

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์มวยไทยให้สมาคมมวยไทยสมัครเล่น
ADVERTISING FOR AMATEUR MUAY THAI ASSOCIATION



นายชลฤทธิ์ เหลืองจินดา
Mr. CHOLRIT LUANGJINDA

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 49726
วัน, เดือน, ปี 12 ส.ค. 2547

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

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์ศิลปะมวยไทยให้กับสมาคมมวยไทยสมัครเล่น

ADVERTISING FOR AMETEUR MUAY THAI ASSOCIATION



นายชลฤทธิ์ เหลืองจินดา
Mr. CHOLRIT LUANGJINDA

ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์

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

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|------------------|--|
| ชื่อโครงการ | ออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์ศิลปะมวยไทยให้กับสมาคมมวยไทย Advertising Design For Amateur Muay Thai Association |
| ชื่อ | นาย ชลฤทธิ์ เหลืองจินดา |
| ภาควิชา | นิเทศศิลป์ |
| สาขา | นิเทศศิลป์ |
| คณะ | สถาปัตยกรรมศาสตร์ |
| ปีการศึกษา | 2545 |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์ ไพบุลย์ ตระภูติใจดี |

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการส่งเสริมและสร้างแนวความคิดใหม่
ของหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มต่างๆ เพราะสามารถนำสื่อแต่ละชนิดมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการบรรลุ
เป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ต้องการรวมไปถึงการสร้างความสำเร็จแก่ตัวสิ่งที่ต้องการสื่อสารนั้นๆ

ศิลปะมวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย แต่ในปัจจุบันเนื่องด้วยปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะมึฐกรกิจ
เข้ามามีผลต่อมวยไทยเลยทำให้เสน่ห์และศิลปะในมวยไทยลดจางหายไปและถูกมองข้ามไปทั้งที่เป็น
เอกลักษณ์สำคัญของศิลปะมวยไทย

ศิลปนิพนธ์นี้จัดทำการศึกษาเพื่อนำเสนอแงความงามทางศิลปะที่มีอยู่ในศิลปะมวยไทย
โดยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นและได้มีการออกแบบให้คำนึงถึง
หลักการออกแบบกราฟฟิกเข้ามาประยุกต์เพื่อช่วยให้งานมีเสน่ห์ตรงตามจุดมุ่งหมายและสื่อความหมาย
ให้แก่กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน

วิธีการค้นคว้า

เพื่อกำหนดแนวทางให้เกิดความเข้าใจในส่วนต่างๆของการออกแบบการทำงาน จึงมีกำหนด
ขั้นตอนค้นคว้าไว้ดังนี้

1.ศึกษาข้อมูลของศิลปะมวยไทย

ข้อมูลมวยไทยอดีต ปัจจุบัน อนาคต

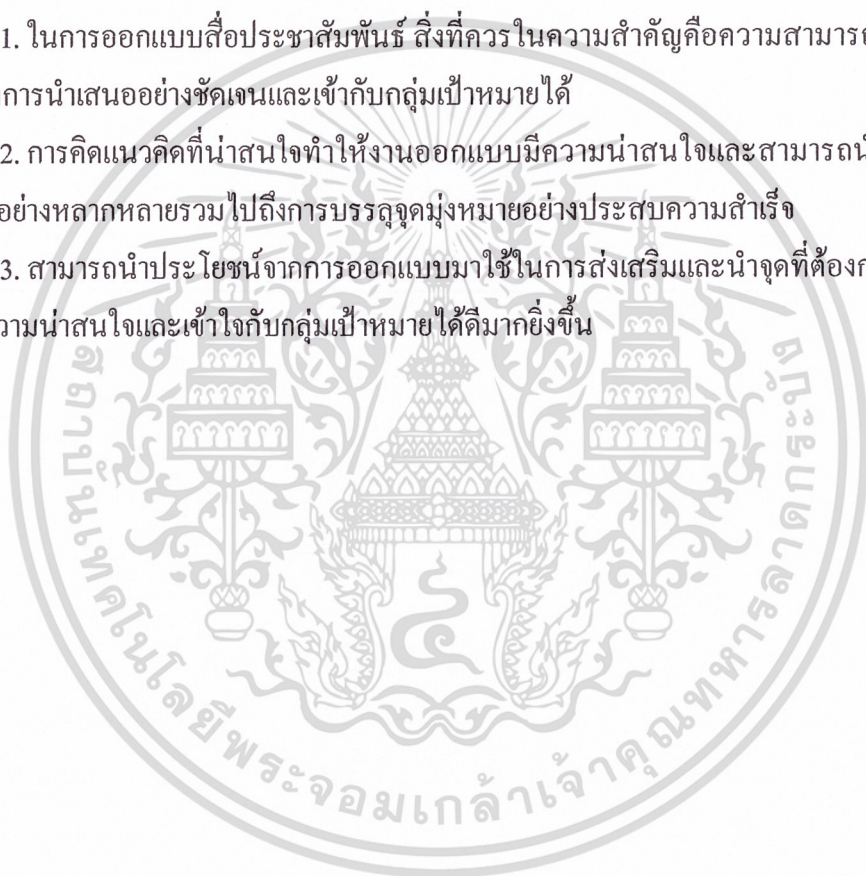
ข้อมูลการออกแบบ

ข้อมูลผู้บริโภค

2. ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสื่อประเภทลักษณะเดียวกับความต้องการของสมาคมรวมไปถึงสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน
3. ศึกษาข้อมูลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

1. ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือความสามารถสื่อความหมาย สิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจนและเข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้
2. การคิดแนวคิดที่น่าสนใจทำให้งานออกแบบมีความน่าสนใจและสามารถนำเทคนิควิธีการมาใช้ได้อย่างหลากหลายรวมไปถึงการบรรจุจุดมุ่งหมายอย่างประสบความสำเร็จ
3. สามารถนำประโยชน์จากการออกแบบมาใช้ในการส่งเสริมและนำจุดที่ต้องการสื่อสารมาทำให้เกิดความน่าสนใจและเข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ

คุณพ่อ, คุณแม่

คุณครูไพบูลย์, คุณครูทุกท่าน

ฟูจิชิ ไฟฟ์บุ๊ก

ดวงพร โออภิรัตน์

เพื่อนๆ ทุกคน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

| | |
|----------------------------|-------|
| บทคัดย่อ..... | ก - ข |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ค |
| สารบัญ..... | ง |
| สารบัญ (ต่อ)..... | จ |
| สารบัญภาพประกอบ..... | ฉ |
| สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)..... | ช |

บทที่

1 บทนำ

| | |
|-----------------------------|---|
| ความเป็นมาของโครงการ..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของโครงการ..... | 1 |
| ขอบเขตของโครงการ..... | 1 |
| แนวทางบรรลุเป้าหมาย..... | 2 |
| ขั้นตอนการทำงาน..... | 2 |

บทที่

2 การรวบรวมข้อมูล

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.ข้อมูลเบื้องต้นมายไทย..... | 3 |
| 2.ข้อมูลการออกแบบ..... | 8 |
| 2.1การออกแบบโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์..... | 8 |
| 2.2หลักสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์..... | 8 |
| 2.3กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์..... | 9 |
| 2.4ความต้องการพื้นฐาน..... | 10 |
| 2.5กลยุทธ์พื้นฐาน..... | 10 |
| 2.6หลักการออกแบบ..... | 12 |
| 2.7หลักการออกแบบสี..... | 13 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|-------------------------------------|------|
| 2.8 ข้อมูลผู้บริโภค..... | 15 |
| 2.9 ข้อมูลลักษณะสื่อต่างๆ..... | 20 |
| | |
| บทที่ | |
| 3 วิเคราะห์ข้อมูล | |
| วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย..... | 22 |
| วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย..... | 23 |
| วิเคราะห์สื่อ..... | 23 |
| วิเคราะห์การออกแบบและเทคนิค..... | 24 |
| แนวความคิดออกแบบ..... | 25 |
| | |
| บทที่ | |
| 4 ขั้นตอนการออกแบบ | |
| แนวคิด..... | 27 |
| สรุปแบบร่างครั้งที่ 1..... | 36 |
| สรุปแบบร่างครั้งที่ 2..... | 41 |
| | |
| บทที่ | |
| 5 บทสรุปและผลงานจริง | |
| บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... | 50 |
| บรรณานุกรม..... | 51 |

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1 สถิตินักท่องเที่ยว..... | 17 |
| 2 อัตราการพัก..... | 17 |
| 3 สถิติชายหญิง..... | 18 |
| 4 สถิติการเข้าออก..... | 18 |
| 5 สถิติลักษณะการเข้ามาท่องเที่ยว..... | 18 |
| 6 สถิติอายุ..... | 18 |
| 7 สถิติอาชีพ..... | 19 |



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

| | |
|-----------------|----|
| 1 ช้าง..... | 28 |
| 2 นารายณ์..... | 28 |
| 3 งู..... | 29 |
| 4 เสือ..... | 30 |
| 5 พระราม..... | 31 |
| 6 เมฆป่อง..... | 32 |
| 7 ลูกตา..... | 33 |
| 9 เหนี่ยว..... | 34 |
| 10 บาทา..... | 35 |
| 11 ยันต์..... | 37 |
| 12 จัควาง1..... | 38 |
| 13 จัควาง2..... | 38 |
| 14 จัควาง3..... | 39 |
| 15 จัควาง4..... | 39 |
| 16 จัควาง..... | 40 |
| 17 จัควาง..... | 40 |
| 18 เสือ..... | 42 |
| 19 งู..... | 43 |
| 20 หมี่..... | 44 |
| 21 พระราม..... | 45 |
| 22 จระเข้..... | 46 |
| 23 หनुมาน..... | 47 |
| 24 ช้าง..... | 48 |
| 25 นารายณ์..... | 48 |
| 26 แผ่นพับ..... | 49 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาของโครงการ

เนื่องจากมวยไทยเป็นศิลปะป้องกันตัวประจำชาติไทยและปัจจุบันชาวต่างชาติให้ความสนใจเกี่ยวกับศิลปะมวยไทยมากขึ้น ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีเสน่ห์ของมวยไทยจึงต้องการส่งเสริมมวยไทย ในรูปแบบการหิบบกมุมมองที่น่าสนใจในศิลปะมวยไทยมานำเสนอและความงามเสน่ห์ในศิลปะมวยไทยแก่ชาวต่างชาติให้เป็นที่แพร่หลาย

ศิลปะนิพนธ์นี้จัดทำเพื่อนำเอาเอกลักษณ์และจุดเด่นที่สำคัญอีกจุดหนึ่งมานำเสนอเพื่อส่งเสริมศิลปะมวยไทยให้เป็นที่แพร่หลายในระดับสากล

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาและเสริมทักษะกระบวนการความคิดลำดับขั้นตอนในงานออกแบบและสามารถนำเสนอ การส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดประสิทธิภาพ

2.2 เพื่อศึกษาหลักการในการจำแนกประเภทสื่อที่เหมาะสมในการออกแบบการส่งเสริมกิจกรรมในองค์กร

2.3 เพื่อส่งเสริมมวยไทยให้เป็นที่สนใจและรู้จักแก่ชาวต่างชาติ

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. ขอบเขตของโครงการ

4.1 สื่อกลางแจ้ง (Billboard) จำนวน 1 ชุด

4.2 โปสเตอร์ (Poster) จำนวน 1 ชุด

4.3 เอกสารส่งเสริม จำนวน 1 ชิ้น

4.4 บอร์ดทรงยาว แบบทรงตั้ง จำนวน 1 ชุด

4.5 ภาพโฆษณาิตยสาร จำนวน 1 ชิ้น

5. สิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร

เพื่อส่งเสริมศิลปะมวยไทยและนำจุดนำเสนอใจมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนำศิลปะความงามในด้านหนึ่งของมวยไทยซึ่งถือว่าเป็นจุดสำคัญในศิลปะมวยไทยมาสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและรับทราบ

6. แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

6.1 รวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะมวยไทย
- ข้อมูลเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายขององค์กรและผู้ที่จะรับสื่อ
- ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบและกระบวนการความคิด

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

6.3 สรุปขอบเขตของโครงการ

6.4 นำเสนอและปรับปรุง

6.5 ผลงานจริง

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เรียนรู้ขั้นตอนการออกแบบและทางความคิดอย่างเป็นระบบ

7.2 เรียนรู้และเข้าใจในขั้นตอนการส่งเสริมอย่างมีหลักการ

7.3 นำเอาวิธีเทคนิคที่ได้ศึกษามานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

8. แหล่งข้อมูล

8.1 หนังสือมวยไทย

8.2 ประวัติการกีฬา

8.3 ฝ่ายข่าวกีฬาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

8.4 ผู้จัดการแข่งขัน (โปรโมเตอร์)

