทรทัศน์มาก ในต่างจังหวัดบ้านใครมีโทรทัศน์ ชาวบ้านก็จะมานั่งดูรวมกัน
- โทรทัศน์มีทั้งภาพ เสียง การเคลื่อนไหว ( Sight sound and motion ) ดังนั้นสามารถใช้ในการสร้างสรรค์ ที่มีลูกเล่น ได้อย่างมากมาย
- ถึงแม้ต้นทุนการผลิตจะสูง แต่เมื่อคิดเฉลี่ยต่อหัวและจะดูที่สุด สมมุติว่าซื้อรายการวิทยุ 2,000 บาท แต่คนฟังวิทยุมาหกรับ 2,000 บาทแล้ว ถ้าเทียบกับรายการโทรทัศน์ซึ่งซื้อ 250,000 บาท และนำจำนวนคนมาหารดูแล้ว ปรากฏคนดูโทรทัศน์จะมีมากกว่า
- เทคโนโลยีที่สูงพอที่จะสามารถสร้างการดึงดูด ( HOOK ) ที่จะเหนี่ยวใจคนดูให้ดูโฆษณาได้ตลอด

#### ข้อเสียของสื่อโทรทัศน์

- จำนวนเงินที่ต้องจ่ายสูง ทั้งในแง่ของการสร้างภาพยนตร์และการซื้อสื่อการสร้างภาพยนตร์ ในปัจจุบันไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท ถึง 10 ล้านบาท เพราะฉะนั้นถ้ามีงบประมาณน้อยก็ไม่สามารถผลิตสื่อออกมาได้ ถ้าได้ก็อาจจะคุณภาพไม่ถึง
- ไม่มีกรเคลื่อนย้าย โทรทัศน์ไม่สามารถย้ายไปไหนมาไหนได้ง่ายนัก จึงต่างกับวิทยุซึ่งเคลื่อนได้ตลอด
- มีการใช้รีโมท คอนโทรล ซึ่งสามารถเปลี่ยนช่องได้ทุกเมื่อ ทำให้เมื่อมีโฆษณาเมื่อไรคนก็จะเปลี่ยนช่องได้ จึงทำให้ต้องผลิตสื่อออกมามาก ซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณมาก

##### -สื่อวิทยุ

#### ข้อดีของสื่อวิทยุ

- เป็นสื่อที่เคลื่อนย้ายได้ไกล ไม่ว่าจะนำไปไหนก็สะดวก และเป็นสื่อที่สามารถสร้างความถี่ได้ตลอด
- วิทยุสามารถจินตนาการ ได้มาก โดยใช้เสียงประกอบได้ ทำให้ผู้บริโภคได้คิดและเรียนรู้ตาม
- วิทยุสามารถสร้างความเป็นกันเองกับผู้ฟังได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อเสียของสื่อวิทยุ

- วิทยุไม่เหมาะกับเรื่องที่ต้องสร้างสีสัน การเคลื่อนไหว เพราะไม่สามารถมองเห็นได้
- การโฆษณาทางวิทยุต้อง พูดทีละประเด็น เพราะถ้าพร้อมกันหลายประเด็นทำให้ผู้ฟังไม่

เข้าใจได้ง่าย

- วิทยุที่ได้ความถี่สูง จะได้ความเข้าถึงต่ำ เพราะจำนวนสถานีวิทยุมีจำนวนมาก

### - สื่อหนังสือพิมพ์

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

- มีความทันสมัย หนังสือพิมพ์จะส่งต้นฉบับ ก่อน 1-2 วัน ก่อนที่จะพิมพ์ปรากฏออกมา
- เป็นสื่อที่มีการเข้าถึงสูง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์
- มีธรรมชาติของการประกาศข่าว
- สามารถให้รายละเอียดได้มาก

### ข้อเสียของหนังสือพิมพ์

- ราคาแพง ในขั้นตอนการผลิตสื่อเพราะ หนังสือพิมพ์มีการกระจายไปทั่วประเทศ
- ผู้อ่าน เป็นจุดที่กำหนดยาก เพราะมีหลายกลุ่มที่อ่านหนังสือพิมพ์การสูญเปล่าที่ใช้ในการพิมพ์จึงเป็นไปไม่ได้สูง
- หนังสือพิมพ์ที่สืบขไม่ทำนิตยสาร เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านราคาและความรวดเร็ว
- หนังสือพิมพ์ไม่มีลักษณะเป็นการอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูล และคนจะไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้อ่านเพียงครั้ง สองครั้ง ก็ทิ้งแล้ว

### - สื่อนิตยสาร ( Magazine )

ข้อดีของนิตยสาร

- มีลักษณะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เจาะผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ไม่ค่อยมีการสูญเปล่า ถ้าขายคอมพิวเตอร์ก็ลงในนิตยสารคอมพิวเตอร์ จึงสามารถเลือกสื่อลงที่ไหนก็ได้ตามต้องการ
- นิตยสารเป็น ( HI-Fi colour ) เป็นสีที่สะท้อนความเป็นจริงที่สุดเพราะฉะนั้นเมื่อไรก็ตามที่สินค้าต้องการขายสี สัน นิตยสารจะเหมาะสมที่สุด
- นิตยสารมีลักษณะเป็นการอ้างอิง เป็นสิ่งที่ผู้ซื้อเก็บไว้และย้อนกลับมาดู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสียของนิตยสารคือ

- มีการเข้าถึงต่ำ เพราะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม ถ้าต้องการให้มีการเข้าถึงสูง นิตยสารไม่ใช่ทางเบลอที่ดีที่สุด
- การลงเรื่องราวในนิตยสารจะไม่ทันสมัย เพราะต้องส่งต้นฉบับล่วงหน้านาน
- ป้ายโฆษณา (Billboard) หรือ ป้ายโฆษณาริมทาง เป็นสื่อกลางแจ้ง ที่ค่อนข้างจะสำคัญที่สุดและพบเห็นได้แพร่หลาย

ข้อดีของป้ายโฆษณา

- เนื่องจากป้ายโฆษณามีภาคใหม่ จึงสามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ให้กับผู้พบเห็น ได้สูงมาก
- สร้างความถี่ ได้ดีเพราะเวลาคนเดินทางมักจะทำให้เส้นทางเดิม เพราะฉะนั้นเมื่อตั้งอยู่จุดใดจุดหนึ่ง จึงเกิดการพบเห็นซ้ำ

ข้อเสียของป้ายโฆษณา

- มีค่าใช้จ่ายในการผลิต ที่ค่อนข้างแพง
- ข้อความที่อยู่ป้ายโฆษณา ไม่สามารถมีรายละเอียดได้มากนัก เนื่องจากผู้สัญจรขับผ่านไปอย่างรวดเร็วส่วนมากมักจะใช้ข้อความน้อยๆ
- ปัญหาของการดูแล เพราะบางป้ายทำเป็นกล่องไฟ จึงดูแลยาก



## 12. กราฟฟิคในแนวทางการศิลปะแบบ MINIMAL ART

ศิลปะแนว MINIMAL ART เชื่อว่าความชัดเจน เรียบง่าย มาตรฐานเป็นคุณค่าของศิลปิน สามารถสร้างสรรค์บริเวณว่าง และพื้นที่ ให้มีความกลมกลืนกันได้ และสร้างความรู้สึก 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดรูปแบบใหม่ การนำความคิดมาใช้ในแบบศิลปะเหมือน Conceptual art เช่นเดียวกับ การพัฒนางานศิลปะ ที่ต้องมีกระบวนการที่มี การก่อกำเนิดนอกพิพิภพทัศน์ หรือ แกลลอรี่ เช่น LAND ART ทำเป็น ART ได้เพราะเป็น MINIMAL ART

การใช้วัสดุจำนวนน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็นในการทำหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ มีแนวโน้มว่าจะ ดีกว่าที่มีขนาดใหญ่เกินไปแล้วดูท้อท้อ สิ่งก่อสร้างในมาเลเซียมีความเรียบง่าย เช่น สะพาน เขื่อน และถนน มีหน้าที่เพียงอย่างเดียว ส่วนตึก PANTHEON ในกรุงโรมนั้นสร้างโดยมีจุดประสงค์ คือ สร้างเป็นห้องเดียว บ้านได้สร้างขึ้นมาเพื่อมีวัตถุประสงค์หลายประการจึงซับซ้อนมากขึ้น ในอีกแง่มุมหนึ่ง ตึกสูงระฟ้าทุกหลังมีความเรียบง่าย คือ ตึกเหล่านี้เป็นแท่งตรง แต่เมื่อพิจารณาให้ดีจะเห็นว่า ตึกเหล่านี้ คือ ความตื้นตันไร้ใจของความเป็นห้องว่าง หรือ พื้นที่ว่างเปล่าของห้องนั้น คือ พลังที่ทำให้สถาปัตยกรรมมีชีวิตชีวา เช่นเดียวกับภาพวาดแบบจีน ( CHINESE SCROLL )

เมื่อไม่มีอะไรอยู่ในห้อง การที่จะวางตำแหน่งของสวิทช์ไฟต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ว่ามันจะ ไม่เป็นส่วนที่ทำให้สัดส่วนของผนังเสียไปในการทำงานเดียวกันกับห้องที่กรุงรัง มีของตกแต่งมากเกินไป มันไม่จริงหรือที่ว่าห้องที่ว่างเปล่านั้นจะว่างเปล่า และเมื่อสุดสิ่งของในห้องออกไปจนถึง จุดของความน้อยที่สุด ก็พบว่ามันจะเป็น กระแงงที่มองเห็นได้ว่า ไม่ใช่ความว่างเปล่าหรือ แต่ เป็นความรู้สึกของความสมบูรณ์ ความมีในความเป็นไม่มีคุณจะพบว่าสีขาวไม่ได้มีสีเดียวแต่มีหลาย โทนสีตั้ง 50 สี เมื่อวัตถุถูกลดทอนองค์ประกอบต่างๆให้เหลือแต่ที่สำคัญเท่านั้น สัดส่วนก็จะเด่นชัดขึ้น และความเรียบง่ายก็ปรากฏออกมาให้เห็น

สำหรับ DIETER RAMS กล่าวไว้ว่า การออกแบบที่ดีคือ ปัญหาของการที่ทำให้การออกแบบที่น้อยที่สุด ( LESS IS MORE ) เท่าที่จะทำได้ ที่กลับสู่สามัญ หาโอกาสที่จะทำให้เรียบง่าย ส่วน JOHN แล้วหลักที่สำคัญมากที่สุด คือ การข้าม เว้น ทั้ง สิ่งที่ไม่สำคัญ ไม่จำเป็น เพื่อที่จะย้ำสิ่งสำคัญให้เด่น สิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งของสังคมซึ่งอาจสำคัญที่สุด เป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบ คือ ต้องช่วยจัดความสับสนวุ่นวายในโลกที่เราอยู่

การที่ทำให้เกิดความเรียบง่ายนั้น ต้องใช้ความพยายามอย่างสูง โดยการลดส่วนเกินหรือ สิ่งจอมปลอมออก ลดขนาด ลดสิ่งของออกให้เหลือน้อยเท่าที่จำเป็น มันหมายถึงการพร้อมที่จะทิ้ง ความรกรุงรังและของที่ไม่มีสาระสิ่งที่ทำให้ไม่น่าดูออกไป