8.5 อินเทอร์เน็ต www.muaythai.com

บทที่ 2

การรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับมวยไทย

มวยไทยในสมัยก่อนเท่าที่ทราบจะมีการฝึกฝนอยู่ในบรรดาหมู่ทหาร เพราะในสมัยก่อนไทย เราได้มีการรบกันกับประเทศเพื่อนบ้านบ่อยๆ ต่อมาในหมู่ทหารได้รับการฝึกถีบ ตะแล้ว มีผู้คิดว่าจะ ทำอย่างไรเราจึงจะใช้การถีบ และเตะนั้นมาเป็นศิลปะสำหรับการต่อสู้ด้วยมือเปล่า เมื่อนานเข้า ชาวบ้านได้เห็นการถีบ-เตะอย่างแพร่หลายและบ่อยเข้า จึงทำให้ชาวบ้านมีการฝึกมวยไทยกันมากขึ้น จนถึงกับตั้งสำนักฝึกกันมากมาย แต่ละสำนักที่ฝึกมวยไทยก็ต้องเป็นสำนักดาบที่มีชื่อเสียงมาก่อนและมีอาจารย์ดีไว้ฝึกสอน ดังนั้นมวยไทยสมัยนั้นจึงฝึกเพื่อมีความหมาย 2 อย่างคือ เพื่อไว้สำหรับสู้รบกับ ข้าศึก และ เพื่อไว้ต่อสู้ป้องกันตัว

สมัยอาณาจักรน่านเจ้า (พ.ศ. 1291) ในสมัยอาณาจักรน่านเจ้าได้มีการสู้รบกับจีนอยู่เป็นประจำ และยังมี การฝึกการใช้อาวุธบนหลังม้า ในยุคล้านนาได้มีการใช้วิชาต่อสู้ป้องกันตัว และ วิชาเจ็ญ ฉะนั้นการ ต่อสู้ระยะประชิดตัวจึงนิยมการเลียนแบบจากจีน

สมัยกรุงสุโขทัย (พ.ศ. 1781 – 1921) ในสมัยสุโขทัยการต่อสู้ด้วยมือเปล่านั้นจะมีแต่การใช้ต่อสู้กับข้าศึก และสถานที่ที่ใช้ในการประสิทธิ์ประสาทวิชามวยไทยแบ่งออกเป็น วัด ที่ครูบาอาจารย์บวชและมีฝีมือ ในการต่อสู้ , บ้าน จากผู้มีความรู้เป็นผู้ถ่ายทอดแก่ลูกหลาน , ตำหนักราชบัณฑิต ให้เรียนวิชาต่อสู้ ป้องกันตัวและการใช้อาวุธ

สมัยกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 1893 – 2310) มีความเจริญในด้านกีฬาหลายอย่าง หนึ่งในนั้นคือมวยไทย โดย ในยุคของพระเจ้าเสือ (พ.ศ. 2235 – 2270) ทรงโปรดการชกมวยเป็นอย่างมาก และได้มีการสนับสนุน ให้ประชาชนหันมาฝึกวิชาการต่อสู้กันมากเพื่อในการป้องกันประเทศในยามศึกสงคราม หลังจากกรุง ศรีอยุธยาแตก สุกี่พระนาคองค์ได้คัดเลือกเอานายขนมต้มไปชกมวยกับพม่าซึ่งก็สามารถชนะพม่าถึง 10 คนด้วยกัน หนึ่งในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย มวยไทยชกกันด้วยการ คาคเชือก เรียกว่ามวยคาค เชือก ซึ่งใช้เชือกหรือผ้าพันมือ บางครั้งการชกอาจถึงตายเพราะเชือกที่คาคมือบางครั้งใช้น้ำมันชุบเศษ แก้วละเอียดชกตรงไหนเป็นแตกได้เลือด

สมัยกรุงธนบุรี (พ.ศ. 2314) ผู้ที่มีความสามารถในเชิงมวยในสมัยนี้คือพระยาพิชัย เป็นผู้ที่ใช้วิชามวยไทยและกระบี่ กระบองในการป้องกันเมืองพิชัยไว้ได้

สมัยรัตนโกสินทร์ (พ.ศ.2325) มีการจัดกีฬามวยไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์ทรงมีความชำนาญในมวยไทยจึงได้มีการจัดแข่งขันชกทั้งในชนบทและในกรุง ในสมัยกรุงเก่าได้มีเวทีมวยที่จัดให้มีการแข่งขันอย่างสนุกสนาน เช่น เวทีสวนเจ้าเชษฐ และเวทีสวนกุหลาบ ถึงแม้จะมีการใช้นวมชกกันแต่การใช้การถีบ เตะ ชก สอก เข่า ก็ยังคงใช้เช่นเดิมดังจะเห็น ได้อยู่ในปัจจุบัน

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในเชิงกีฬาและการต่อสู้จริงๆ ศิลปะประเภทนี้มีมาแต่โบราณกาล บรรพบุรุษของชาติไทยได้ฝึกฝนอบรมสั่งสอนกุลบุตร ไว้เพื่อป้องกันตัวและชาติ บรรดาชายฉกรรจ์ของไทยได้รับการฝึกฝนวิชามวยไทยแทบทุกคน นครบกระเดื่องนามทุกคนต้องได้รับการฝึกฝนอบรมศิลปะประเภทนี้อย่างชัดเจนทั้งสิ้น มวยไทยแตกต่างไปจากมวยสากล คือ นอกจากใช้หมัดต่อสู้แล้ว ยังสามารถใช้เท้า เข่า และศอกต่อสู้ได้อีกด้วย

ไม้มวยไทย

ไม้มวยไทย หมายถึงท่าของการใช้อาวุธมวยไทยในแต่ละชนิด ซึ่งมีท่าของการใช้หมัด เข่า เข่าศอก เช่น การใช้หมัดต่อยคู่ต่อสู้เรียกว่า “ไม้หมัด” การใช้เท้าเตะคู่ต่อสู้เรียกว่า “ไม้เตะ” ถีบคู่ต่อสู้เรียกว่า “ไม้ถีบ” การใช้เข่าเรียกว่า “ไม้เข่า” การใช้ศอกเรียกว่า “ไม้ศอก”

ไม้มวยไทยแบ่งตามลักษณะความสั้นยาวของอาวุธแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ ไม้สั้นและ ไม้ยาว กล่าวคือ ถ้าใช้อาวุธสั้นเช่น หมัดขว้างสั้น หมัดศอกควาย ศอก และเข่า เรียกว่าไม้สั้น ถ้าใช้อาวุธยาวเช่น ใช้เท้าเตะ และ ถีบ เรียกว่าไม้ยาว

แม้ไม้มวยไทย ยังหมายถึง ท่าของการใช้อาวุธมวยไทยที่สำคัญอันเป็นพื้นฐานของการใช้อาวุธมวยไทย ซึ่งผู้ฝึกมวยไทยจะต้องเรียนรู้และปฏิบัติได้ก่อนที่จะฝึกลูกไม้ ซึ่งถือว่าเป็นการใช้อาวุธมวยไทยที่ละเอียดขึ้น แม้ไม้มวยไทยที่สำคัญอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิได้จัดแบ่งไว้เป็น 15 ไม้ คือ

1. สลับฟันปลา
2. ปักษาแหวกรัง
3. ขวาชัดหอก
4. อิเหนาแทงกริช
5. ยกเขาพระสุเมรุ
6. ตาเถรค้ำฟ้า
7. มอญยันหลัก
8. ปักลูกทอย
9. จระเข้ฟาดหาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. หักวงไอยรา
11. นาคาบิดหาง
12. วิรุณหกกลับ
13. คับชวลา
14. ชุนยักษ์จับลิง
15. หักคอเอราวัณ

ลูกไม้มวยไทย

ลูกไม้มวยไทย หมายถึง ท่าของการใช้อาวุธมวยไทยที่แตกต่างออกไปจากแม่ไม้มวยไทยมีลักษณะละเอียดอ่อนมากมายหลายอย่าง ซึ่งผู้ฝึกจะต้องผ่านการฝึกหัดแม่ไม้มวยไทยมาก่อน จึงจะฝึกลูกไม้มวยไทยได้ดี แบ่งได้ดังนี้คือ

1. เอราวัณเสงา
2. บาทาลูบพัคตร์
3. หิริญยักษ์ม้วนแผ่นดิน
4. นาคมุดบาดาล
5. หนุมานถวายแหวน
6. ญวนทอดแห
7. ทะแยค้ำเสา
8. หงส์ปีกหัก
9. สักพงมาลัย
10. เทรกวาดลาน
11. ฝ่านลูกบวบ

แม่ไม้และลูกไม้ถ้านำไปใช้ผสมผสานแล้วทำติดต่อกันเป็นชุด ซึ่งแต่ละชุดอาจจะมีการออกอาวุธ สอง สาม สี่ ห้า หัก หรือมากกว่าก็ได้ ถ้าใช้ในการรุก เรียกว่า “ไม้รุก” ถ้าใช้ในการรับ เรียกว่า “ไม้รับ”

ไม้รุก – หมายถึงหลักการวิชาในการนำเอาแม่ไม้มาประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในการรุกเข้าโจมตีคู่ต่อสู้ มีทั้งการหลอกล่อและเข้าทำจริง

ไม้รับ – หมายถึงหลักการวิชาในการนำไม้มวยต่างๆ มาประกอบเข้าด้วยกันเพื่อแก้ไขการโจมตีของฝ่ายรุก ไม้มวยชนิดหนึ่งอาจแก้การโจมตีของไม้มวยชนิดเดียวกันหรือชนิดอื่นก็ได้

สมาคมมวยไทย

จากการที่มวยไทยอาชีพมีการแข่งขันกันในทุกที่ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เช่น เวทีมวย-ราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยสำโรง เป็นต้น มีการแข่งขันเกือบทุกวัน ทำให้มีนักมวยที่ยึดเป็นอาชีพนี้มากขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่การแข่งขันตามเวทีเหล่านั้นเป็นมวยไทยอาชีพ การชกที่เป็นศิลปะมวยไทยจริงๆ มีให้เห็นน้อยมาก ส่วนใหญ่จะใช้ เข่า เตะ เป็นอาวุธหลัก และมีการใช้กำลังเข้าออกปล้ำกัน ทำให้การต่อสู้ขาดศิลปะ จุดมุ่งหมายเพียงเพื่อเอาชนะเท่านั้น จึงมีบุคคลที่คลุกคลีในวงการมวยไทยไม่ต้องการให้เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นและเพื่อส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปะประจำชาติไทยให้คงอยู่ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้ประกอบด้วย นายบุญยืน สุวรรณ-ธาดา ร.ต.อ.สำเร็จ ศรีมาตี และ นายประวัติ คีสนิท เข้าเยี่ยมคารวะ พล.ต.อ. พิชัย กุล-วณิชย์ และได้มีความคิดเห็นว่ามวยไทยในปัจจุบันขาดศิลปะที่แท้จริงไปมาก ควรมีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปะมวยไทย จากข้อสรุปดังกล่าวจึงปรึกษาหารือว่าสมควรอนุรักษ์และเผยแพร่ให้ทุกชาติทุกประเทศได้รู้จัก เข้าใจศิลปะมวยไทยดียิ่งขึ้น มีมติให้จัดตั้งสมาคมขึ้นและได้รับอนุญาตจากสำนักงานวัฒนธรรมชาติ เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2527 มีชื่อว่า “สมาคมมวยไทยสมัครเล่น” (Amateur Muay Thai Association) อักษรย่อ A.M.A. โดยมีเครื่องหมายของสมาคมเป็นรูปนักมวยไทย ด้านข้างสวมมงกุฎที่ศีรษะ อยู่ในท่าคุกเข่าไหว้ครูล้อมรอบวงกลม สีธงชาติไทยมีคำว่า “สมาคมมวยไทยสมัครเล่น”

มวยไทยในต่างแดน

เนื่องจากในปัจจุบันมีชาวต่างชาติจำนวนมากไม่น้อยที่สนใจในศิลปะมวยไทย ซึ่งมีสมาคมหรือกลุ่มที่เป็นองค์กรศิลปะมวยไทยอย่างชัดเจน มีการขึ้นชกกันคล้ายในประเทศไทยมี เวทีมวย อีกทั้งมีนักมวยไทยที่มีความรู้ความสามารถหลายท่านได้เข้าไปในประเทศต่างๆ เพื่อเป็นครูฝึกสอนศิลปะมวยไทยอย่างเป็นทางการที่ค่อนข้างมั่นคง ในด้านบุคคลากรชาวต่างชาติ นอกจากให้ความสนใจในศิลปะมวยไทยแล้ว ยังมีจำนวนไม่น้อยที่ยึดเป็นอาชีพ -หลักอีกด้วย เนื่องจากการให้การสนับสนุนและจำนวนเงินที่ค่อนข้างสูงจึงมีชาวต่างชาติ เข้ามายึดเป็นอาชีพมากขึ้นตามลำดับ

มีบ้างในบางครั้งที่ทางนักมวยไทยของเราเข้าไปจัดการชกมวยในต่างแดนต่างๆ แต่ก็ ถือว่ายังไม่มากเท่าที่ควรเนื่องจากทาง โปรโมเตอร์¹ที่จัดมีน้อยเพราะค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงมาก ก็คงมีแต่ชาวต่างชาติเข้ามาแข่งขันในเมืองไทยมากกว่า

ปัญหาของมวยไทย

1.มวยไทยในปัจจุบันมุ่งเน้นชัยชนะมากเกินไปทำให้แม่ไม้มวยไทยที่ควรจะมีและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญนับวันจะหายไปทุกที และถือเป็นปัญหาสำคัญอีกปัญหาที่ผู้หลักผู้ใหญ่รวมไปถึงครูมวย นักมวยในสมัยก่อนเป็นที่กังวลกันมากกว่าแม่ไม้มวยไทยจะหายไป

2.มวยไทยในปัจจุบันมีธุรกิจมืดเข้ามาเกี่ยวข้องกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้รวมไปถึงการพนันขั้น-ต่อที่นับวันจะเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ระหว่าง นักมวย คนชม และในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง

¹ ผู้จัดการแข่งขันชกมวย

3.ภาพลักษณ์ที่ดูออกจะอยู่ในแง่ลบ และความรุนแรงในทัศนคติของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำให้ความเข้าใจในแง่ที่ไม่ดีจนในแง่ศิลปะความสวยงาม ประจำชาติไทยของเราถูกมองข้ามไปอย่างน่าเสียดาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลการออกแบบ

2.1 การออกแบบโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์แบ่งเป็นหลายประเภท เช่น โฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อแจกจ่าย โฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการเน้น โดยประเภทแรกจะแบ่งออกมาได้ดังนี้

- ใบปลิว (*Leaflet*) มีลักษณะเป็นเล่มหรือใบเดี่ยวโดดๆ โดยมีขนาดแตกต่างกันไปใช้ในการแจกจ่ายส่งโดยตรงแก่ผู้บริโภคหรืออาจวางบนเคาน์เตอร์ให้สามารถหยิบฉวยได้และไว้สำหรับผู้ที่สนใจ โดยจัดให้มีคนยื่นแจกตามศูนย์การที่นำไปถึงผู้บริโภค

- แผ่นพับ (*Folder*) มีลักษณะเป็นใบทบไปมาอาจมีตั้งแต่ 2-5 ทบหรือมากกว่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายละเอียดที่ต้องการจะแสดงว่าสิ่งที่ต้องการสื่อสารมีขั้นตอนที่ซับซ้อนกว่าใบปลิว แต่มีเนื้อหามากกว่าและจัดให้มีปกหน้า ปกหลังได้ แผ่นพับที่บางที่เรียกว่าใบปลิว เพราะถือว่าเป็นเอกสารที่จัดแจกในลักษณะใบปลิว ในการออกแบบแผ่นพับเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากมีวิธีพับหลายอย่างและไม่มีเลขหน้ากำกับเหมือนในหนังสือ ผู้ทำแผ่นพับจึงต้องออกแบบเรียงลำดับข้อความและภาพให้เหมาะสมกับการพับเพราะถ้าออกแบบไม่ดีจะเกิดความสับสนแก่ผู้อ่านได้ง่าย

- คู่มือ (*Brochure*) มีลักษณะเป็นรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่เป็น รูปเล่ม-เย็บกลาง มีขนาดแตกต่างกันไปบางลักษณะอาจเป็นเปิดไปในทางเดียว ไม่มีเย็บกลาง เอกสารโฆษณาชนิดนี้บอกรายละเอียด รูปแบบ ชนิดและลักษณะของสินค้าได้มากกว่าแผ่นพับ

โฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการเน้นได้แก่ประเภทโปสเตอร์ คือ การออกแบบโปสเตอร์เน้นลักษณะการสื่อสารโดยตรง เพื่อเป็นการดึงดูดความน่าสนใจของข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารนั้นอาจน้อยหรือมาก ภาพอาจใหญ่หรือเล็ก หากการรวบรวมมุ่งหมายที่ต้องการสื่อสารนั้นสำคัญที่สุด ดูแล้วเข้าใจได้ทันที

2.2 หลักสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์

1. จุดประสงค์ในการสื่อสาร
2. ความกระชับในภาพลักษณ์ที่เกิดจากการสื่อสาร
3. ภาพและข้อความมีการส่งเสริมที่สอดคล้องกัน
4. สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

ส่วนประกอบในการออกแบบโปสเตอร์

1. รูปแบบ ขนาดทั้งเล็กและใหญ่ เช่น เป็นกระดาษโปสเตอร์ซึ่งมาตรฐานคือ 15" x 20" ประหยัดโดยการตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษกระดาษจำนวนมากหรือออกแบบลักษณะกำหนดกระดาษไม่ต้องคำนึงเศรษฐกิจมากนัก เช่นกรอบลักษณะสามเหลี่ยม

2. รูปภาพ จำนวนและขนาดของรูปภาพ ถ้ามีภาพจำนวนมาก เช่น 5 ภาพ ก็ต้องออกแบบโดยเน้นความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันของแต่ละภาพ ภาพสำคัญมากควรใหญ่กว่าภาพสำคัญน้อย การออกแบบควรเน้นเรียงลำดับขั้นตอนจากเริ่ม ไปจนจบของเนื้อหาด้วยเช่นกัน ในหน้ากระดาษส่วนที่เป็นจุดศูนย์กลางความสนใจ คือ OPTICAL CENTER เป็นจุดสนใจของเส้นแบ่งที่ 3 ในส่วนที่ 8 ของสี่เหลี่ยมตำแหน่งการวางภาพมีส่วนเร้าความสนใจจากผู้ชมได้นอกจากจุดเด่นและความสวยงาม

3. จำนวนและขนาดของตัวอักษร ลักษณะหรือแบบตัวอักษรที่ใช้ นั้น นอกเหนือจากสอดคล้องกับภาพจนเกิดความงามแล้ว ควรมีรายละเอียดมากพอ เช่น โปสเตอร์การแสดงละคร ควรระบุชื่อเรื่อง วัน เวลา สถานที่ติดต่อซื้อบัตร ฯลฯ เนื่องจากโปสเตอร์ดึงดูดความสนใจจากผู้ชมที่มองระยะไกลด้วยพาดหัวบน โปสเตอร์จึงต้องเพิ่มขนาดให้มากกว่าในหน้าหนังสือโฆษณา นิตยสาร โดยปกติขนาดมาตรฐานของตัวหนังสือที่ห่างจากสายตา 2 นิ้ว ควรมีขนาดประมาณ 1/8 นิ้ว หากมีการเพิ่มระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่เรามองเห็นทุกระยะ 5 นิ้ว ควรเพิ่มขนาดตัวอักษร หรือการเว้นวรรคจำเป็นต้องเพิ่มขนาดตามความเหมาะสม

2.3 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ (Creative Strategies)

การโฆษณาแบบเป็นชุด (Campaign) หรือแบบที่เป็นโฆษณา เดี่ยวๆ ควรมีการนำเสนอที่ใกล้เคียงกันทั้งหมดและความคิดนั้นๆ จะต้องใช้ได้กับทุกๆ สื่อกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับแต่ละสื่อ คือให้เป็นไปตามสื่อแต่ละอย่างไม่ว่าจะพูดอะไร หรือพูดอย่างไร กลยุทธ์ในการบอกข่าวสารมีพื้นฐาน 5 ประการคือ

1. การบอกแบบแจ้งให้ทราบ (Information)

ต้องใช้ข้อมูลตามความเป็นจริง การบอกข่าวสารจะต้องตรงประเด็น และเป็นที่น่าสนใจต่อผู้รับสาร กลยุทธ์แบบนี้เหมาะกับสินค้าตัวใหม่เพื่อที่บรรยายถึงกรรมวิธีการผลิต เทคนิคในการทำสินค้าตัวใหม่หรือสินค้าที่อยู่ในสภาพการแข่งขันสูง เพื่อประกาศถึงผลการทดสอบและการทดลอง

2. การบอกแบบให้เป็นข้อถกเถียง (Argument)

สารที่ต้องการจะบอก ต้องปรากฏเห็นเด่นชัดว่ามีสาระน่าสนใจ โดยการใช้หลักเหตุผลเพื่อสนับสนุนสารนั้นๆ ว่าทำไมถึงมีประโยชน์และน่าเชื่อถืออย่างไร เพราะผู้รับสารจะติดตามความ

สมเหตุสมผลนั้นโดยตลอด กลยุทธ์นี้ต้องการทักษะและความสามารถในการบอกข่าวสารมากพอสมควร เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีมานานแล้วและอยู่ในสภาพการแข่งขันสูง

3. การสร้างภาพลักษณ์ (Image)

กลยุทธ์นี้จะใช้วิธีการแบบบริษัท เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือมีรูปร่างลักษณะที่เหมือนกัน จุดเน้นที่สำคัญอยู่ที่หลักจิตวิทยามากกว่าหลักเหตุผล เป้าหมายก็คือ การสร้างชื่อเสียง วางรากฐานให้แก่บริษัทโดยทางอ้อมเพื่อให้บริษัทอยู่ได้ระยะยาว

4. การบอกแบบสร้างอารมณ์ (Emotion)

เป็นการบอกข่าวสารที่ต้องพยายามสร้างอารมณ์ให้ตื่นเต้น เช่น รัก โกรธ เกียด กลัว เสียใจ หรือตลกขบขัน ฯลฯ การแสดงอารมณ์แบบใดแบบหนึ่งเพื่อให้ผู้รับสาร เกิดอารมณ์และความรู้สึก ว่าตัวเองได้อยู่ในสถานการณ์นั้นจริงๆ

5. การบอกแบบให้ความเพลิดเพลิน (Entertainment)

ให้ยึดถือการนำเสนอที่สนุกสนาน และข่าวสารที่น่าสนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลินต้องมาก่อนเหมาะกับสินค้าที่เหมือนๆ กัน และสินค้าที่มีราคาไม่สูงมากนัก

2.4 ความต้องการพื้นฐาน (Basic Appeal)

ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาอะไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญที่นักออกแบบทุกคนควรทำความเข้าใจก่อนทำการสร้างสรรค์งานก็คือ “ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์” เพราะเมื่อเรารู้ว่าความต้องการเหล่านั้นเป็นอย่างไร เราก็จะรู้ถึงวิธีการโฆษณาสินค้าของเราที่เราควรบอกผู้บริโภคด้วยวิธีการใดหรือบอกอย่างไรถึงตรงกับความต้องการและความรู้สึกของพวกเขามากที่สุด ความต้องการของมนุษย์มีมากมายและไม่มีที่สิ้นสุดแต่ความต้องการพื้นฐานสากลมีอยู่ 8 ประการคือ

1. อาหารและเครื่องดื่ม
2. ความสะอาดสบาย
3. อิสรภาพ ที่ปราศจากความกลัวและอันตราย
4. ความรู้สึกเหนือกว่าคนอื่น
5. มิตรภาพจากเพศตรงข้าม
6. มีความสุขในความรัก
7. เป็นที่ยอมรับของสังคม
8. มีอายุยืนยาว

การตอบรับของความต้องการต่างนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์และสถานภาพของผู้บริโภคด้วย

2.5 กลยุทธ์พื้นฐาน (Basic Tactics)

จากการที่ได้เลือกกลยุทธ์และทราบถึงความต้องการต่างๆ แล้วเราจะรู้ถึงสิ่งที่เราควรจะบอกกับผู้บริโภคได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น แนวความคิดที่นำเสนอานั้นต้องง่ายและทำได้หลายแนวทางซึ่งสามารถทำให้ประสบความสำเร็จได้ในเบื้องต้น กลยุทธ์พื้นฐานที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ (Product Comparison)

การเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร หมายถึง การเปรียบเทียบทั้งชื่อเสียง ลักษณะ และส่วนประกอบการผลิต หรือลักษณะอื่นๆ ของสิ่ง 2 สิ่งหรือมากกว่า 2 สิ่ง วิธีนี้เป็นยุทธวิธีที่นิยมใช้กันมากขึ้นและในบางครั้งการเปรียบเทียบก็เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจ

- สภาพความเป็นจริง (Statement of Fact)

มีความจริงที่สำคัญบางอย่างเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ก็คือ ส่วนใหญ่แล้วการโฆษณา มักกล่าวถึงด้านอุตสาหกรรมน้อยมากและไม่ค่อยพูดถึงความจริงของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดแต่ก็เลือกแต่สิ่งดีๆ ขึ้นมาพูด แต่จริงแล้วการครองใจลูกค้าบางคนสามารถพูดความจริงได้เพราะนั่นคือ ความต้องการของลูกค้าและสิ่งเหล่านั้นต้องปรับเปลี่ยนให้ออกมาเป็นโฆษณาที่เป็นจริงได้ บางครั้งมีความจำเป็นที่ต้องพูดความจริงเข้าไปอีก ด้วยการใส่หัวเรื่องอย่างใหญ่โต หรือทำให้ภาพนั้นดูเกินความจริงขึ้นไปอีกเนื่องจากสภาวะการแข่งขันกันสูงนั่นเอง

- ความสัมพันธ์และต่อเนื่องกัน เทคนิคของการ โฆษณาที่น่าสนใจก็คือการใช้ความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เทคนิคนี้สังเกตได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีมานานแล้ว โดยใช้ความต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์กับคนหรือบรรยากาศ แต่สิ่งเหล่านั้นต้องสัมพันธ์กันอย่างสมเหตุสมผล ไม่ใช่เพียงเพื่อต้องการบอกข่าวสารอย่างเดียว

- การสาธิต (Demonstration)

ในการโฆษณาบางครั้งต้องมีการสาธิตให้ดูถึงการผลิต, วิธีการใช้ เพื่อนำมาเป็นจุดเด่น ในการขายและการแข่งขัน โดยเฉพาะ

- อารมณ์ขัน (Humor)

ผู้ทำโฆษณาต้องใช้อารมณ์ขันเป็นเทคนิคเบื้องต้น เมื่อต้องการให้ลูกค้าหันมาสนใจกับผลิตภัณฑ์ ข้อความที่ขบขันสามารถใช้ได้หลายรูปแบบหรืออาจมีมุขตลกเพียงเล็กน้อยที่พอให้ลูกค้าอมยิ้มได้ก็พอ สิ่งที่สำคัญในการใช้แนวทางนี้ไม่ควรให้ตลกเหล่านั้นกลายเป็นการตลกแบบหัวเราะเยาะผลิตภัณฑ์, ผู้ใช้ หรือผู้ไม่ใช่