### 13. การออกแบบโฆษณาแบบ Less is more

ทุกยุคทุกสมัยของการออกแบบกราฟิกนั้น มีลักษณะเฉพาะของมันเอง ซึ่งบ่งบอกถึงเวลาและสถานที่ของการสร้างสรรค์งาน ตั้งแต่ช่วงปลายยุค 80 Visual clutter ได้มาถึงจุดสูงสุดซึ่งก็ไม่ใช่ครั้งแรกที่การออกแบบได้ถูกเน้นความสำคัญ แต่การออกแบบในยุคนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การจัดวางต่างๆหลากหลายของตัวหนังสือและภาพจะพบในการออกแบบของสมัยเดียวกัน ตอบสนองความนิยม ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบถึงคำและภาพในโทรทัศน์ วิดีโอ และสื่อสาธารณะ และรวมไปถึงผลของงานในวิธีการแบบ Late modern ซึ่งเป็นยุคแห่งการมีเหตุผลและชัดเจน ซึ่งได้ถือว่ามีคำตอบสนองกับกระแสความงามความสุนทรีย์

บางครั้งสิ่งสำคัญที่สุด วัฒนธรรมการออกแบบนี้สะท้อนถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่พยายามให้เกิดผลกระทบที่ใหญ่โตต่อทั้งงานและคอนเซ็ปต์ เบื้องหลังงานออกแบบกราฟิก โดยคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นตัวช่วยสำหรับนักออกแบบ หรือสำหรับกรก้าวสู่ยุคสมัยใหม่ที่ดีขึ้น

ต้นแบบของงานออกแบบกราฟิกนั้นมีมากมายหลากหลาย เหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ กระแสแห่งสไตล์ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วเป็นอีกสไตล์ อย่างไม่รู้ตัวตามที่จะอธิบายให้ละเอียดลึกซึ้งว่าทำไมรูปแบบหรือหน้าตาของตัวหนังสือจึงกลายเป็น ต้นแบบของยุคนั้นอย่างหนึ่ง คือ การอธิบายทฤษฎีของตัวอักษร ซึ่งแสดงว่าคุณคณหนึ่งเป็นผู้นำ ขณะที่คนอื่นนั้นเป็นผู้ตาม

รูปแบบการออกแบบในลักษณะ “MORE IS MORE” ในงานกราฟิก ซึ่งเป็นลักษณะของแนวใหม่ เป็นการรื้อ โดยพื้นฐานหนึ่งที่ทำให้เกิดการลบล้าง Status quo ของคนรุ่นก่อน คอมพิวเตอร์บ่งบอกถึงสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลง สร้างเครื่องมือให้แก่การออกแบบในการสร้างทั้งความเป็นเลิศและความซับซ้อน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับการยอมรับและเชื่อถือในรสนิยม และสติปัญญาของนักออกแบบเอง

นักออกแบบตัวอักษรควรค้นหาแนวทางใหม่ๆ ความง่าย ประหยัดและตัดทอนเป็นแบบอย่างหนึ่งของ Alternative ไม่ใช่เพียงแค่การปฏิเสธกระแสแฟชั่นแต่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เกินกว่านั้นคำกล่าวที่ต่อต้านการตามกันจะกลายเป็นดังถ้อยคำอันน่าเบื่อ

LESS IS MORE อาจเป็นการขาดหายของความสลับซับซ้อนที่ไม่จำเป็นขณะที่ยังรักษาคุณสมบัติของการออกแบบ ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้น Less is more สร้างมุมมองที่หลากหลาย

ความง่ายคือการกลับไปสู่ Basic แต่ไม่ได้สร้างความตื่นเต้นที่มากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LESS IS MORE สร้างโดยสถาปนิก “Meis Van Der Rohe ในยุค 30 ความแตกต่างของงานของ Van de Rohe กับสถาปนิกยุค 400 หรือ 500 bc. คือ ความมีเหตุผลและกำเนิดของสไตล์ของยุคกลไก

ความสมดุลความกลมกลืนและความง่าย เป็นสิ่งสำคัญในงานศิลปะ ไม่ว่าจะอ้างถึงกรีกโรมัน หรือ ยุโรปใหม่ คุณภาพระหว่างอารมณ์ความรู้สึกกับกายภาพ ความมีเหตุผลมากกว่าสัญชาตญาณ ซึ่งแม้แต่องค์ประกอบของงาน Abstract ยังมีหลักเกณฑ์และรูปแบบจำกัดเหล่านี้คือหัวใจสำคัญของการออกแบบ แต่ก็ยังเป็นที่ถกเถียงอยู่ว่าการกำจัดการรูปแบบไม่ใช่สิ่งที่ดี แต่เป็นการขัดขวางการแสดงออกตามสัญชาตญาณประวัติศาสตร์ศิลปะ และการออกแบบนั้นเต็มไปด้วยยุคสมัย ความเคลื่อนไหวและรูปแบบที่สร้างวัฒนธรรมการออกแบบให้เป็นลัทธิหรือ ความเชื่อในความงามนั้นเป็นรากฐานของสิ่งทั้งหลายอย่างแท้จริง

พวกตรงกันข้ามเชื่อว่าความคิดแบบ MORE IS MORE นั้นดีกว่า แนวคิด Alternative อย่างแน่นอน แน่แน่นอนว่าวัฒนธรรมการออกแบบของคนคนหนึ่งนั้นเป็นการออกแบบจากคำสั่งของคนอื่น อะไรที่ปรากฏความยุ่งเหยิงให้เห็น สามารถอยู่ภายใต้ระบบที่ดี มากไปกว่าแก่นและตัว Subject นั้นสามารถสื่อสาร ได้ดีกว่าภาพ และ ตัวหนังสือ ที่ซับซ้อนงานที่อ่านง่ายนั้นได้เปรียบ กว่าตาของเรา นั้นมองไปที่คำ ผลที่ตามมา ไม่มีความหมายอะไรต่อเรา ตัวหนังสือที่อ่านยากสร้างปัญหาให้กับเรา มันบังคับเราเพื่อที่จะสาธยายในแต่ละคำซึ่งแยกย่อย เรามีเวลาขณะที่เรากำลังถอดความ เพื่อหาใจความสำคัญโดยรวมทั้งสิ้นของมัน หลักความง่ายนั้นก็เป็นลักษณะคล้ายกับการอ่านง่ายในงานออกแบบกราฟิกและการอ่านง่ายนั้นยังไม่ใช่อะไรที่ประสิทธิภาพมากที่สุดเสมอไป บางครั้งข้อความนั้นสร้างความสนุกให้กับงานและเป็นที่จดจำ เมื่อถอดความในส่วนของภาพและเนื้อหาบางครั้ง การที่ต้องใช้ความพยายามนิดหน่อยกับการถอดความหมายของสื่อ นั้น ก็ไม่ใช่เรื่องแย่อะไร ไม่ว่าจะเป็นข้อดีของความง่าย หรือความซับซ้อนนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของเป้าหมาย กระนั้นก็ตามนักออกแบบบางคนก็ตอบรับกับหลักความง่าย บางคนนั้นก็ต่อต้านในการออกแบบกราฟิกเพื่อความตรงกันข้ามกันสุดขั้วนั้น ได้จัดรูปแบบในเวลาต่อไป

LESS IS MORE นั้นเป็นเหมือนความนิยมอยู่บ้าง แต่เป็นมากกว่าการตอบรับวัฒนธรรมการออกแบบที่ห่อหุ้มสื่อต่างๆการออกแบบอย่างสลบซับซ้อนนั้นไม่ได้สร้างประสิทธิภาพที่ยั่งยืนอย่างที่มันเป็น เมื่อสิ่งต่างๆเรียบง่ายมากขึ้น หรือน้อยลงจริงๆแล้วก็ไม่ได้เป็นการสนุกนักที่จะสร้างความซับซ้อนเช่นนี้

สิ่งต่างๆที่กล่าวถึงแม้จะไม่ชัดเจนไปทั้งหมด แต่แน่ชัดว่า Alternative นั้น ได้ถูกสำรวจและรูปแบบส่วนใหญ่เน้นเพียงฟู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

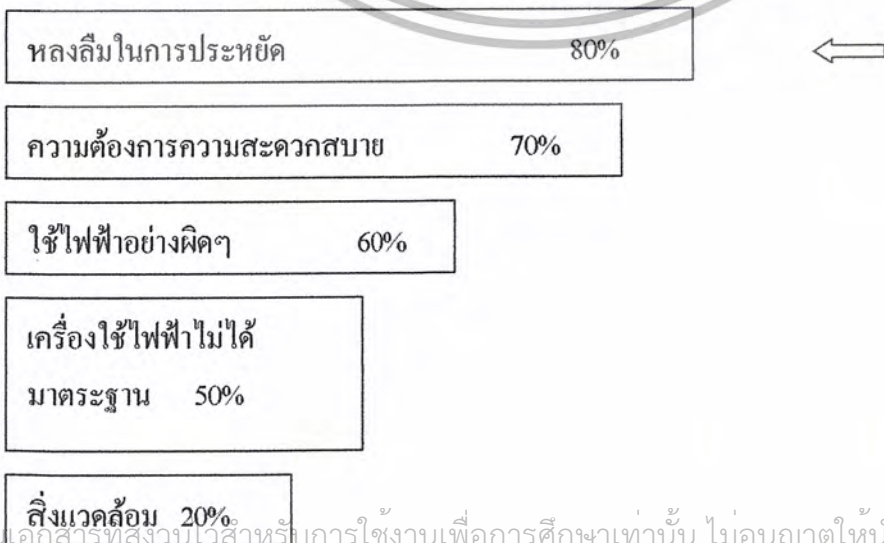
#### วิเคราะห์ข้อมูล

##### 1. วิเคราะห์ข้อมูล

โครงการประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ คือ โครงการนี้ การไฟฟ้านครหลวง ได้ร่วมกับ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพช.) โดยโครงการนี้มีการแนะนำวิธีต่างๆ ในการประหยัดไฟฟ้าของบ้านที่อยู่อาศัยกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าแบบไม่ประหยัด โดย บ้านใดสามารถลดจำนวนหน่วยใช้ไฟฟ้าลง ได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปก็จะได้รับรางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟฟ้าร้อยละ 20 ของหน่วยใช้ไฟฟ้าที่ลดลงในเดือนนั้น โดยใบเสร็จค่าไฟฟ้า จะระบุ ส่วนลดอัตโนมัติ ซึ่ง ประโยชน์ของโครงการนี้ได้กับตัวเองและได้กับชาติด้วย

##### 2. วิเคราะห์ปัญหา

การใช้ไฟฟ้าใน 1 ครอบครัวนั้น ค่าการใช้ไฟฟ้าแต่ละบ้านนั้นต่างกัน ขึ้นกับฐานะของแต่ละครัวเรือนและความต้องการการใช้ไฟฟ้า ส่วนประเด็นปัญหาที่จะยกมาเป็นแนวในการออกแบบ มีอยู่หลายประเด็นด้วยกัน