- การพูดเกินจริง (Hyperbole)

การโฆษณาที่พูดเกินความจริง คือ ใช้ความเกินความจริงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ก่อนแล้วจึงนำเสนอข้อมูลที่เราต้องการขยายความให้ผู้บริโภครู้ว่าสิ่งที่เรายกเป็นสิ่งที่จริงจังๆ

- ผู้ที่จะสื่อสาร (*Spokesperson*)

ควรใช้คนที่มีความเชื่อใจเป็นที่รู้จักกันดีหรืออาจใช้ใครก็ได้ที่ไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า การเลือกผู้ที่มาพูดโฆษณาจะมีความเสี่ยงอยู่ 2 อย่างคือ

- ผู้พูดอาจจะดูเด่นหรือดูเหนือกว่าสินค้าทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจผู้พูดมากกว่าสิ่งเหล่านี้อาจส่งผลให้การโฆษณาในครั้งนี้ล้มเหลว

- ชีวิตจริงของผู้พูดอาจขัดแย้งกันกับสินค้าและความเหมาะสมกับการโฆษณาก็ทำให้การโฆษณาครั้งนี้ล้มเหลวได้เช่นกัน

- รางวัล (*Testimonial*)

สินค้าที่ได้รับรางวัลควรมีการกล่าวอ้างถึงรางวัลนั้น แล้วผู้ประกาศก็ควรเป็นคนที่ถูกคำมีความเชื่อถือด้วย (ในชีวิตจริง) เช่น ความน่าเชื่อถือจะหมดลงในทันทีหากลูกค้ารู้ว่าคนที่ทานเนื้อวัวมาประกาศว่าตนเองเป็นคนทานมังสวิรัต

- ภาพนิ่ง (*Still Life*)

กลยุทธ์นี้ต่างกับกลยุทธ์ในข้อที่ผ่านมา โคนสิ้นเชิงเพราะสินค้าสามารถอยู่ได้โดยตัวของมันเองด้วยภาพสวยๆ เช่น เครื่องเพชร, รถสปอร์ต ฯลฯ

- การหยิบสิ่งที่น่าสนใจขึ้นมาพูด (*Borrow Interest*)

การหยิบสิ่งที่น่าสนใจขึ้นมาพูด คือ เนื้อเรื่องที่นำเสนออาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าแม้แต่ชนิดเดียว จะเน้นที่อารมณ์แทน แต่ในตอนสุดท้ายต้องจบด้วยสโลแกนที่สรุปเรื่องราวต่างๆ กลยุทธ์นี้ใช้สร้างความรู้สึกของลูกค้าให้รู้สึกของลูกค้าให้รู้สึกดีเมื่อได้ใช้สินค้าของเรา เช่น โฆษณาของเหล้าชีวาสที่เน้นความมีคุณธรรมหรือโฆษณาของน้ำอัดลมที่บอกว่า “เทห์ไม่เทห์ไม่เกี่ยวกระหายใจเดียวเลือก สไปรท์”

2.6 หลักการออกแบบ

ความคิดสร้างสรรค์ คือ การผนวกส่วนของความคิดเล็กๆ ภายในใจประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา แก้ไข โจทย์และเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่ โดยมีรูปแบบค่อนข้างใหม่ไม่ซ้ำกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว และมีคุณค่าในการตอบ โจทย์เป้าหมาย หรือสิ่งที่เราต้องการได้เป็นอย่างดี

- คิดแบบค้นพบ (*Discovery*)

เป็นการคิดที่ได้ไอเดียใหม่ๆ หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของเซอร์ ไอแซค นิวตัน (Sir Isac Newton) หรือทฤษฎีสมดุลภาพของ จอห์น แนช (John Nash) ซึ่งเป็นเรื่องที่ยาก

- คิดเชิงนวัตกรรม (*Innovation*)

เป็นการคิดประยุกต์ที่นำเอาหลักการทางวิทยาศาสตร์มาผนวกให้เกิดคุณค่าในการแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำหลักการการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์

- คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (*Synthesis*)

เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวม หรือ ยำ ให้เกิดความคิดที่สร้างสรรค์เป็นสิ่งที่เกิดมาใหม่

- คิดแบบดัดแปลง (*Mutation*)

เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน แล้วเกิดการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปร่าง รูปทรง เช่น ความคิดที่จะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านพกติดตัวเลย ปรับขนาดกลายเป็นพ็อกเก็ตพีซี¹ (Pocket PC) ในปัจจุบัน

2.7 หลักการออกแบบ

สีเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบ สีมียุทธศิลป์ในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมาย ที่ชัดเจน และกระตุ้นต่อการรับรู้ของคนเราได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้เรื่องของสียังเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบ เพื่อความสวยงาม สื่อความหมาย งานบางชิ้นที่ออกแบบมาดีแต่ถ้าใช้สีไม่เป็น อาจทำให้งานทั้งหมดที่ทำมาพังได้ง่ายๆ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องรู้จักสี และเลือกใช้สีให้เป็น โดยหลักการพื้นฐานที่มีคือ เนื้อสี

- สีของแสง คือ ความแตกต่างสั้นยาวของคลื่นแสงที่เรามองเห็น เริ่มจากสีม่วงไปแดง

- สีของสาร คือ สีที่เรามองเห็นบนวัตถุต่างๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซึมและสะท้อนของควมยาวคลื่นแสง

วงจรสี (*Colour Wheel*)

คือ การวางเนื้อสีมาเรียงกันตามการผสมสีของสารที่เรามองเห็น โดยตัวอย่างเช่น

1. สีปฐมภูมิ มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

2. สีทุติยภูมิ ได้มาจากการผสมสีแม่สีทั้ง 3 สี คือ สีส้ม สีเขียว สีม่วง

3. สีตติยภูมิ ได้มาจากการผสมสีขั้นที่ 2 คือ สีส้มแดง สีส้มเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำ

เงิน สีน้ำเงินม่วง สีม่วงแดง

โดยเรื่องของเนื้อสีที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือสีโทนร้อนและโทนเย็น

การวาง โครงสี คือ การนำสีที่ต้องการนำมาใช้กับงานอย่างมีหลักการ

¹ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก

1. โมโนโครม (Monochrome)

คือมีเนื้อสีเดียว แต่ให้ความแตกต่างด้วยน้ำหนักสี จะให้อารมณ์ความรู้สึกสุขุม เรียบร้อย เป็น สากล ไม่จุดฉาดสะดุดตา และในด้านการออกแบบเป็นการใช้คู่สีที่ง่ายที่สุดแล้วออกมาดูดี

2. อานาโลกัส (Analogus)

คือสีที่อยู่ติดกัน อยู่ข้างเคียงกันในวงจรัสสี จะเป็นทีละ 2 หรือ อาจจะใช้ถึง 4 สี แต่ไม่ควรมากกว่านี้ เพราะสีอาจหลุดจากความใกล้เคียง

3. ดิยาดส์ (Dyads)

คือสีที่อยู่ตรงข้ามในวงจรัสสี การเลือกใช้สีคู่ตรงข้ามจะทำให้งานที่ได้มีความสะดุดตาในการมองแต่ต้องระวังการใช้สีเพราะการใช้นั้นถ้าเราหยิบสี 2 สีที่ตรงข้ามกันมาใช้ในพื้นที่พอกๆกันงานจะดูไม่มีเอกภาพซึ่งควรแบ่งสีในพื้นที่สีใดสีหนึ่งมากกว่าสีหนึ่ง โดยทั่วไปมักใช้ สัดส่วน 70% 30% ยังอาจใช้เทคนิค Triads คือการใช้สี 3 สี ในวงจรัสสี (Tetrads) คือการใช้สี 4 สี ในวงจรัสสี



2.3 ข้อมูลผู้บริโภค

รูปแบบของสื่อที่ออกสู่สายตาของผู้บริโภคในปัจจุบันมีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ฯลฯ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ คือ ต้องเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้สินค้าที่จะวางลงโฆษณาต้องขึ้นอยู่กับ ผู้โฆษณา (Advertiser)ว่าจะลงในสื่อใดๆ ที่คิดว่าจะมีประสิทธิภาพได้มากที่สุด และมีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด เพราะปัจจุบันรูปแบบของสื่อ ในกลุ่มต่างๆที่ออกมา ก็จะมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รายการทาง โทรทัศน์ก็มีรูปแบบรายการ ทั้งความหลากหลาย (Variety) รายการเพลง รวมถึงรายการข่าวที่มีความถี่ในการนำเสนอมากขึ้นเพื่อความสดและใหม่ นิตยสารก็มีทั้งนิตยสารผู้หญิง นิตยสารผู้ชาย เป็นการแยกความต้องการ ของผู้บริโภคให้ชัดเจนมากขึ้น

การศึกษาสูงสุด

| | |
|-----------------------|--------|
| สูงกว่าปริญญาตรี | 16.50% |
| ระดับปริญญาตรี | 59.80% |
| ระดับอนุปริญญา | 12.60% |
| ระดับต่ำกว่าอนุปริญญา | 6.70% |
| อื่นๆ | 3.70% |

อายุ

| | |
|--------------|--------|
| 20-25 ปี | 22.50% |
| 26-30 ปี | 24.90% |
| 31-35 ปี | 22.70% |
| 36-40 ปี | 14.60% |
| 40 ปี ขึ้นไป | 15.30% |

รายได้ต่อเดือน

| | |
|-------------------|--------|
| 15,000-19,999 บาท | 21.50% |
| 20,000-24,999 บาท | 18.30% |
| 25,000-29,999 บาท | 18.30% |
| 30,000-34,999 บาท | 16.30% |
| 35,000-39,999 บาท | 11.90% |
| 40,000 บาท ขึ้นไป | 13.80% |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ

| | |
|---------------|--------|
| พนักงานเอกชน | 36.00% |
| ธุรกิจส่วนตัว | 25.90% |
| กำลังศึกษา | 18.80% |
| ข้าราชการ | 6.20% |
| รัฐวิสาหกิจ | 4.20% |
| อื่นๆ | 8.00% |

ข้อมูลการรับสื่อต่างๆ

| | |
|--------------|--------|
| โทรทัศน์ | 31.30% |
| สื่อกลางแจ้ง | 23.70% |
| นิตยสาร | 23.80% |
| หนังสือพิมพ์ | 13.20% |
| อื่นๆ | 8.00% |

ข้อมูลนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

ยุคเริ่มต้นของเมืองไทย (โดยหลักฐาน อ.ส.ท.) พ.ศ. 2503 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเพียง 81,340 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ในช่วง 10 ปีแรก จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเมืองไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 19.56 ต่อปี ทั้งนี้ในปีพ.ศ. 2512 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 469,784 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,770 ล้านบาท

หลังจากที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมประจำปี สมาคม Pacific Area Travel Association ประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจการท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เป็นสมาชิกกว่า 1,000 ทั่วกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่จัดประชุม จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2513 ถึง 628,671 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,175 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2513 – 2522 อัตราเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเฉลี่ยร้อยละ 13.71 ต่อปี

นับแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้มองเห็นว่า การท่องเที่ยวจะมุ่งเน้นเรื่อง การตลาดอย่างเดียวไม่ได้ ยังต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบริการท่องเที่ยวจนสามารถลงทุน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2545

| เดือน | พ.ศ.2545 | พ.ศ.2544 | % | อัตราเจริญเติบโต |
|------------|-----------|-----------|--------|------------------|
| มกราคม | 940,653 | 958,256 | -1.84 | -1.84 |
| กุมภาพันธ์ | 1,008,422 | 841,709 | +19.81 | +8.28 |
| มีนาคม | 987,194 | 904,041 | +6.99 | +7.85 |
| เมษายน | 855,353 | 822,840 | +3.95 | +6.94 |
| พฤษภาคม | 811,955 | 725,028 | +11.99 | +7.80 |
| มิถุนายน | 779,349 | 787,330 | -1.01 | +6.42 |
| กรกฎาคม | 885,229 | 863,071 | +2.57 | +5.86 |
| สิงหาคม | 906,804 | 861,283 | +5.29 | +5.79 |
| กันยายน | 784,898 | 733,160 | +8.42 | +6.04 |
| ตุลาคม | - | 724,823 | - | - |
| พฤศจิกายน | - | 857,440 | - | - |
| ธันวาคม | - | 1,053,528 | - | - |

ภาพที่ 1.1 ตาราง

| ปี | พ.ศ.2545 | พ.ศ.2544 |
|-------------------------------|----------|----------|
| อัตราการพักอาศัยระยะเวลา(วัน) | 8.03 | 8.01 |

ภาพที่ 1.2 ตาราง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติระหว่างชายและหญิง

| เพศ | ตัวเลข | เปอร์เซ็นต์ค่า | สัดส่วน |
|------|-----------|----------------|---------|
| ชาย | 4,682,186 | +5.65 | 59.31 |
| หญิง | 3,212,740 | +6.65 | 40.69 |

ภาพที่ 1.3 ตาราง

สถิติการเข้าออก

| การเข้าประเทศ | ตัวเลข | เปอร์เซ็นต์ค่า | สัดส่วน |
|-----------------|-----------|----------------|---------|
| ครั้งแรก | 4,183,294 | +15.83 | 52.99 |
| มากกว่า 1 ครั้ง | 3,711,632 | -3.15 | 47.01 |