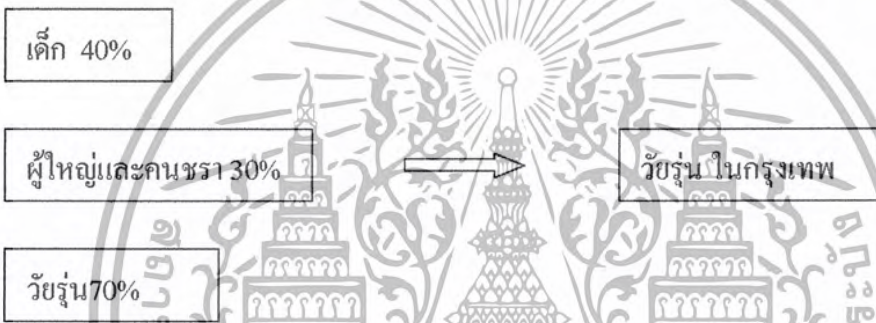


### สรุป

โดยปัญหาของการใช้ไฟฟ้าโดยสิ้นเปลืองนั้น ปัญหาเกิดได้จากหลายทาง แต่ประเด็นที่สำคัญคือ การหลงลืมในการประหยัด โดยบางครั้งเกิดจากความขี้เกียจ และไม่มีสามัญสำนึกของผู้บริโภคนั่นเอง

### 3. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของโครงการก็คือวัยรุ่น โดยจะวิเคราะห์ให้ลึกลงไปอีกเนื่องจาก จะได้ออกแบบสื่อให้ตรงที่สุดและให้กับกลุ่มที่มีอัตราการใช้ไฟฟ้าสูงในครอบครัว โดยวิเคราะห์ที่จะเลือกจากเปอร์เซ็นต์การใช้ไฟฟ้าภายในบ้านนั่นเอง



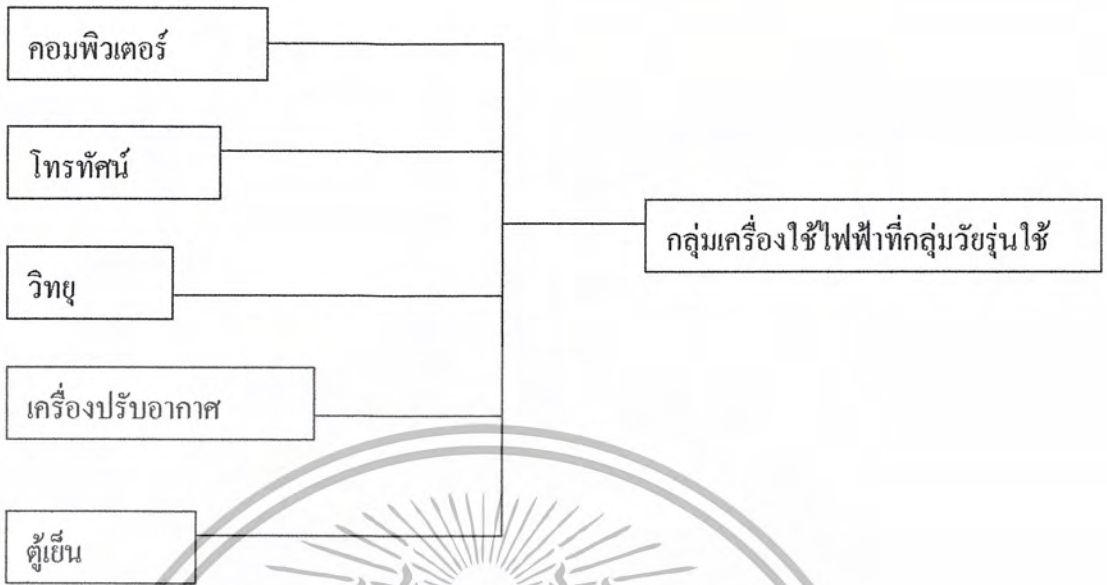
### สรุป

วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ใช้ไฟฟ้าสูงอันเนื่องมาจาก สังคมและสิ่งแวดล้อม การต้องการสื่อ การต้องการความบันเทิงการติดต่อ และนิสัยที่ละเลยการประหยัด เพราะวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ไม่ต้องรับภาระการจ่ายไฟฟ้าภายในบ้านนั่นเอง

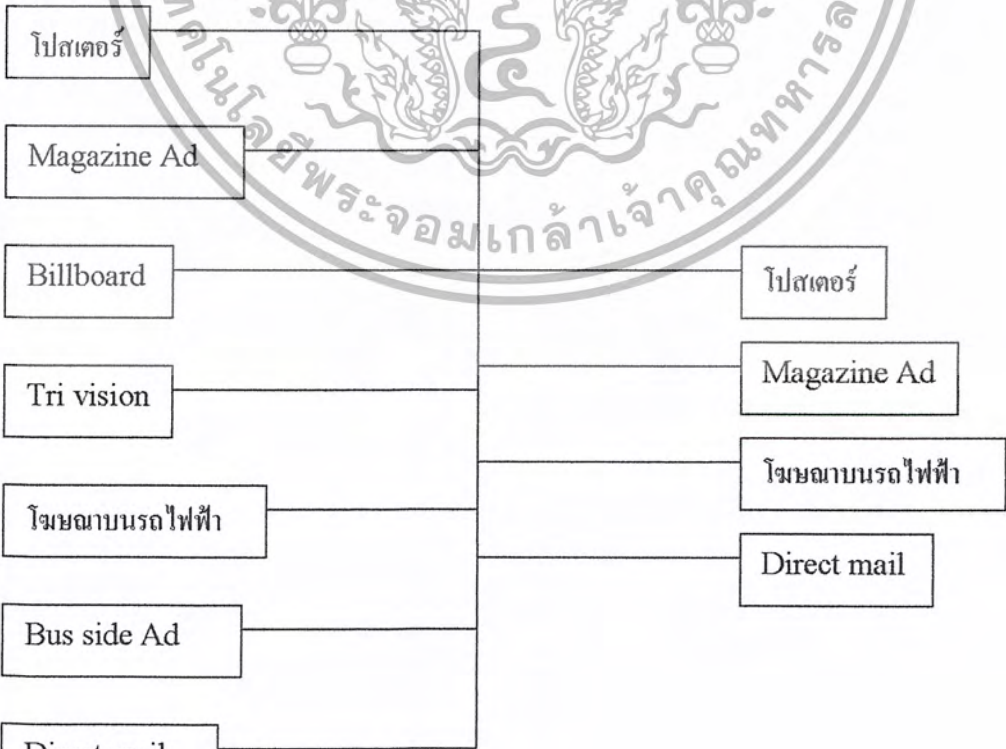
โดยกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นเฉพาะในกรุงเทพฯเท่านั้นเพราะกรุงเทพฯมีอัตราการใช้ไฟฟ้าสูงและเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพฯด้วย

### 4. วิเคราะห์จิตวิทยาและพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายมีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าโดยฟุ่มเฟือย โดยขาดสามัญสำนึกในการประหยัด โดยพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าที่ได้วิเคราะห์มา ส่วนใหญ่จะหลงลืมและปล่อยปละละเลยในการประหยัดอย่างมาก



5. วิเคราะห์พฤติกรรมการรับสื่อ โดยกลุ่มเป้าหมายนี้รับสื่อได้หลายด้านต่างๆ โดยสื่อที่เลือกจะนำมาในการออกแบบ ต้องสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่สุด โดยจะเลือกใช้สื่อ



### Direct mail

เหตุผลที่เลือกใช้สื่อนี้คือ เป็นสื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมายที่ คือส่งถึงตัวบุคคลถึงที่ละเห็นสื่อได้นานและชัดเจนมากกว่าสื่ออื่นๆ สื่อนี้จะแทรกรายละเอียดได้มากและละเอียดครบถ้วนชัดเจน

### โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

เป็นสื่อที่พบเห็นได้ตามสถานที่ กลุ่มเป้าหมายจะพบเห็นได้ และดึงดูดได้ดีโดยสามารถจะนำไปติดได้ทุกที่ ที่ต้องการ โดยโฟกัสเฉพาะที่กลุ่มเป้าหมายได้พบเห็นง่าย

### โฆษณาบนรถไฟฟ้า

เป็นสถานที่ กลุ่มเป้าหมายใช้ในการเดินทางและเป็นรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย และเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่กำลังนิยมในปัจจุบัน

### โฆษณาตามนิตยสาร

เป็นสื่อที่กลุ่มวัยรุ่นอ่าน และเป็นสื่อที่แทรกรายละเอียดได้เยอะ และสามารถเจาะจงว่าจะลงในหนังสือประเภทอะไร

### 6. วิเคราะห์การออกแบบ

การออกแบบในสื่อประชาสัมพันธ์นี้จะเลือกใช้ ภาพและข้อความเป็นตัวสื่อออกมาและใช้แนวทางในการออกแบบ แนว Less is more เพราะอยากสื่อที่ออกมาสัมพันธ์ กับ โครงการคือ ประหยัด โดยการออกแบบแนว Less is more คือ การออกแบบโดยตัดทอนให้มากที่สุด Clear Clean Simple และได้ผลมากที่สุด โดยดูแล้วสามารถสื่อออกมาได้อย่างชัดเจน

## 7. สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (Creative Brief)

### 7.1 ข้อมูล

โครงการประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ คือ โครงการนี้ การไฟฟ้านครหลวง ได้ร่วมกับ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพข.) โดยโครงการนี้มีการแนะนำวิธีต่างๆในการประหยัดไฟฟ้าของบ้านที่อยู่อาศัยกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าแบบไม่ประหยัด โดย บ้านใดสามารถลดจำนวนหน่วยใช้ไฟฟ้าลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้น ไปก็จะได้รับรางวัลเป็นส่วนลดค่าไฟฟ้าร้อยละ 20 ของหน่วยใช้ไฟฟ้าที่ลดลงในเดือนนั้น โดยใบเสร็จค่าไฟฟ้า จะระบุส่วนลดอัตโนมัติ ซึ่ง ประโยชน์ของโครงการนี้ได้กับตัวเองและได้กับชาติด้วย

### 7.2 กลุ่มเป้าหมาย

เป็นกลุ่มของวัยรุ่นซึ่งมีกำลังการใช้ไฟฟ้าค่อนข้างสูงและหลงลืมการประหยัดบ่อยครั้ง

### 7.3 พฤติกรรมของผู้รับสื่อ

โดยพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะใช้ไฟฟ้าโดยเกิดจากการหลงลืม ในการประหยัด ซึ่งเป็นปัญหาหลักของการใช้ไฟฟ้าโดยสิ้นเปลือง

### 7.4 ขอบเขตของโครงการ

Postcard	4 ชิ้น
โปสเตอร์ขนาด 42 x 60 ซม.	2 ชิ้น
โฆษณาในนิตยสาร	4 ชิ้น
ป้ายโฆษณาสถานีรถไฟ	2 ชิ้น

### 7.5 การออกแบบ

ใช้ภาพ กับข้อความ มีเป็นหลักในการออกแบบ และ บอกถึงข้อมูลของโครงการ และในรูปแบบของสื่อยึดแนว Less is more ในการออกแบบ คือ CLEAN CLEAR SIMPLE

### 7.6 ข้อความที่จะสื่อสาร

ใช้ข้อความที่ชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหันมาใส่ใจ และ ร่วมโครงการ โดยไม่ใช่ในเชิงประชดเสียดสี โดยบ่งบอกถึงประโยชน์ และ ผลที่จะได้รับ เพราะถ้าบอกให้รู้ถึงการประหยัดกลุ่มเป้าหมาย จะไม่รู้สึกรู้สึกเกิดความกระตุ้นเนื่องจากกลุ่มของวัยรุ่นได้ไม่ได้จ่ายค่าไฟฟ้าเอง โดยจะบอกผ่านกลุ่มวัยรุ่นให้รู้ถึงเงินที่จ่ายค่าไฟนั้นไปทำประโยชน์อื่นๆได้อีกเยอะมากกว่าการไปใช้ไฟฟ้าโดยสิ้นเปลือง โดยใช้ข้อความที่บอกถึงความสำคัญของค่าไฟเหล่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 7.7 สไตล์และเทคนิค

โดยสไตล์ของภาพจะเป็นลักษณะ MINIMAL เพื่อให้ดูแล้วน่าสนใจ โดยเล่นกับความน้อยขององค์ประกอบจึงทำให้ของบางสิ่งบางอย่างดูเด่นและมีอะไรมากกว่าภาพที่สื่อออกมา โดยจะแฝงลูกเล่น แต่จะไม่ใช้ลูกเล่นเป็น IDEA โดยภาพจะสื่อออกมาโดยใช้ข้อมูลหลักเป็นจริงส่วนเทคนิคจะใช้การถ่ายภาพจริง และนำมาตกแต่งภาพ โดยยึดเป็นแนวเดียวกันทั้งหมดเพื่อให้ภาพดูเป็นโทนเดียวกัน

### 7.8 MOOD AND TONE

CLEAN CLEAR SIMPLE ภาพรวมทั้งหมดจะเป็นลักษณะดูแล้วน่าสนใจในความน้อยของภาพ สะอาด และ สะดุดตา มากกว่าการมีองค์ประกอบเยอะๆ



## บทที่ 4

### ขั้นตอนการออกแบบ

ขั้นตอนการออกแบบ จะใช้ข้อมูลจากบทวิเคราะห์และการรวบรวมข้อมูล โดยจะนำสิ่งที่เหล่านั้นมาเป็นความคิดในการออกแบบ โดยความคิดเหล่านั้นจะเป็นการพัฒนาไปสู่ผลงานจริงใน ต่อมา โดยการออกแบบร่างเหล่านี้เป็นการช่วยทำให้งานออกมาได้อย่างสมบูรณ์ โดยเป็นการพัฒนาการออกแบบเป็นระบบขั้นตอนเพื่อง่ายต่อการเป็นผลงานจริง

โดยสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดมีดังนี้

- โปสเตอร์ 4 ชิ้น
  - โฆษณานิตยสาร 4 ชิ้น
  - โปสเตอร์ 2 ชิ้น
  - โฆษณานิตยสารไฟฟ้า 2 ชิ้น
1. แบบร่างครั้งที่ 1
- 1.1 โปสเตอร์ (แบบร่างครั้งที่ 1)



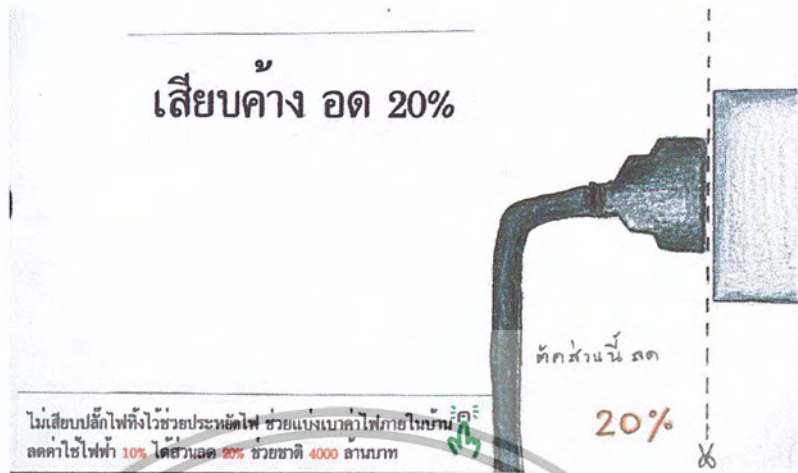
ภาพที่ 1 แบบร่างที่ 1

โปสเตอร์ชิ้นนี้จะบอกว่าการเปิดกระติกน้ำร้อนทิ้งไว้เป็นการสิ้นเปลือง โดยในการออกแบบ

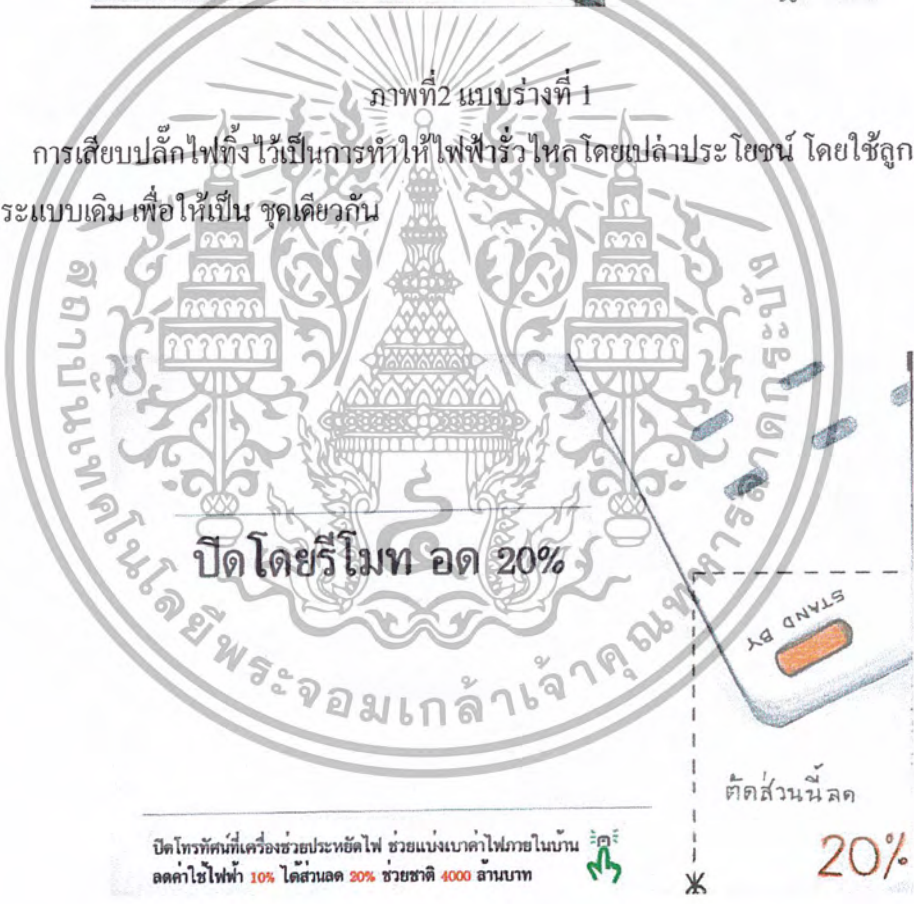
แบบใช้ลูกเล่น ของเส้นประ ให้ดูเหมือนกับรูปอง เมื่อตัดตามรอยปะ ก็จะได้ส่วนลด 20% โดยภาพ

จะดูง่ายและชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 แบบร่างที่ 1  
 การเสียบปลั๊กไฟทิ้งไว้เป็นการทำให้ไฟฟ้ารั่วไหลโดยเปล่าประโยชน์ โดยใช้ลูกเล่นกับ  
 เส้นประแบบเดิม เพื่อให้เป็น จุดเดียวกัน



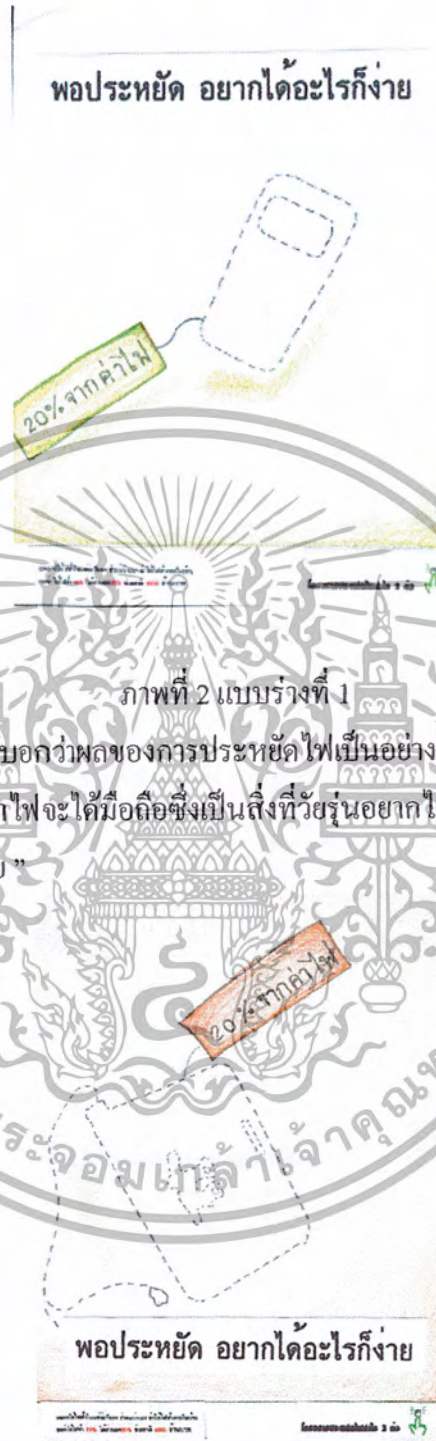
ภาพที่ 3 แบบร่างที่ 1  
 การปิดโดยรีโมทเป็นการเปลืองไฟ เพราะไฟสามารถไหลออกมาได้อยู่ การออกแบบจะลูกเล่น  
 เส้นประ ตรงปุ่มรีโมทเพื่อให้ดูเข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 โฆษณานิเทศสาร (แบบร่างครั้งที่ 1)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย

ภาพที่ 2 แบบร่างที่ 1

โดยสื่อมวลชน จะบอกว่าผลของการประหยัดไฟเป็นอย่างไร แล้วจะได้อะไร ซึ่งในตอนนี้ จะบอกว่า 20%จากการลดค่าไฟจะได้มือถือซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ มีข้อความบอกว่า “พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย”

พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย

ภาพที่ 3 แบบร่างที่ 1

โดยสื่อมวลชน จะบอกว่าผลของการประหยัดไฟเป็นอย่างไร แล้วจะได้อะไร ซึ่งในตอนนี้ จะบอกว่า 20%จากการลดค่าไฟจะได้วอร์คแมนซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ มีข้อความบอกว่า “พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย

20% จากค่าไฟ

ภาพที่ 4 แบบร่างที่ 1

โดยสื่อนิคยสาร จะบอกว่าผลของการประหยัดไฟเป็นอย่างไร แล้วจะได้อะไร ซึ่งในตอนนี้ จะบอกว่า 20% จากการลดค่าไฟจะได้ปาล์ม ซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นอยากได้ มีข้อความบอกว่า “พอประหยัด อยากรได้อะไรก็ง่าย”