ภาพที่ 1.4 ตาราง

สถิติลักษณะการเข้ามาท่องเที่ยว

| รูปแบบ | ตัวเลข | เปอร์เซ็นต์ค่า | สัดส่วน |
|------------|-----------|----------------|---------|
| กลุ่มทัวร์ | 3,760,107 | +19.69 | 47.63 |
| ปกติ | 4,134,819 | -3.90 | 52.37 |

ภาพที่ 1.5 ตาราง

สถิติอายุ

| อายุ | ตัวเลข | เปอร์เซ็นต์ | สัดส่วน |
|------------|-----------|-------------|---------|
| ต่ำกว่า 15 | 377,033 | +6.34 | 4.78 |
| 15-24 | 801,095 | +1.12 | 10.15 |
| 25-34 | 2,071,847 | +2.80 | 26.24 |
| 35-44 | 1,913,448 | +7.48 | 24.24 |
| 45-54 | 1,513,245 | +8.55 | 19.17 |
| 55-64 | 873,373 | +11.69 | 11.06 |
| 65 ขึ้นไป | 344,885 | +5.88 | 4.37 |

ภาพที่ 1.6 ตาราง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติอาชีพ

| อาชีพ | ตัวเลข | เปอร์เซ็นต์ค่า | สัดส่วน |
|--------------|-----------|----------------|---------|
| ผู้เชี่ยวชาญ | 1,146,093 | +7.02 | 14.52 |
| ผู้จัดการ | 823,604 | +8.29 | 10.43 |
| พ่อค้า | 1,308,548 | +2.28 | 16.57 |
| ผู้ใช้แรงงาน | 1,240,247 | -17.58 | 15.71 |
| นักสำรวจ | 17,843 | -6.79 | 0.23 |
| ราชการ | 63,057 | -1.52 | 0.80 |
| งานบ้าน | 486,364 | +6.50 | 6.16 |
| นักศึกษา | 883,902 | +1.00 | 11.20 |
| งานอิสระ | 132,700 | +11.49 | 1.68 |
| ว่างงาน | 118,784 | -9.73 | 1.50 |
| ไม่ระบุ | 1,673,784 | +43.92 | 21.20 |

ภาพที่ 1.7 ตาราง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 ข้อมูลลักษณะสื่อต่างๆ

การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่างๆ ต้องเลือกประเภทสื่อให้เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการ จะสื่อสาร เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการประชาสัมพันธ์

สื่อกลางแจ้ง – ป้ายโฆษณากลางแจ้งประสิทธิภาพสูงได้รับความนิยมมาโดยตลอด และได้มีการปรับปรุงลักษณะโครงสร้างสื่อกลางแจ้งให้มีความโดดเด่น ดึงดูดสายตา โดยได้นำเทคนิคทางด้านวิศวกรรม มาประยุกต์ใช้ และพัฒนาโครงสร้างให้มีความทันสมัยโดดเด่น และมีให้เลือกหลายแบบ ได้แก่ สร้างแบบเสาคู่ และ โครงสร้างแบบเสาเดี่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นในป้าย เช่น ไม้อัด สังกะสี วนิล บานเกล็ด การวาดภาพแบบพิมพ์

การติดตั้งและบริเวณ – ท่าเลที่ตั้งป้ายสื่อกลางแจ้งต้องสามารถรับสายตากลุ่มเป้าหมายของสินค้าได้ดี โดยคำนึงถึงศักยภาพของรูปลักษณ์ป้ายและสถานที่ติดตั้งเป็นสำคัญ อาทิ บริเวณ 2 ข้างทางของทางด่วน บริเวณที่การจราจรคับคั่ง

สื่อติดตามจุด – เป็นสื่อโฆษณารูปแบบแสดงที่สามารถนำเสนองานโฆษณาได้ด้วย สินค้าจริงซึ่งกลุ่มเป้าหมายของผู้โฆษณามีโอกาสสูง ในการมองเห็นตัวสินค้าหรือบริการในบริเวณดังกล่าว คุณลักษณะทางกายภาพของสื่อสามารถ บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการโฆษณาตัวสินค้าหรือบริการของผู้โฆษณาได้โดยตรงและคุ้มค่า

การติดตั้งและบริเวณ – ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ หรือสถานที่ซึ่งสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ในระดับสากลให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้โฆษณาได้เป็นอย่างดี

สื่อภาพสื่อหมุน – เป็นสื่อโฆษณาประเภทกล้องไฟที่แสดงภาพเลื่อนลง อัตโนมัตินี้ได้ถึง 10 ภาพ ในเครื่องเดียวกันซึ่งการเคลื่อนไหวของภาพช่วยดึงดูดให้ข่าวสารการ โฆษณาที่น่าสนใจ สะดุดตากลุ่มเป้าหมาย ได้มากกว่าการโฆษณาภาพนิ่ง และเสริมสร้างภาพพจน์ให้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้โฆษณาได้อย่างโดดเด่นเต็มประสิทธิภาพและการพิมพ์ที่ทันสมัย ทำให้ภาพโฆษณาดูมีชีวิตชีวาเหมือนจริงและสวยงามคมชัดมากยิ่งขึ้น

การติดตั้งและบริเวณ – ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ ที่ซึ่งเป็นศูนย์รวมผู้คนที่มีอำนาจตัดสินใจ และกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง

ป้ายสื่อ 3 ด้าน – เป็นป้ายโฆษณาทรงสามเหลี่ยม ซึ่งมีพื้นที่โฆษณา สามด้าน โดดเด่นด้วยรูปทรงที่ทันสมัยซึ่งสามารถถ่ายทอดโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพทั่วถึง โดดเด่นลักษณะของป้ายดังกล่าว จะมีไฟสามารถมองเห็นชัดเจน ในช่วงเวลากลางวันและดึงดูดความสนใจของผู้ชมในเวลากลางคืนได้เป็นอย่างดี

ป้ายสื่อแอดเซด – เป็นป้ายโฆษณากลางแจ้งรูปแบบทันสมัย ในป้ายโฆษณาจะมีไฟในตัว สื่อ ภาพโฆษณามีความชัด สีสดใสสวยงามสมจริง สามารถมองเห็นได้ทั้งเวลากลางวันและกลางคืน

อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างใกล้ชิดและสามารถรับสายตามผู้ชมได้ตลอดเวลา

การติดตั้งและบริเวณ – ณ บริเวณที่พัสดุโดยสารประจำทางทั่วกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นสถานที่ที่การจราจรคับคั่ง โดยมีผู้สัญจรผ่านไปมาซึ่งได้แก่ ผู้ใช้รถโดยสารประจำทาง และผู้ใช้รถใช้ถนนทั่วไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย

จากข้อมูลต่างๆของมวยไทย สมาคมมวยไทยสมัครเล่น โดยข้อมูลดังกล่าวจะสามารถหยิบยกประเด็นหัวข้อที่น่าจะนำมาศึกษา คือ ภาพลักษณ์ของมวยไทยที่อยู่ในแง่ลบ และสายตจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มองว่าเป็นเกมส์กีฬาที่รุนแรง นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมของธุรกิจมีดต่างๆ มากมาย ทั้งนี้สิ่งที่เป็นจุดเสียอีกอย่างคือ การพนันซึ่งถือว่าแยกกับมวยไทย ไม่ออกเป็นสิ่งที่ควบคู่กันไปกับมวยไทย ทั้งที่ความจริงแล้วมวยไทยถือเป็นศิลปะประจำชาติไทยมาแต่ครั้งโบราณ อีกทั้งยังมีความสวยงามในแง่ศิลปะการต่อสู้อย่างชัดเจนและถือเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงกับกีฬาหรือศิลปะการต่อสู้ของชาติอื่น รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศยังมีไม่เพียงพออย่างมาก แก่บุคคลทั่วไป ชาวต่างชาตินักท่องเที่ยว ให้เข้าใจและประทับใจในมุมมองอีกมุมมองหนึ่ง หรือจุดเด่นสำคัญของศิลปะมวยไทยที่นำมาประชาสัมพันธ์เสนอแก่กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

ประเด็นการศึกษามวยไทย

| | |
|-------------------|--------------------------------------|
| 1.ความสนุกสนาน | |
| 2.ความสวยงาม | เพราะศิลปะในมวยไทยเป็นเอกลักษณ์สำคัญ |
| 3.ความน่าเกรงขาม | |
| 4.ความศรัทธา | |
| 5.ความรู้ในศาสตร์ | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย คือชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสนใจกับประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมต่างๆของประเทศไทย รวมไปถึงกลุ่มที่สนใจศิลปะการต่อสู้ประจำไทย

จิตวิทยากลุ่มเป้าหมาย – เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติ ฉะนั้นสื่อที่ต้องถึง ต้องค่อนข้างเป็นสากล และกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในวัฒนธรรม ศิลปะ ในเมืองไทย

ประเด็นกลุ่มเป้าหมาย

| | |
|------------------------------|--|
| 1.นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติ | เพราะเป็นกลุ่มที่หลากหลายและยังไม่เข้าใจ |
| 2.ผู้ต้องการศึกษามวยไทย | |
| 3.คนไทย | |
| 4.ผู้อยู่วงการมวย | |

ประเด็นแนวทางและจิตวิทยา

| | |
|-------------|------------------------------|
| 1.คลาสสิก | |
| 2.ทันสมัย | เพราะเป็นสากลและหลากหลาย |
| 3.หรูหรา | เพราะยกภาพลักษณ์ให้ดูมีระดับ |
| 4.โฉบเฉี่ยว | |

วิเคราะห์สื่อ

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มี Billboard, Poster, Brochure, Magazine โดยมีประสิทธิภาพต่อการใช้งานต่างกันไปคือ

สื่อกลางแจ้ง (Billboard)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์กลางแจ้งที่สามารถเห็นสื่อได้อย่างกว้างขวาง กลุ่มเป้าหมายสามารถพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์โดยง่าย และรวดเร็ว สามารถบอกข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง แต่ไม่ควรมียข้อมูลมากเกินไป ในปัจจุบันมีการนำเทคนิคแปลกๆ ใหม่มาผสมผสานกับสื่อประเภทนี้กันมากขึ้น กว่าสมัยก่อน ทำให้สื่อดังกล่าวมีเสน่ห์มากขึ้น

โปสเตอร์ (Poster)

เป็นสื่อพื้นฐานที่นิยมมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์กันอย่างมาก เพราะสามารถบอกสารที่ต้องการจะสื่อได้ชัดเจนมีรายละเอียดได้มากกว่าและค่อนข้างที่จะใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง

คู่มือ (Brochure)

สามารถบอกรายละเอียดได้ดีมากและสามารถนำเทคนิคมาผสมผสานได้อย่างหลากหลาย เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

นิตยสาร (Magazine)

เป็นสื่อที่อยู่ในหนังสือมุ่งเน้นสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ติดตามเหตุการณ์ต่างๆ และสนใจในการอ่าน สื่อประเภทดังกล่าวจะสามารถให้รายละเอียดค่อนข้างดีมาก

ประเด็นวิเคราะห์สื่อ

| | |
|-------------|--|
| 1.Billboard | เพราะเหมาะแก่การประชาสัมพันธ์กลุ่มใหญ่ |
| 2.Magazine | เพราะเหมาะกับกลุ่มผู้อ่านและมีความรู้ |
| 3.Folder | เพราะการเข้าถึงและมีข้อมูล |
| 4.Newspaper | |
| 5.Book | |
| 6.Poster | เพราะเหมาะแก่ข้อมูลและง่ายต่อกลุ่มเป้าหมาย |

วิเคราะห์การออกแบบและเทคนิควิธีการ

จากข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับมวยไทยก็สามารถนำมาเป็นเงื่อนไขในการออกแบบเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ การนำจุดเด่นสำคัญของมวยไทยในด้านนี้ที่มีศิลปะแม่ไม้มวยไทยมานำเสนอ เพื่อเป็นการชี้จุดที่น่าสนใจของมวยไทยให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1. ในแง่การออกแบบ จะนำการเปรียบเทียบมาใช้ในงานออกแบบ โดยสื่อให้เห็นถึงศิลปะ ความงาม การเคลื่อนไหวในงาน สิ่งสำคัญหยิบประเด็นศิลปะแม่ไม้มวยไทยมาบวกกับศิลปะประจำชาติอย่างอื่นให้เกิดความงดงาม

2. ในแง่เทคนิควิธีการ โดยองค์รวมของงานจะเป็นไปตามทิศทางเดียวกันของงานทั้งหมด และจะใช้เทคนิคที่สร้างอารมณ์ รวมไปถึงความงามที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับจุดมุ่งหมายของงานที่กำหนด

ประเด็นภาพลักษณ์

| | |
|-----------------|--------------------------------|
| 1.Information | |
| 2.Argument | |
| 3.Image | เพราะนำอารมณ์ศิลป์สร้างจุดสนใจ |
| 4.Emotion | |
| 5.Entertainment | |

แนวความคิดในการออกแบบ

เนื่องจากในการออกแบบงานมีแนวความคิดหลากหลายแนวความคิด และวิธีนำเสนอที่มีความแตกต่างกันออกไป โดย