โดยสื่อนิคยสารนี้จะบอกอย่างเดียวกันหมด เพื่อให้เป็นชุดเดียวกันทั้งหมด แต่โดยเนื้อหาของภาพจะมีความหลากหลายด้วยกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 โปสเตอร์ (แบบร่างครั้งที่ 1)



ภาพที่ 1 แบบร่างที่ 1

โปสเตอร์นี้จะสื่อถึงว่า การเล่นเกมส์แต่ละครั้งเป็นการใช้ไฟฟ้าฟุ่มเฟือย โดยสื่อถึงมุมมองเกมส์เป็นเหรียญบาท ซึ่งแต่ละครั้งที่กดก็เป็นเงินทั้งนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# คงไม่เพลิน ถ้าจ่ายเอง

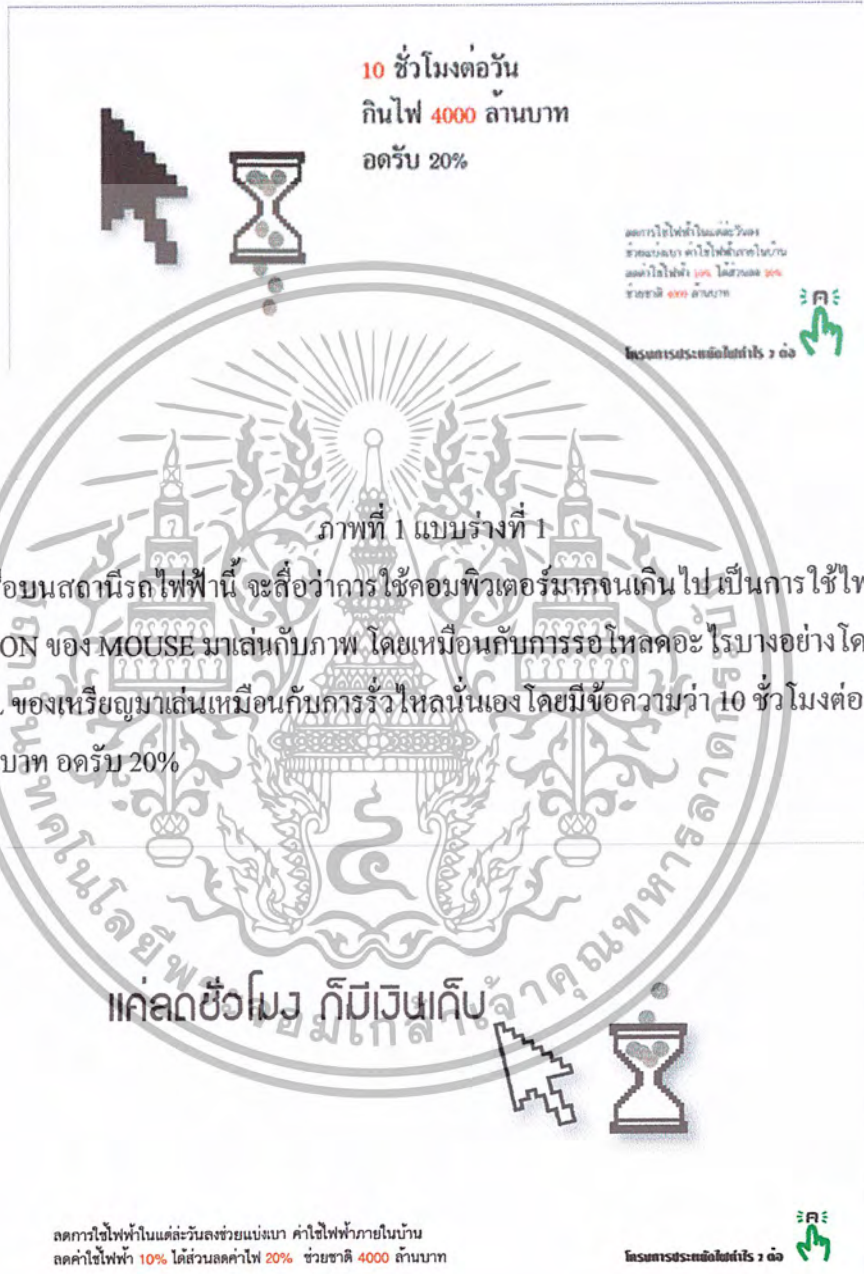


ภาพที่ 2 แบบร่างที่ 1

ไปสเตอร์นี้จะสื่อถึง การใช้โทรทัศน์โดยบางครั้งเปิดมากเกินไปก็จะเป็นการฟุ่มเฟือยนั่นเอง โดยสื่อถึงปุ่มเปิดปิด แทนด้วยเหรียญบาท แล้วมี ข้อความว่า คงไม่เพลิน ถ้าจ่ายเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.4 สื่อโฆษณาสถานี รถไฟฟ้า ( BTS AD )



ภาพที่ 1 แบบร่างที่ 1

สื่อบนสถานีรถไฟฟ้านี้ จะสื่อว่าการใช้คอมพิวเตอร์มากจนเกินไปเป็นการใช้ไฟฟ้าเปลือง โดยใช้ ICON ของ MOUSE มาเล่นกับภาพ โดยเหมือนกับการรอให้หลอดไฟไหม้ไปเอง โดยการใช้ SYMBOL ของเหรียญมาเล่นเหมือนกับการรั่วไหลนั่นเอง โดยมีข้อความว่า 10 ชั่วโมงต่อวัน กินไฟ 4000 ล้านบาท ออรับ 20%

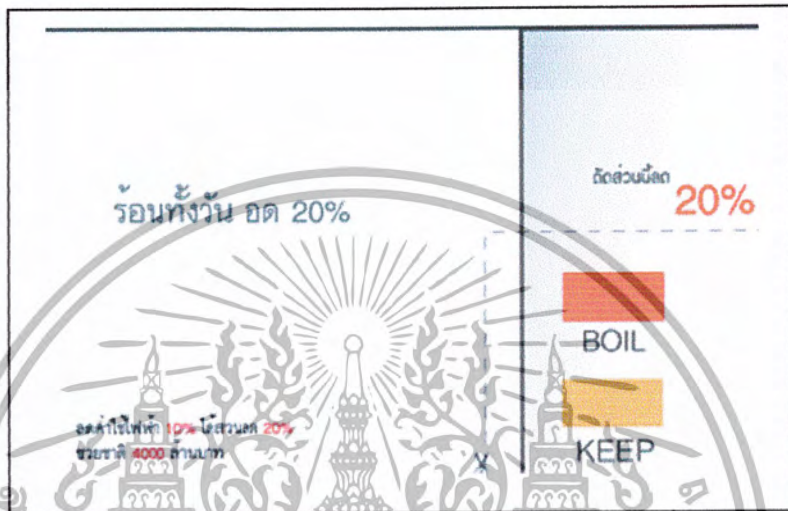
ภาพที่ 2 แบบร่างที่ 1

สื่อบนสถานีรถไฟฟ้านี้ จะสื่อว่าการใช้คอมพิวเตอร์มากจนเกินไป เป็นการใช้ไฟฟ้าเปลือง โดยใช้ ICON ของ MOUSE มาเล่นกับภาพ โดยมีข้อความบอก แค่ลดชั่วโมงก็มีเงินเก็บ แล้วแทนตัวนาฬิกาทรายเป็นกระปุกออมสิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แบบร่างครั้งที่ 2

2.1 โปสเตอร์การ์ด (แบบร่างครั้งที่ 2)



ภาพที่ 1 แบบร่างที่ 2

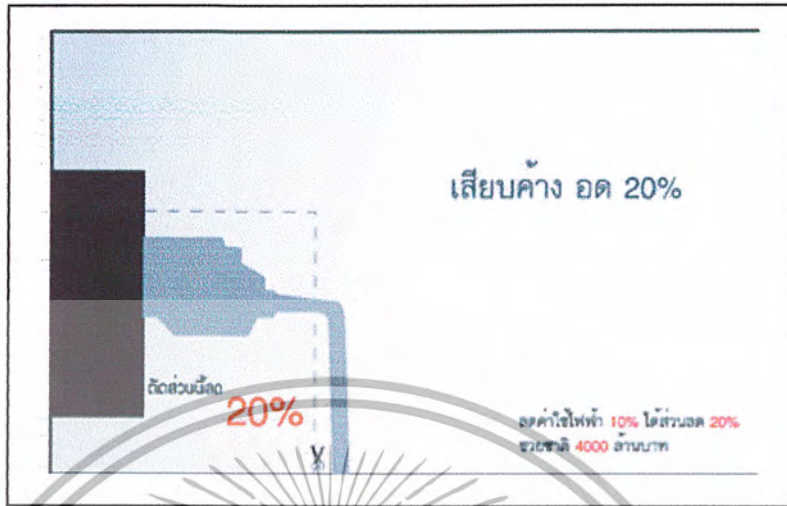
การวางภาพเพื่อให้ดูง่ายและชัดเจน จึงจะ โฟกัสแค่ ICON ของกระติกน้ำเท่านั้น แล้วเล่นกับเส้นปะ เพื่อให้ชัดเจน



ภาพที่ 2 แบบร่างที่ 2

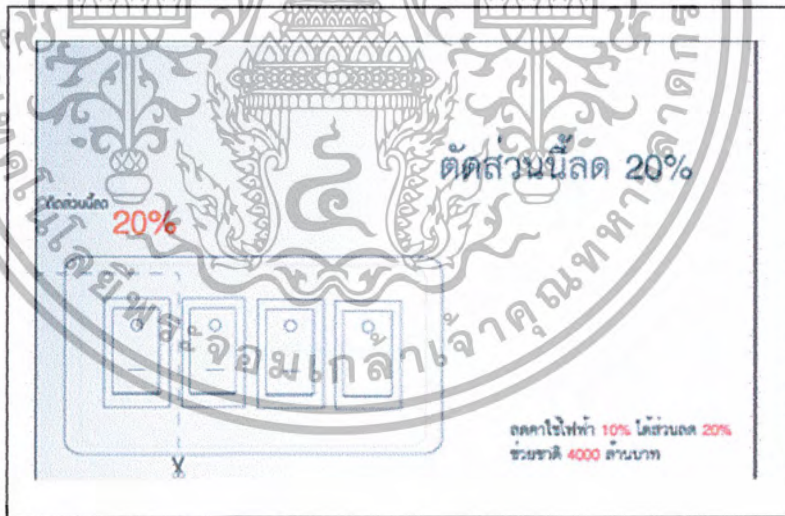
การวางภาพเพื่อให้ดูง่ายและชัดเจน จึงจะ โฟกัสที่ปั๊มของรีโมท เพื่อให้ดูง่ายและชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 แบบร่างที่ 2

จะใช้ตัวปลั๊ก กับปลั๊กไฟมาสื่อ ให้ชัดเจน โดยจะใช้มุมที่ดูง่ายเพื่อให้เข้ากับชุดอื่นๆ และใช้ข้อความที่ชัดและง่ายต่อการเข้าใจ



ภาพที่ 4 แบบร่างที่ 2

จะใช้ตัวสวิชไฟ โดยใช้มุมมองที่ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ โดยมีข้อความบอกว่า ตัดส่วนนี้ลด 20% เพื่อให้เข้าใจในสื่อได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 โฆษณานิตยสาร (แบบร่างครั้งที่ 2)



ใช้ภาพแนวกราฟฟิค โดยตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้ดูง่าย โดยใช้เส้นปะ เป็นรูปกล่อง  
ดิจิทัลแล้วมีป้ายราคาเขียนว่า 20% จากค่าไฟ หมายถึง 20% ที่ได้ส่วนลดสามารถไปซื้ออย่างอื่นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใช้ภาพแนวกราฟฟิก โดยตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้ดูง่าย โดยใช้เส้นปะ เป็นรูปวงรีคั่น  
แล้วมีป้ายราคาเขียนว่า 20% จากค่าไฟ หมายถึง 20% ที่ได้ส่วนลดสามารถนำไปใช้อีก  
และมีข้อความบอกว่า ยิ่งประหยัดยิ่ง ได้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สิทธิพิเศษ สำหรับคนประหยัด



ภาพที่ 3 แบบร่างที่ 2

ใช้ภาพแนวกรวยไฟโค โดยตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้ดูง่าย โดยใช้เส้นปะ เป็นรูปโทรศัพท์มือถือ แล้วมีป้ายราคาเขียนว่า 20% จากค่าไฟ หมายถึง 20 % ที่มีส่วนลดสามารถนำไปใช้อีกอย่างอื่นได้อีกและมีข้อความบอกว่า ยิ่งประหยัดยิ่ง ได้มาก ในเส้นปะยังมีรายละเอียดเกี่ยวกับ โครงการอยู่ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 แบบร่างที่ 2

ใช้ภาพแนวกราฟิกรูปนี้ โดยตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้ดูง่าย โดยใช้เส้นปะ เป็นรูปรองทำผู้  
 หญิง แล้วมีป้ายราคาเขียนว่า 20% จากค่าไฟ หมายถึง 20 % ที่มีส่วนลดสามารถนำไปใช้อย่างอื่นได้  
 อีกและมีข้อความบอกว่า ยิ่งประหยัดยิ่ง ได้มาก โดยเหตุผลที่ใช้ภาพแบบนี้ เพราะไม่ยากเฉพาะ  
 เจาะจงว่าเป็นรองเท่ารุ่นไหนนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 โปสเตอร์ (แบบร่างครั้งที่ 2 )



ภาพที่ 1 แบบร่างที่ 2

โดยปรับภาพให้ดูง่ายโดยโฟกัสแค่ปุ่มของเกม แล้วมี ข้อความ วึ่งอยู่ข้างๆว่า คง ไม่สนุกถ้า  
จำเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

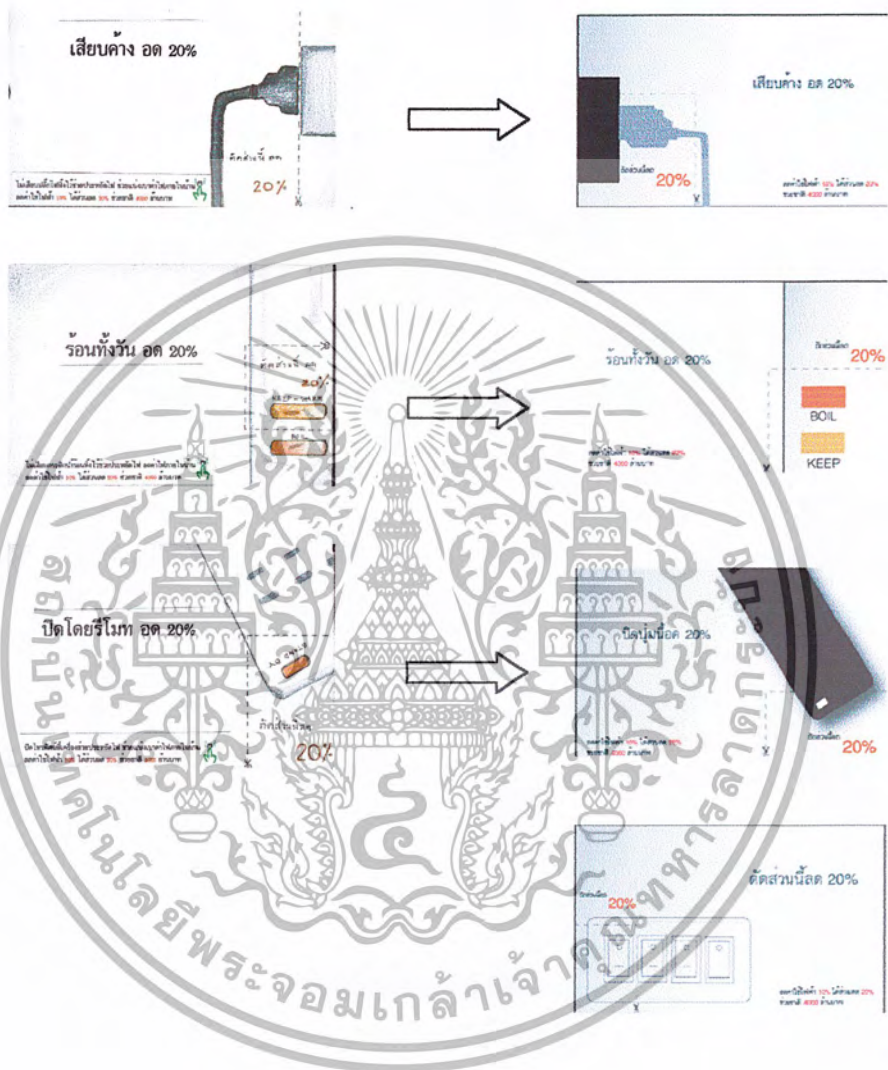


เปลี่ยนจากของเดิมที่เป็นไม่เปิด ปิด ของโทรทัศน์ เป็นการบอกเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ ซึ่งจะบอกว่า ถ้าเปิดเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศา จะเป็นการประหยัดไฟฟ้า และจะได้ส่วนลด จึงใช้ อาการของการหลับ มาสื่อแทน และมีSYMBOL ของเวลานอนมาเล่นกับภาพ และมี ข้อความว่า หลับฝันหวานที่ 25 องศา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แผนผังการพัฒนาของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด

#### - โปสเตอร์

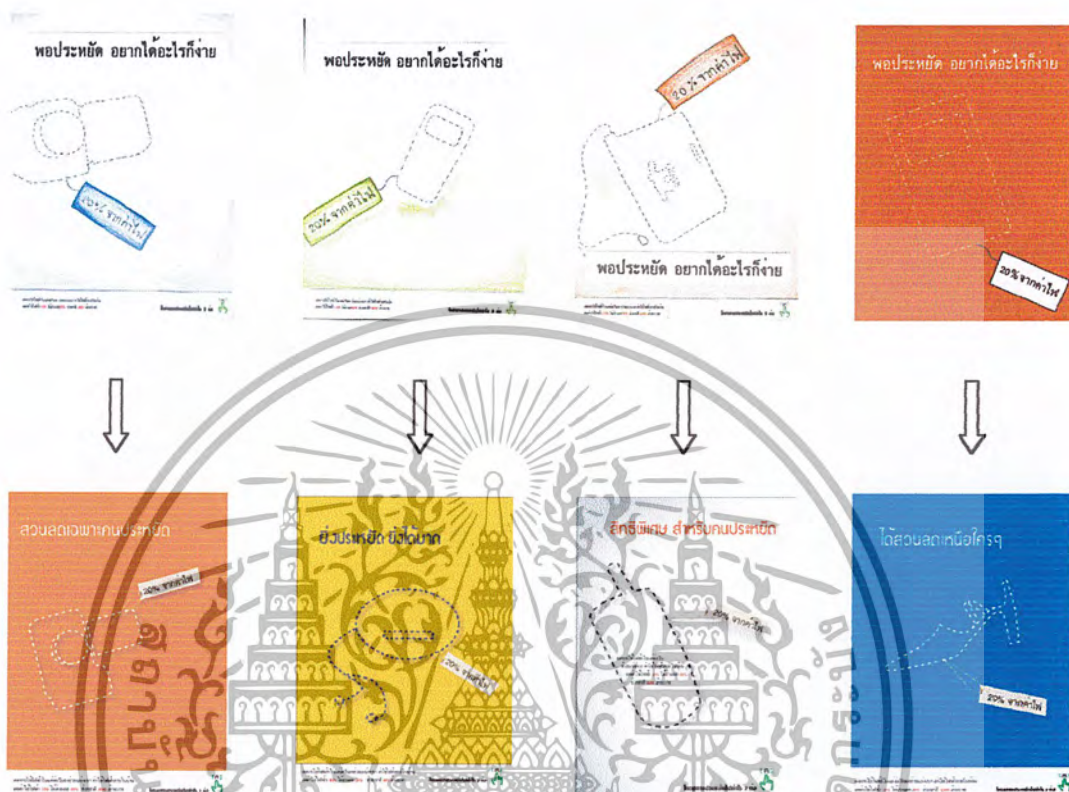


โดยการพัฒนาของแบบร่างชุดนี้ ใช้แนวความคิดของการลด ละ เลิก ในการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเรื่องบางเรื่องเป็นสิ่งที่ทุกคนหลงลืมกันไป

ในด้านการออกแบบ รูปแบบของภาพจะ โฟกัสไปที่เครื่องใช้ไฟฟ้าบางจุดโดยจะใช้ภาพที่ดูเข้าใจโดยง่าย โดยในผลงานจริงจะเลือกการถ่ายภาพถ่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าของจริง เพื่อให้ภาพมาเล่นกับ ลูกเล่น ของเส้นปะ ที่ดูคล้ายเหมือนรูปอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โฆษณานิตยสาร



โดยสื่อ โฆษณานิตยสาร ชุดนี้ ในแนวความคิดที่จะบอกคือ เมื่อกลุ่มเป้าหมายประหยัดไฟฟ้าแล้วจะได้อะไร กับการประหยัดไฟฟ้า ถึงที่ได้คือ 20% ที่สามารถนำไปใช้อย่างอื่นได้อีก และยังมีเงินเหลือเก็บสามารถไปใช้อย่างอื่นได้

ในด้านการออกแบบ สื่อจะใช้สีฉูดฉาด เพื่อดึงดูด กลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาดูสื่อนี้ โดยใช้เส้นปะ แทนค่าสิ่งของที่ไต่จากการประหยัดไฟ โดยเลือกสไตล์ของภาพ ในแนวกราฟฟิคเพื่อให้ดูน่าสนใจกับสื่อประชาสัมพันธ์ชิ้นนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โปสเตอร์