1. แนวความคิดลักษณะภาพเคลื่อนไหว- กล่าวคือต้องนำเอาเทคนิคภาพประกอบ โดยนำการเคลื่อนไหวในลักษณะต่างๆเข้าไปรวมกันและสามารถเคลื่อนไหวได้ อาจเป็นภาพสามมิติ หรือแอนิเมชัน (Animation) โดยจะเป็นการเล่นกับท่วงท่าที่มีอยู่ในมวยไทยในแต่ละท่า

2. แนวความคิดออกแบบเป็นสื่อโฆษณา กล่าวคือต้องการออกแบบให้เป็นกลุ่มของประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อกลางแจ้ง และนำเอาการเปรียบเทียบมาใช้สื่อในตัวตน

3. แนวความคิดแบบลักษณะภาพประกอบหนังสือ กล่าวคือนำเอาการออกแบบในรูปแบบภาพประกอบหนังสือโดยมุ่งเน้นในด้านความสอดคล้องกับบทความ หรือสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน

สรุปแนวความคิด

จากการวิเคราะห์แนวความคิดทั้ง 3 แล้วแนวความคิดที่ 2 มีความเหมาะสมและชัดเจนในความเป็นไปได้มากที่สุด เนื่องจากตรงกับประเด็นและกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งสร้างความน่าสนใจในงานได้อย่างหลากหลาย ส่วนทางด้านแนวความคิดที่ 1 ยังขาดความน่าจะเป็นจริงได้และยังพัฒนาแนวความคิดไปได้ยังไม่กว้างเพียงพอ งานในแนวความคิดดังกล่าวยังมีข้อจำกัดทางด้านเทคนิควิธีการทำ ส่วนแนวความคิดที่ 3 ยังขาดความน่าสนใจในด้านแนวทางออกแบบและการต่อเนื่องของภาพประกอบให้มีความหลากหลายมากเพียงพอ

สำหรับแนวความคิดที่ 2 การออกแบบจะนำเอาการเปรียบเทียบกับเทพตัวละครในรามเกียรติ์มาเป็น
สิ่งที่ใช้ในการกล่าวอ้างถึง เช่น

1. พระนารายณ์ เพราะต้องการแสดงถึงอำนาจ ทรงพลัง
2. พระราม เพราะต้องการแสดงความอ่อนช้อยที่มีพลัง
3. หนุมาน เพราะต้องการแสดงถึงความแคล้วคล่องว่องไว

นอกจากการเปรียบเทียบกับเทพตัวละครรามเกียรติ์ดังกล่าวแล้ว ยังหยิบยกเอาสัตว์ต่างๆ ที่
มีความโดดเด่นในภาพลักษณ์ เช่น

1. ช้าง เพราะต้องการแสดงถึงความสง่าทรงพลัง
2. เสือ เพราะต้องการแสดงถึงความรุนแรงทรงพลัง
3. งู เพราะต้องการแสดงถึงความมีพิษสง
4. หมี เพราะต้องการแสดงถึงความรุนแรงแข็งแรง
5. จระเข้ เพราะต้องการแสดงถึงความทรงพลัง

ลักษณะทั้งหมดจะนำมาประยุกต์ดัดแปลง โดยมีความเป็นศิลปะแอบแฝงด้วยเสมอในทุกๆ

ภาพและ โทนมัสیقیที่จะมีสีทองและสีเงิน

ที่ต้องการนำสีทั้ง 2 สีดังกล่าวเพื่อทำให้ภาพลักษณ์ในงานดูทรงคุณค่าและเป็นการยกระดับตาม
แนวความคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 4
ขั้นตอนการออกแบบ

แนวคิด

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ต้องการเน้นการเปรียบเทียบในเชิงศิลปะและนำเอาเทคนิคทางภาพประกอบเพื่อดึงเอาความน่าสนใจมานำเสนอ โดยจะแบ่งเป็น

- 1.สื่อกลางแจ้ง จำนวน 2 ชิ้น
- 2.สื่อโปสเตอร์ จำนวน 2 ชิ้น
- 3.สื่อนิเทศสาร จำนวน 2 ชิ้น
- 4.สื่อตั้งพื้น จำนวน 2 ชิ้น
- 5.สูจิบัตร จำนวน 1 ชิ้น

โดยแต่ละชนิดของสื่อจะมี

- 1.สื่อกลางแจ้ง นำเอา พระนารายณ์
ช้าง
- 2.สื่อโปสเตอร์ นำเอา เสือ
งู
- 3.สื่อนิเทศสาร นำเอา พระราม
หมี
- 4.สื่อตั้งพื้น นำเอา หนุมาน
จระเข้
- 5.สูจิบัตร นำเอา เทพ

ลักษณะของการออกแบบ

การออกแบบเน้นการเปรียบเทียบในเชิงศิลปะความงามเป็นหลัก นำเอาเทคนิคภาพประกอบเพื่อทำให้งานมีความน่าสนใจและหาจุดความน่าเชื่อถือเป็นสากล



ภาพที่ 2.1 ช้าง

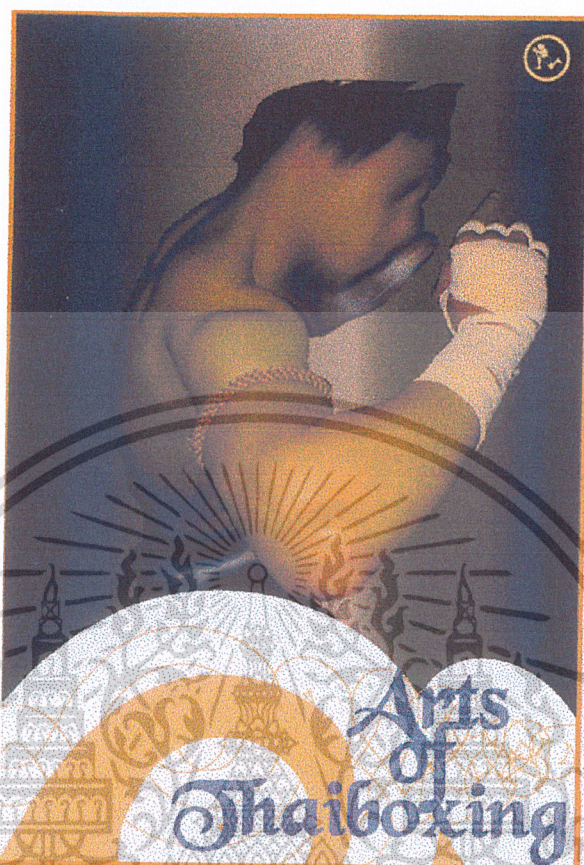
ช้าง มีแนวความคิด โดยนำภาพลักษณ์ของตัวช้างมาเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์มวยไทยที่มีความแข็งแรง หนักแน่น และได้มีการนำท่วงท่าลีลาของมวยไทยมาประกอบเข้าด้วยกัน ทำให้ดูโดยรวมเป็นรูปร่างของช้าง



ภาพที่ 2.2 นารายณ์

พระนารายณ์ มีแนวความคิด โดยนำภาพลักษณ์ขององค์นารายณ์มาเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์มวยไทยที่มีความ พลัง หนักหน่วง น่าเกรงขาม โดยใช้เทคนิคในการทำภาพประกอบทำการซ้อนภาพให้มีมิติและท่วงท่าที่ดูเป็นองค์ดังกล่าว

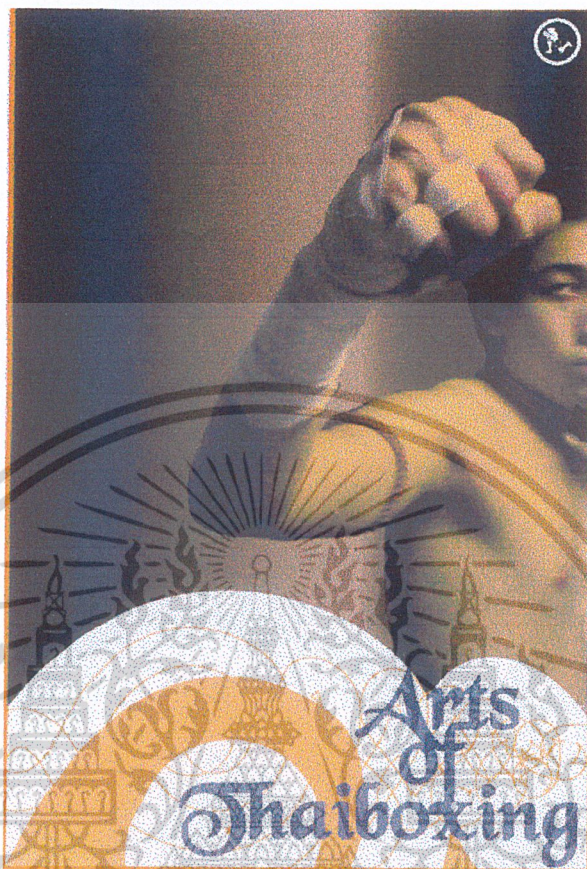
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 งู

งู แนวความคิดนำเอาภาพลักษณ์ของงู คือมีพิษสงร้ายแรง และคล่องแคล่วว่องไวในการออกอาวุธ โดยเน้นในภาพของกล้ามเนื้อตั้งแต่ช่วงหัวไหล่ ถึงลำแขนที่มีความโค้งเว้า ซึ่งมองภาพโดยรวมเป็นรูปร่างของตัวงู

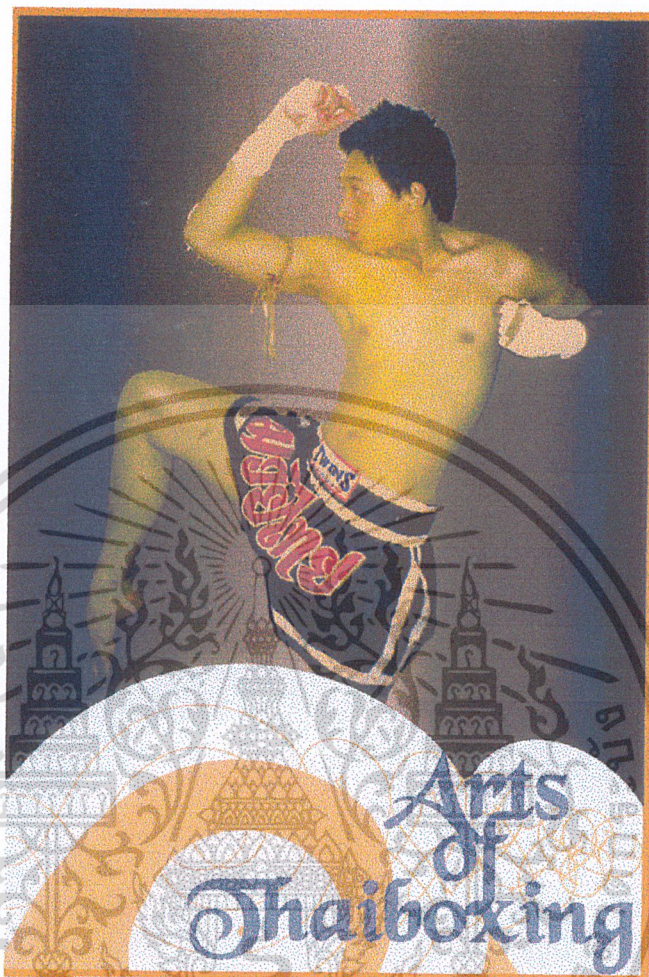
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 เสือ

เสือนั้นเป็นแนวคิดนำเอาภาพลักษณ์ของเสือนั้น คือมีความแข็งแรง โดยเฉพาะเวลาเสือนั้นจะตะครุบเหยื่อหรือเวลาล่าสัตว์ และได้นำเอาร่องของการกำหมัด โดยอาจจะนำสายตาให้ตั้งเขตบริเวณสันหมัดเนื่องจากมีความคล้ายคลึงกับกงเล็บเสือนั้น รวมไปถึงเป็นจุดเน้นสำคัญของแนวคิดในหัวข้อรูปภาพดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 พระราม

พระราม แนวความคิดนำเอาภาพลักษณ์ของพระราม คือมีความอ่อนช้อย แต่แฝงด้วยพลังการต่อสู้ที่อาจหาญ เก่งกล้า รวมไปถึงภาพของการมีน้ำใจอันดีงาม จึงเป็นเหตุผลที่มีความคล้ายในมวยไทย โดยเฉพาะท่าพระรามแผงศร เป็นท่าที่สวยงามอีกทั้งยังเป็นท่าหนึ่งในการตั้งรับของมวยไทยอีกด้วย

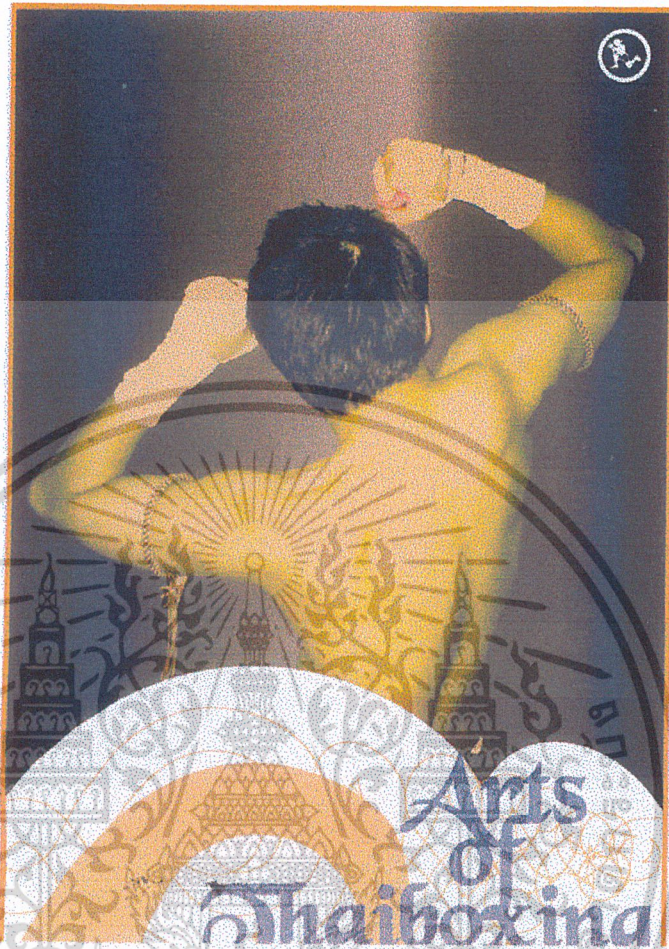
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 แมงป่อง

แมงป่อง คือการนำภาพลักษณ์ ของแมงป่องที่มีพิษสงที่ร้ายแรง โดยมีจุดเด่นที่หางแมงป่องซึ่งเป็นอาวุธที่สำคัญมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในแง่ของท่วงท่าที่มีในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นท่าเตะหลังที่มีความร้ายกาจอยู่ในตัว จึงได้นำแนวความคิดดังกล่าวมาประยุกต์และจับเอาท่วงท่าที่มีอยู่จริงมาหามุมมอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 ลูกตา

ลูกตา คือ นำเอาความคิดของแววตาของสัตว์เวลาจ้องเหยื่อที่มีความดุร้าย มาเปรียบเทียบกับโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับท่วงท่าของมวยไทยทำให้ดูเหมือนตั้งท่ารอรับการที่จะจู่โจมอย่างรุนแรง โดยเน้นให้ภาพมองดูเหมือนลูกตาระหว่างส่วนโค้งตั้งแต่วงแขนตลอดมาถึงส่วนหัวที่มองเป็นลูกตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.9 เหนี่ยว

เหนี่ยว คือ การเอาภาพของท่าการเหนี่ยวและ โหน เพื่อแสดงถึงการรัดต่อสู้และได้นำเอามาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเรื่องการจับคู่ต่อสู้ในท่วงท่าที่ว่องไวรุนแรง นอกจากนี้ยังมีความหนักหน่วงที่ต่อเนื่องตามมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บาทา คือ การนำภาพลักษณ์ของการเหยียบกระทืบของสัตว์ โดยเน้นในด้านท่วงท่าที่กระแทกอย่างรุนแรงมาเปรียบเทียบกับท่วงท่าของมวยไทยที่มีความรุนแรงและมีการเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องมีการซ้ำกันของท่าดังกล่าวเพื่อแสดงถึงการเคลื่อนไหว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างครั้งที่ 1

- 1.แนวความคิดยังไม่ชัดเจน ยังขาดความลงตัว
- 2.การวางรูปแบบไม่น่าสนใจเท่าที่ควร
- 3.งาน โดยรวมดูไม่ไปในทิศทางเดียวกัน

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 1

- 1.หาแนวความคิดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
- 2.ศึกษาการวางรูปแบบอย่างหลักการและหาความน่าสนใจ
- 3.หาความเป็นทิศทางในแนวเดียวกันตลอดทั้งงาน
- 4.ศึกษาเรื่องการวางสี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

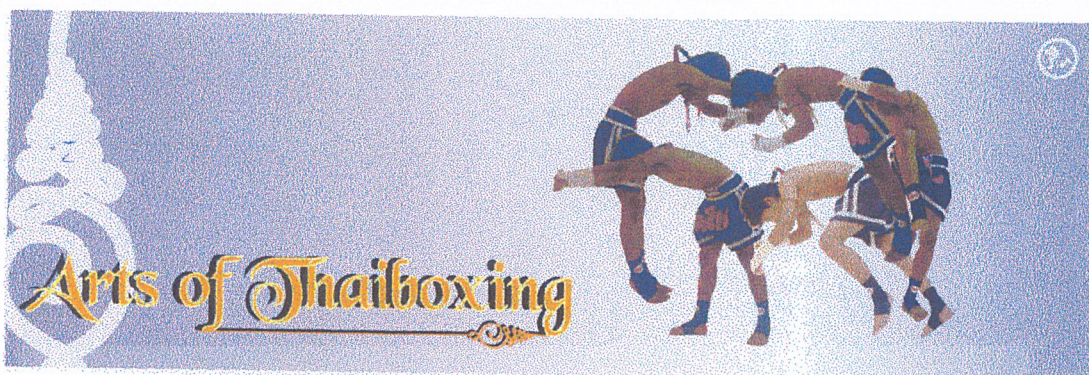
แบบร่างครั้งที่ 2

จากแบบร่างครั้งที่ 1 ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการวาง และนำความหมายของสัญลักษณ์เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบมากขึ้น ทั้งนี้ต้องการเน้นความหมายให้ชัดเจนและมีที่มาที่ไปในแต่ละส่วนสำคัญ โดยมีการนำภาพประกอบของยันต์ซึ่งถือว่าเป็นศิลปะที่นักมวยนำมาสักบนร่างกายในด้านความเชื่อต่างๆ



ภาพที่ 3.1 ยันต์

ดังที่กล่าวเบื้องต้นรูปด้านบนจะเป็นรูปยันต์ที่นักมวยหลายคนจะใช้สักบนร่างกายตามความเชื่อ จากนั้นก็จะนำสัญลักษณ์มาประกอบเข้ากับงานเพื่อความสอดคล้องทางด้านความหมายและความสวยงามที่มีความลงตัว โดยอาจแบ่งตามลักษณะของรูปแบบงานที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม



ภาพที่ 3.2 จัดวาง 1

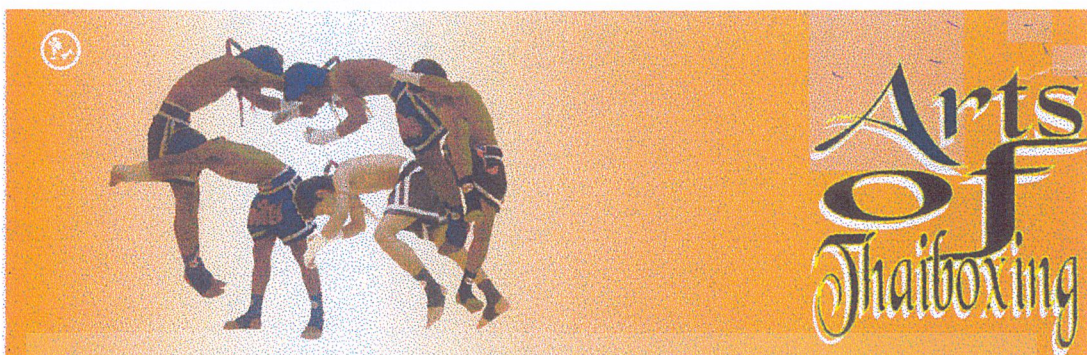
นำเอาสัญลักษณ์มาวางโดยทิ้งช่องว่างเพื่อเป็นการเน้นภาพ และมีการทำตัวอักษรมาทำเป็นมิติเงาเพื่อเน้นความน่าสนใจ โดยมีภาพประกอบได้ตัวอักษรเป็นจุดเน้นอีกหนึ่งจุด



ภาพที่ 3.3 จัดวาง 2

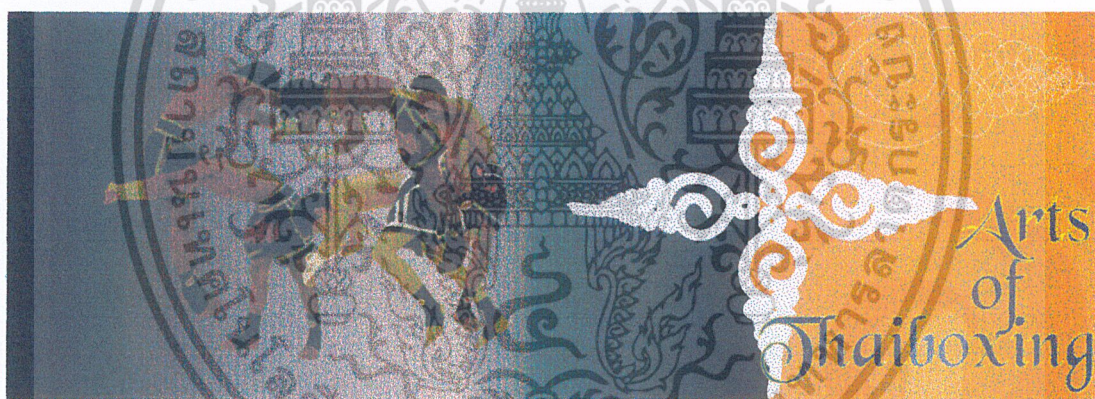
นำเอาสัญลักษณ์มาเป็นฉากหลังและมีการทำซ้ำให้เกิดภาพใหม่และมีการเน้นการวางตัวอักษรที่อยู่ในแนวสายเส้นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.4 จัควาง 3

นำเอาสัญลักษณ์แนวตัดตอนเน้นความเรียบง่าย โดยมีการเล่นกับตัวอักษรเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ



ภาพที่ 3.5 จัควาง 4

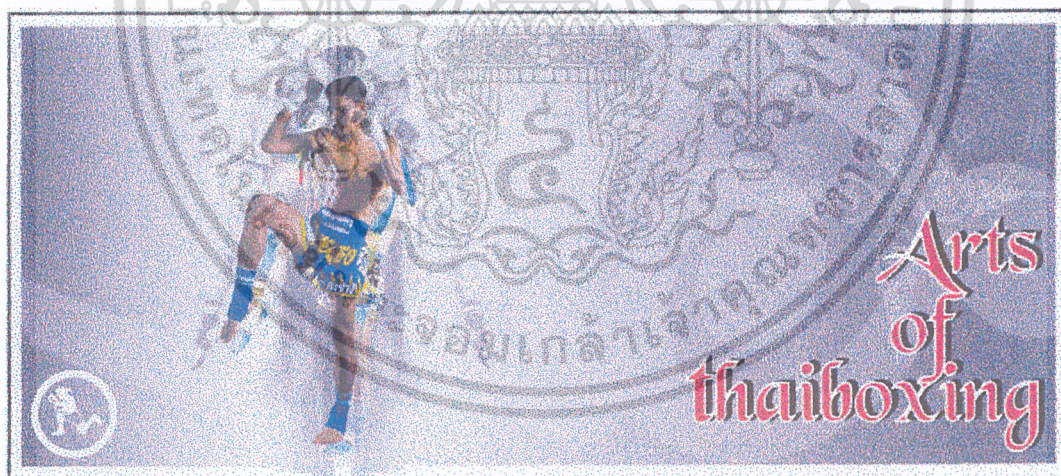
นำเอาสัญลักษณ์มาซ้ำกันเพื่อเกิดภาพใหม่ และมีการเน้น โทนสีสองสีเพื่อมีการเน้นที่ภาพให้มีความชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.7 จัควาง 5

ทำความเข้าใจให้สอดคล้องมากยิ่งขึ้นนำเอาโทนสีทองมาใช้ และตัวอักษรสีแดงเพื่อแสดงถึงความเป็นนักสู้รวมไปถึงได้มีการนำฉากหลังของยันต์แบบต่างๆ เพื่อไม่ให้ดึงดูดน่าสนใจของงานออกไป



ภาพที่ 3.8 จัควาง 6

ทำความเข้าใจให้ชัดเจนมากขึ้นโดยเน้นความมีมิติให้ชัดเจน ใช้สีโทนเงินมาใช้ และยังคงต้องใช้ตัวอักษรสีแดงเพื่อดึงจุดเด่นและสื่อความหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างครั้งที่ 2

1. แนวความคิดชัดเจนขึ้นและตรงประเด็นขึ้น
2. การวางรูปแบบนำเสนอหลากหลายและง่ายต่อการทำในทิศทางเดียวกัน
3. งานยังสามารถพัฒนาไปได้อีก

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 2

1. หาแนวความคิดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อประเภทอื่น
2. ศึกษาการวางรูปแบบเพื่อมาสนับสนุนแนวความคิด
3. หาความเป็นทิศทางในแนวเดียวให้เหมาะสมกับรูปแบบและแนวความคิดที่มี
4. พัฒนาให้ทุกด้านสมบูรณ์ที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
บทสรุปและผลงานจริง