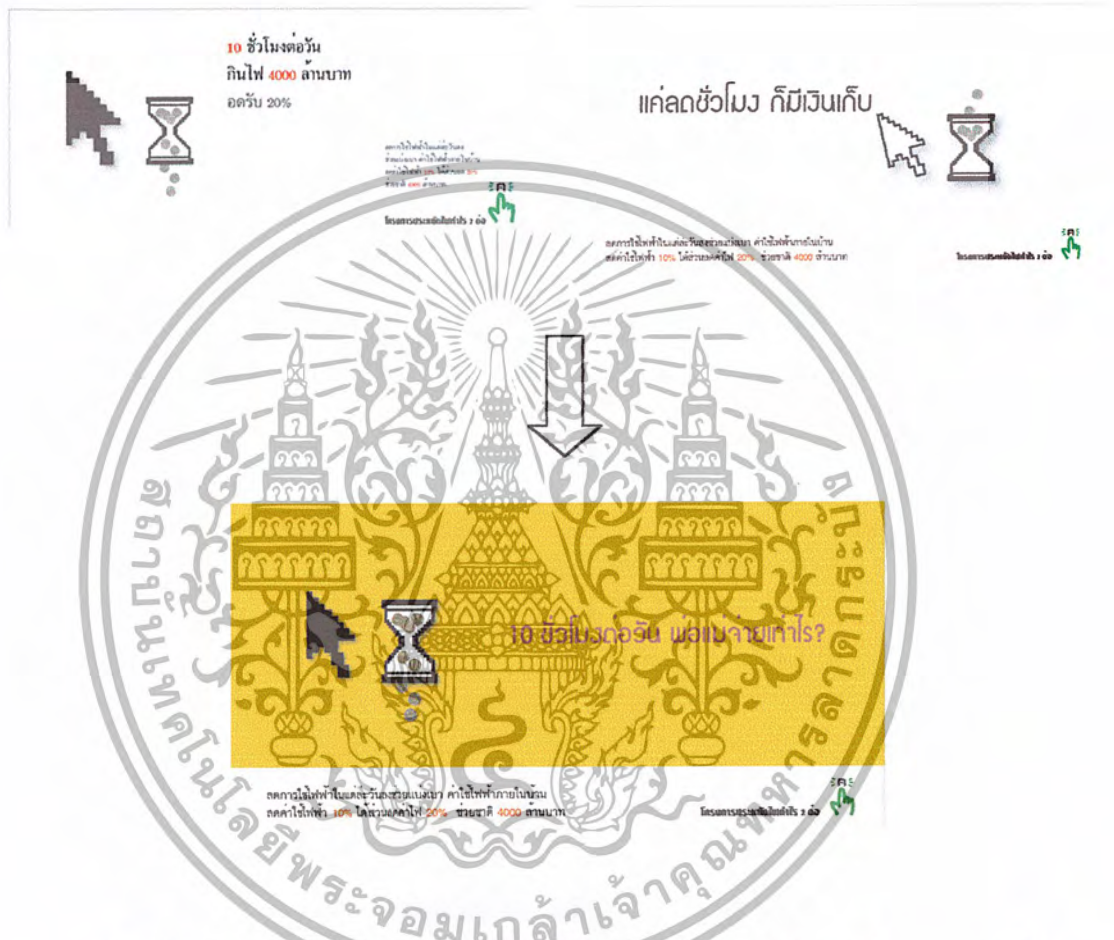


แนวความคิดของสื่อ โปสเตอร์นี้จะบอกว่า การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็นเป็นการเปลืองไฟโดยใช่เหตุ โดยใช้ สัญลักษณ์เหรียญบาทแทนค่า

ด้านการออกแบบ แบบร่างพัฒนาจากการใช้ภาพที่ดูรายละเอียดเยอะจึงตัดทอนรูปทรงให้ดูง่ายและดูเข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยใช้ลักษณะการจัดวางเข้ามาช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โฆษณานสถานีรถไฟฟ้า ( BTS )



โดยสื่อประชาสัมพันธ์ บนสถานีรถไฟฟ้านั้น ใช้แนวความคิดที่จะยกเรื่องของการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สิ้นเปลืองอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายใช้กันอย่างไม่ประหยัด โดยบางทีใช้ด้วยความบันเทิงจนเกินเลย

โดยการออกแบบ ใช้แนวทางแบบตัดทอนกราฟฟิก นำเสนอรูปแบบของการไหลคข้อมูล โดยใช้นาฬิกาทรายมาเล่นกับเนื้อหาของสื่อ โดยใช้เหรียญบาทเป็นสัญลักษณ์แทนการประหยัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประหยัดไฟค่าไร 2 ต่อ” มุ่งให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นลดการใช้ไฟฟ้าในแต่ละวันลง เมื่อลดการใช้ไฟฟ้าลดลง ร้อยละ 10 จะมีส่วนลดค่าใช้ไฟฟ้า 20% จากค่าไฟในเดือนนั้น โดยอัตโนมัติ

โดยที่มุ่งไปที่วัยรุ่น

เพราะอัตราการใช้ไฟฟ้าของวัยรุ่นค่อนข้างสูงในปัจจุบัน โดยบางครั้งวัยรุ่นหลงลืมการประหยัดเพราะวัยรุ่นไม่ได้จ่ายค่าใช้ไฟฟ้าเองจึงจะไม่รู้สึกอะไรในการประหยัดไฟฟ้า โดยในสื่อชุดนี้จะบอกถึงผลของการประหยัดไฟแล้วจะได้รู้สึกกลับมาที่ตัวเองบ้าง โดยไม่ใช่แค่จะประหยัดเงินของพ่อแม่ แต่ยังเป็นการช่วยชาติประหยัดพลังงานชาติอีก โดยขอบเขตของงานทั้งหมดแบ่งเป็น

โดยรูปแบบของสื่อจะแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย โดยจะใช้รูปแบบของภาพถ่ายและใช้รูปแบบของกราฟฟิกเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นดูสื่อแล้วสามารถเข้าใจได้โดยง่าย

โดยสื่อต่างๆสามารถนำไปติดตั้งหรือลงในสิ่งพิมพ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างเช่นสถานที่ที่วัยรุ่นได้พบเห็นบ่อย หรือ หนังสือที่วัยรุ่นอ่าน ขอบเขตของงานทั้งหมดมีดังนี้

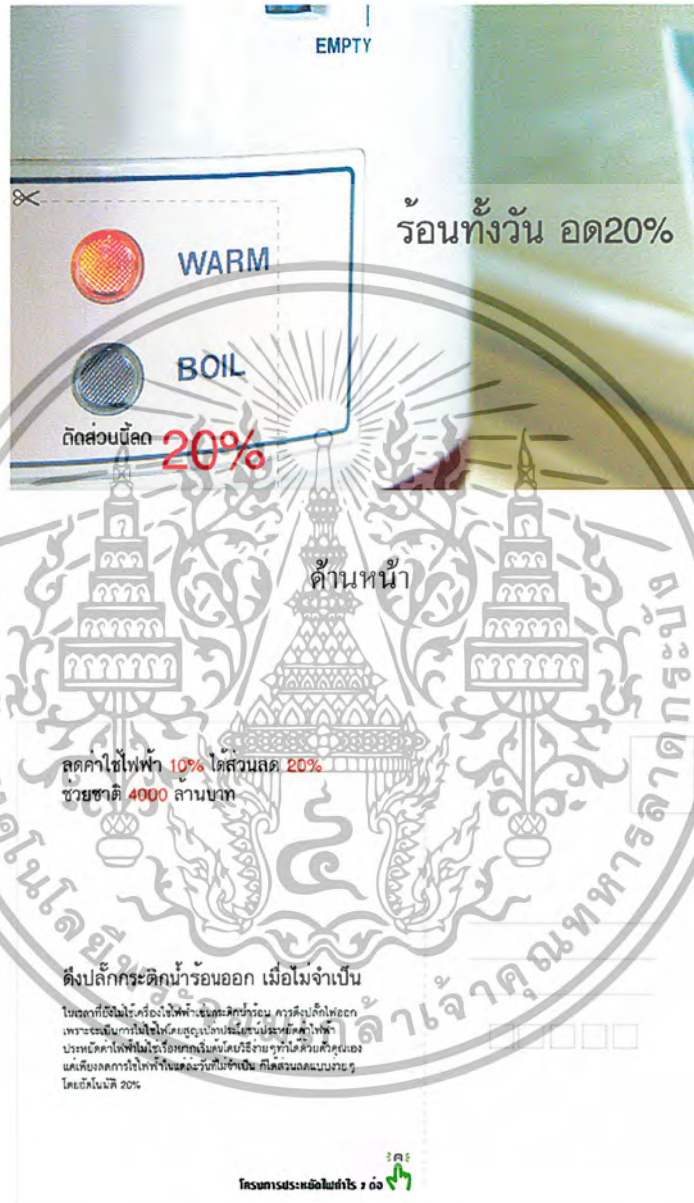
- ไปสการ์ด จำนวน 4 ชิ้น
- โฆษณานิตยสาร จำนวน 4 ชิ้น
- โฆษณابนสถานีรถไฟ จำนวน 4 ชิ้น
- ไปสเตอร์ จำนวน 4 ชิ้น

จากผลงานที่ได้ทำมาทั้งหมดแล้ว โดยสื่อที่เลือกใช้นั้นต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุดโดยใช้ลักษณะงานที่เข้ากันได้ดีอีกด้วย โดยเลือกงานแบบกราฟฟิกมาใช้กับงานประเภท โฆษณาด้วยเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหา โดยบางสื่อจะใช้การถ่ายภาพเข้ามาประกอบกันแต่เนื่องด้วยการใช้ภาพถ่ายสามารถถ่ายทอดอารมณ์ของเนื้อหาได้ค่อนข้างมากและสมจริงจึงอยากให้ความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่เลือกคือเป็นกลุ่มของวัยรุ่นจึงนำเสนอรูปแบบของสื่อออกมาเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. โปสเตอร์ (ผลงานจริง)

รูปที่ 1

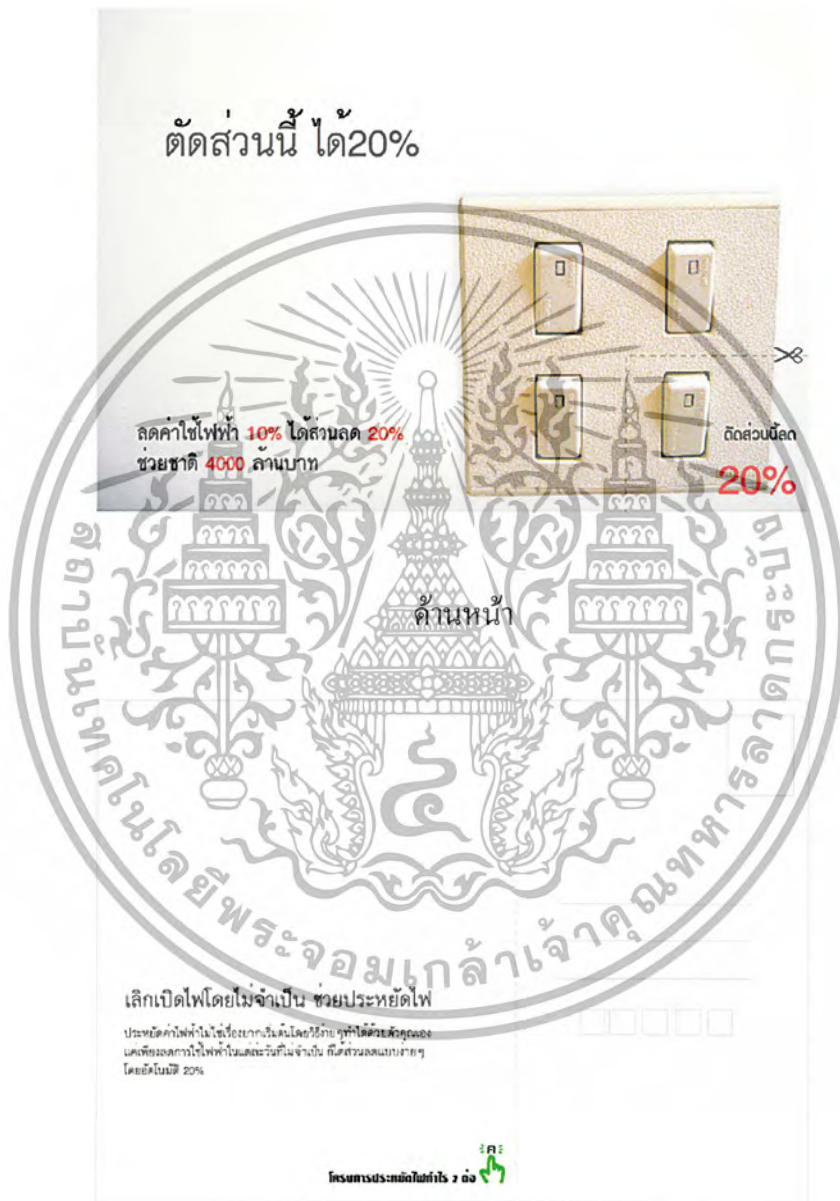


ด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ ( ผลงานจริง )

รูปที่ 2



ด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ ( ผลงานจริง )  
รูปที่ 3



ด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ ( ผลงานจริง )

รูปที่ 4



ด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โฆษณานิตยสาร ( ผลงานจริง )  
รูปที่ 1



โฆษณานิตยสารขนาด 9.5 x 12 นิ้ว

โดยสื่อ นิตยสารนี้ ตัดทอนรูปทรงให้ดูง่ายและใช้ สี สันที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น โดยภาพจะดูสะอาด น่าอ่าน และสะดุดตา ง่ายต่อการเข้าใจ โดยข้อความที่บอกคือ “ ส่วนลดเฉพาะคนประหยัด ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณานิตยสาร ( ผลงานจริง )

รูปที่ 2



โฆษณานิตยสารขนาด 9.5 x 12 นิ้ว

โดยสื่อ นิตยสารนี้ ตัดทอนรูปทรงให้ดูง่ายและใช้ สี สันที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น โดยภาพจะดูสะอาด น่าอ่าน และสะดุดตา ง่ายต่อการเข้าใจ โดยภาพคือ วอร์คแมน ซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นอยากซื้อแต่ราคาแพง โดยมีข้อความบอกว่า “ ยิ่งประหยัด ยิ่งได้มาก ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณานิตยสาร ( ผลงานจริง )

รูปที่ 3



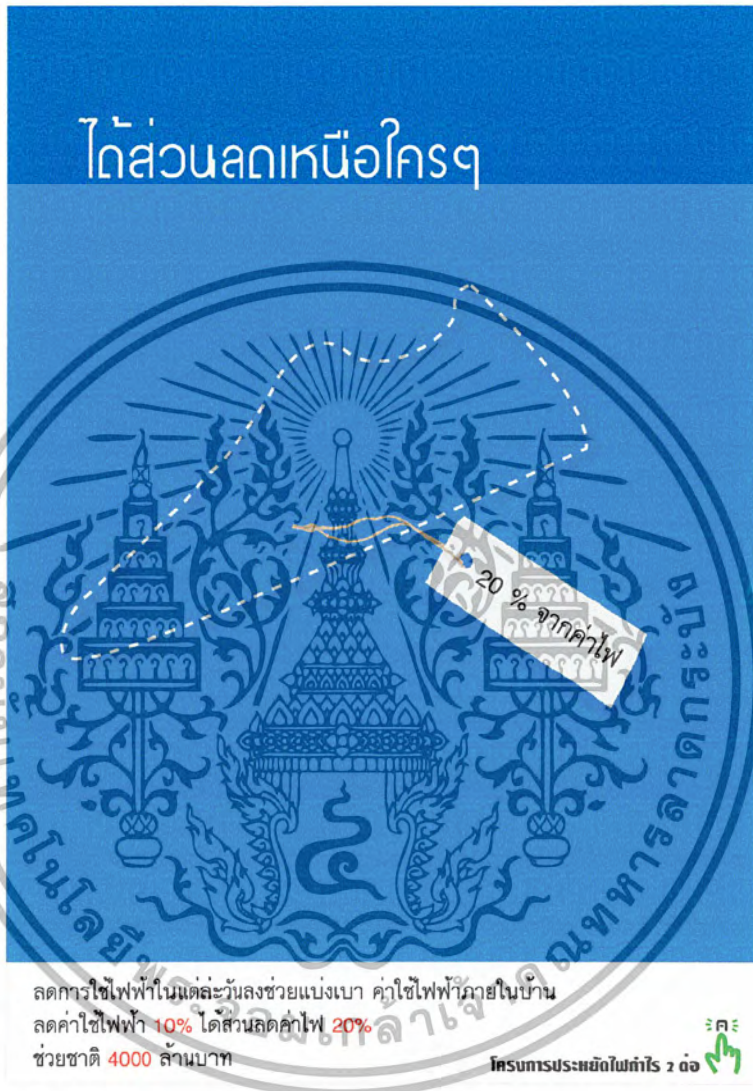
โฆษณานิตยสารขนาด 9.5 x 12 นิ้ว

โดยสื่อ นิตยสารนี้ ตัดทอนรูปทรงให้ดูง่ายและใช้ สี สันที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น โดยภาพจะดูสะอาด น่าอ่าน และสะดุดตา ง่ายต่อการเข้าใจ โดยภาพคือ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นสิ่งที่วัยรุ่นนิยมใช้กัน โดยมีข้อความบอกว่า “ สิทธิพิเศษ สำหรับคนประหยัด ” ซึ่งอีกนัยหนึ่ง เหมือนบอกว่า สามารถนำไปเป็นส่วนลดได้นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณานิตยสาร ( ผลงานจริง )

รูปที่ 4



โฆษณานิตยสารขนาด 9.5 x 12 นิ้ว

โดยสื่อ นิตยสารนี้ ตัดทอนรูปทรงให้ดูง่ายและใช้ สี สันที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น โดยภาพจะดูสะอาด น่าอ่าน และสะดุดตา ง่ายต่อการเข้าใจ โดยภาพคือ รองเท้า ซึ่งไม่ระบุว่าเป็น รุ่นใด เมื่อกลุ่มเป้าหมายดูก็จะนึกไปกันเองได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. โฆษณานสถานีรถไฟฟ้า (BTS AD) ผลงานจริง

**แค่ลดชั่วโมง ก็มีเงินเก็บ**

ลดการใช้ไฟฟ้าในแต่ละวันลงช่วยแบ่งเบา ค่าใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน  
ลดค่าใช้ไฟฟ้า 10% ได้ส่วนลดค่าไฟ 20% ช่วยชาติ 4000 ล้านบาท

โครงการส่งเสริมใช้ไฟฟ้า 2 ต่อ

ใช้ ภาพและข้อความที่สื่ออย่างง่ายๆ ใช้สีที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพสื่อถึงการใช้คอมพิวเตอร์ ถ้าลดการใช้ก็มีเงินเก็บ

**10 ชั่วโมงต่อวัน พ่อแม่จ่ายเท่าไร?**

ลดการใช้ไฟฟ้าในแต่ละวันลงช่วยแบ่งเบา ค่าใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน  
ลดค่าใช้ไฟฟ้า 10% ได้ส่วนลดค่าไฟ 20% ช่วยชาติ 4000 ล้านบาท

โครงการส่งเสริมใช้ไฟฟ้า 2 ต่อ

ใช้ ภาพและข้อความที่สื่ออย่างง่ายๆ ใช้สีที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้คำถามเข้ามาเล่นกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่นรู้สึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 5.4 โปสเตอร์ (ผลงานจริง) รูปที่ 1



โปสเตอร์ขนาด 42 x 60 ซม.

ใช้มุมของภาพที่ดูชัดเจน โดยความหมายของภาพสื่อถึง การเล่นเกมสัแบบฟุ่มเฟือยเป็น การเปลืองไฟฟ้าโดยใช้เหตุ ข้อความเป็นแบบการตั้งคำถามกับกลุ่มเป้าหมายว่า ถ้าต้องจ่ายค่าไฟเอง จะรู้สึกอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## โปสเตอร์ (ผลงานจริง) รูปที่ 2



โปสเตอร์ขนาด 42 x 60 ซม.

ใช้เบงค์ 20 บาท แทนตัว Z ซึ่งหมายถึงการนอนหลับ โดยถ้าเปิดเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศาจะเป็นการประหยัดไฟได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลงานที่ได้ทำมาทั้งหมดแล้ว โดยสื่อที่เลือกใช้นั้นต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุดโดยใช้ลักษณะงานที่เข้ากันได้ดีอีกด้วย โดยเลือกงานแบบกราฟฟิกมาใช้กับงานประเภทโฆษณาด้วยเพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหา โดยบางสื่อจะใช้การถ่ายภาพเข้ามาประกอบกัน แต่เนื่องด้วยการใช้ภาพถ่ายสามารถถ่ายทอดอารมณ์ของเนื้อหาได้ค่อนข้างมากและสมจริง จึงอยากให้มีหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายที่เลือกคือ เป็นกลุ่มของวัยรุ่น จึงนำเสนอรูปแบบของสื่อออกมาเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

สื่อที่ออกมาจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ปฏิบัติตามเท่านั้น ถ้าสื่อที่ออกมาแล้วกลุ่มเป้าหมายรับแล้วไม่ได้อะไรกลับมา นั่นคือสื่อที่ไม่ผลนั่นเอง และเป็นสิ่งที่วัดได้ว่าสื่อมีประสิทธิภาพแค่ไหน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

ดร. เสรี หวังในธรรม, การออกแบบโฆษณาที่ดี. สำนักพิมพ์ เด ที ดี คอม แอนด์ คอนซัลท์ ,2544

BrandAgemag ,สำนักพิมพ์ เลิฟ แอนด์ ลิฟ พรินท์ติ้ง , 2545

John Tomson,Minimum rism .United State of America : Oriant,1996

Mark Willson , Less Is More The new Simplicity in Graphic Design . USA,1992

Motoo Nakanichi , Symbol Signs , Standardsign Graphic Report ,1970

<http://www.designgraphic.com>

<http://www.archive.com>

<http://www.graphicworld.com>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชัชวดี วุฒิอาภรณ์ เกิดวันที่ 4 ธันวาคม 2523 ศึกษาจบชั้นมัธยมต้นและมัธยมปลาย ที่โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา และเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศิลป์ สาขานิเทศศิลป์ ในปีการศึกษา 2542 เป็นระยะเวลา 4 ปี ปัจจุบันได้เข้าร่วมทำงานกับบริษัท PLAN TOYS

ตำแหน่ง GRAPHIC DESIGN

ผลงานและรางวัล

- ได้รับรางวัลนักศึกษาดีเด่น ปีการศึกษา 2544 สาขาพัฒนาเยาวชน และบำเพ็ญประโยชน์
- ประธานชุมนุมค้ายศิลป์ ปี 2544
- ได้ร่วมฝึกงานฝ่ายศิลปกรรมบริษัท บ้านสูง
- ได้ร่วมงานด้านศิลปกรรม หนังสือ SCALE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้