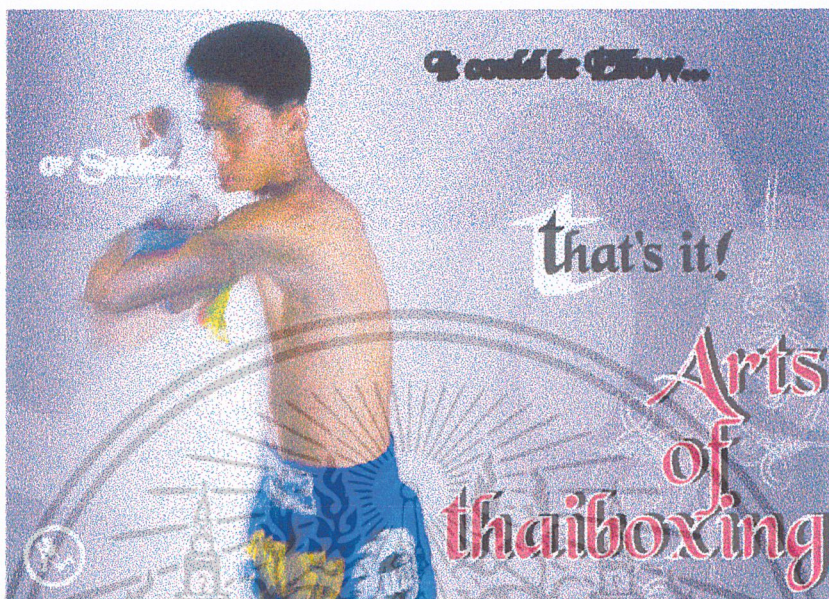
จากการพัฒนาในด้านภาพและการจัดวางที่มีความลงตัวรวมไปถึงองค์ประกอบในแง่ สี ความหมายต่างๆ และแนวความคิดที่ชัดเจนจึงเสนอมานในงานดังนี้



ภาพที่ 4.1 เสื้อ

แนวความคิด เปรียบเทียบกับกงเล็บเสื้อที่กำลังตะปบมาเป็นจุดนำความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับมวยไทย โดย โทนีสีทอง ตัวอักษรสีแดงตัดสีขาว และมีเงามิติสีดำ โดยฉากหลังมีรูปยันต์ ในด้านข้อความคือ “อาจจะเป็นการตั้งการ์ด หรือ กงเล็บเสื้อ แล้วแต่คุณจะมอง มันคือศิลปะในมวยไทย”

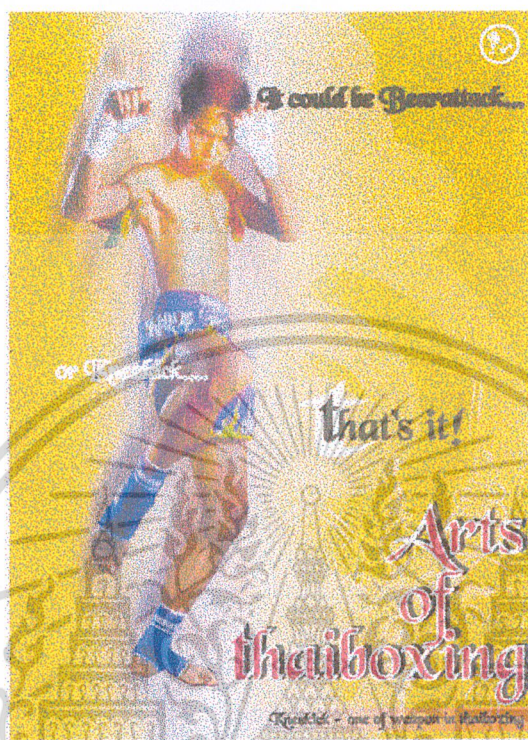
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 งู

แนวความคิดที่นำงูสื่อถึงพิษสงร้ายกาจ โดยนำสาวน โค้งทั้งกล้ามเนื้อ ช่วงขาดแขน มาเป็นจุดเน้นให้เกิดภาพของตัวงู โดยโทนสีเงิน ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมีเงาดำเพื่อเน้นความเด่นชัด ฉากหลังมีรูปปั้นต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ สำหรับข้อความของภาพ “อาจจะเป็นการฟันศอก หรือ งูจก นั้นแหละอยู่ที่คุณมอง มันคือศิลปะของมวยไทย”

สำหรับรูป 4.1 และ 4.2 เป็นชุดเดียวกันในสื่อประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ โดยมีโทนสี ทองและเงิน



ภาพที่ 4.3 หมี่

แนวความคิดที่นำหมี่สื่อถึงความแข็งแรง ในเวลาที่หมี่งูโจมตีนำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเวลารุก โดยโทนสีทอง ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมีติเงาดำเพื่อเน้นความเด่นชัด จากหลักมีรูปยันต์ต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ สำหรับข้อความของภาพ “อาจจะเป็นการแทงเข้า หรือ หมี่งูโจมตี นั่นแหละอยู่ที่คุณมอง มันคือศิลปะของมวยไทย”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 พระราม

แนวความคิดที่นำพระรามสื่อถึงความอ่อนช้อยแต่มีพลังอำนาจน่าเกรงขาม นำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเวลารูกรับ โดยโทนีเจิน ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมีเงาดำเพื่อเน้นความเด่นชัด ฉากหลักมีรูปยันต์ต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ สำหรับข้อความของภาพ “อาจจะเห็นพระราม หรือ การตั้งการ์ด นั้นแหละอยู่ที่คุณมอง มันคือศิลปะของมวยไทย” โดยด้านล่างของภาพจะบ่งบอกรายละเอียดของท่าดังกล่าวในมวยไทยว่าเป็นท่าการ์ดพระราม

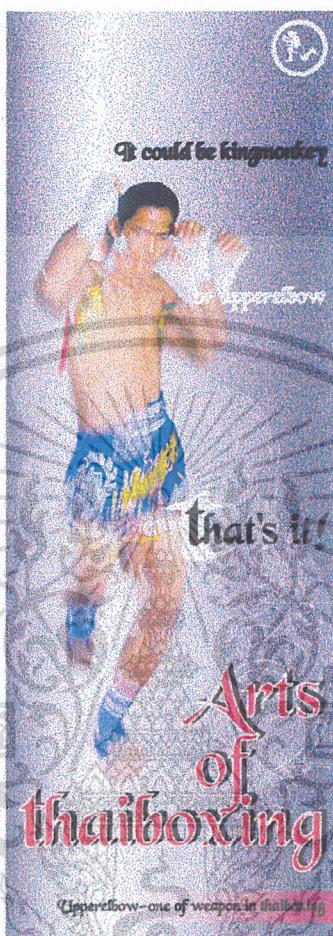
โดยภาพ 4.3 และ 4.4 เป็นชุดเดียวกันอยู่ในรูปสื่อประชาสัมพันธ์นิตยสาร โทนี ทงและเจิน สิ่งพิเศษคือมีการบอกรายละเอียดบริเวณด้านล่างของสื่อ



ภาพที่ 4.5 จระเข้

แนวความคิดที่นำจระเข้สื่อถึงความพลังที่รุนแรงเมื่อ มีการเตะหางจระเข้ นนำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเวลาใช้ท่าเตะหลัง โดยโทนสีทอง ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมีเงาดำเพื่อเน้นความเด่นชัด ฉากหลักมีรูปปั้นต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ สำหรับข้อความของภาพ “อาจจะเป็นจระเข้ฟาดหาง หรือ การเตะหลัง นั้นแหละอยู่ที่คุณมอง มันคือศิลปะของมวยไทย” โดยด้านล่างของภาพจะบ่งบอกรายละเอียดของท่าดังกล่าวในมวยไทยว่าเป็นท่าจระเข้ฟาดหาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

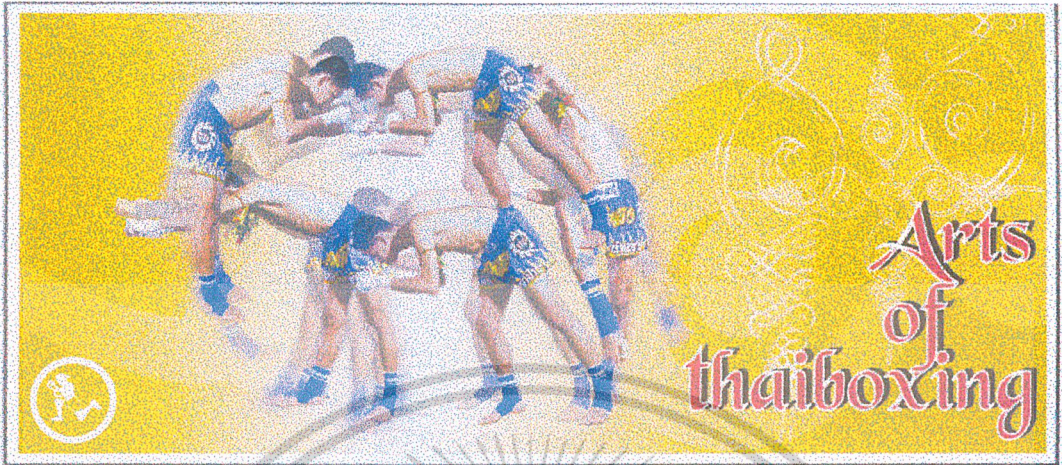


ภาพที่ 4.6 หนุมาน

แนวความคิดที่นำหนุมานสื่อถึงความว่องไว และมีพลังกำลังที่มากนำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเวลาใช้ท่าตีศอก โดย โทนีสีเงิน ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมิติเงาดำเพื่อเน้นความเด่นชัด ฉากหลักมีรูปปั้นต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ สำหรับข้อความของภาพ “อาจจะเป็นหนุมาน หรือ การตีศอกบนนั้นแหละอยู่ที่คุณมอง มันคือศิลปะของมวยไทย” โดยด้านล่างของภาพจะบ่งบอกรายละเอียดของท่าดังกล่าวในมวยไทยว่าเป็นท่าตีศอกบน

โดยภาพ 4.5 และ 4.6 เป็นชุดเดียวกันอยู่ในรูปสื่อประชาสัมพันธ์นิตยสาร โทนีสี ทองและเงิน สิ่งพิเศษคือมีการบอกรายละเอียดบริเวณด้านล่างของสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.7 ช้าง

แนวความคิดที่นำช้างสื่อถึงความสง่า และมีพลังกำลังที่มากนำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยใน
เวลาใช้ท่าต่างๆมารวบรวมโดยโทนสีทอง ตัวอักษรสีแดงตัดด้วยสีขาว และมีมิติเงาคำเพื่อเน้นความ
เด่นชัด ฉากหลังมีรูปปั้นต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ



ภาพที่ 4.8 นารายณ์

แนวความคิดที่นำพระนารายณ์ สื่อถึงความมีพลัง อำนาจ ในการต่อสู้ต่างๆ นำมาเปรียบเทียบกับมวยไทยในเวลาใช้ท่าต่างๆ โดยโทนสีเงิน ตัวอักษรสีแดงตัดสีขาว และมีมิติเงาคำ เพื่อเน้นความ
เด่นชัด ฉากหลังมีรูปปั้นต่างๆประกอบอยู่เพื่อไม่ดึงจุดน่าสนใจของภาพ
โดยภาพ 4.7 และ 4.8 เป็นชุดเดียวกันอยู่ในรูปสื่อประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง โทนสี ทองและเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.7 แผ่นพับ

แนวความคิดนำท่วงท่าที่สวยงามมาเป็นภาพประกอบด้านหน้าของสื่อ โดยมีตัวอักษรสีแดงตัดสีขาว มิติเงาสีดำ ฉากมีรูปย่นคंब้างๆ และมีแถบเขียนว่าเป็นแผนที่

สำหรับด้านการออกแบบต้องการให้มีสีทองและเงิน สองสีอยู่คู่กันตลอด ในด้านการใช้งาน คือ มีแผนที่สถานที่ที่มีมวยไทยต่างๆ ในกรุงเทพฯ รวมไปถึงกฎกติกา มารยาทต่างๆ ที่นักมวยไทยพึงมีตามด้วยกล่าวถึงความงามในมวยไทย

อีกทั้งยังมีสัญลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่น เมื่อพับแล้วจะอยู่บริเวณด้านหลังพอดี

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากขั้นตอนต่างๆจนมาถึงส่วนสุดท้ายของทำให้เกิดประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายตามโจทย์ที่ได้วางไว้ รวมไปถึงการทำงานอย่างมีระบบขั้นตอนจึงส่งผลให้งานสื่อประชาสัมพันธ์มวยไทยให้กับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ โดยมีการสืบนำขั้นตอน เป็นระยะที่ต่อเนื่อง

ครั้งที่ 1 เสนอหัวข้อโครงการ

อธิบายแจกแจงหัวข้อและโครงสร้างของโครงการ แสดงเป้าหมายของการศึกษาขอบเขตโครงการ รายการสิ่งของที่มีความเป็นไปได้ของแหล่งข้อมูลและแนวทางบรรลุเป้าหมาย

ครั้งที่ 2 เสนอข้อมูลและข้อสรุปเบื้องต้น

รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์โดยหาข้อมูลของสิ่งที่จะทำ
หาข้อสรุปเบื้องต้นเป็นแนวทางการออกแบบ

ครั้งที่ 3 การออกแบบ

แปลงข้อความเป็นมุมมองโดยพิจารณาในเรื่องของการสื่อสารที่สามารถสื่อสารได้เข้าใจ และตรงเป้าหมายหรือไม่และในเรื่องของการจินตนาการสามารถสร้างสรรค์ทดลองหาแนวทางการออกแบบได้หลากหลายหรือไม่

ครั้งที่ 4 การออกแบบ

เสนอแนวทางที่เลือกทำแบบร่าง
พิจารณาขั้นตอนการออกแบบ

ครั้งที่ 5 การผลิต

ผลิตงานจริงหาข้อบกพร่องและสรุปผลงานเพื่อนำเสนอ
สรุปประเด็นปัญหา

- 1.การทำรูปแบบที่ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
- 2.การนำเทคนิควิธีการที่ทำให้ภาพดูมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน
- 3.การผสมผสานแนวความคิดกับความเป็นจริง

จากขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เกิดงานแนวทางที่มีระบบ ผลงานที่เกิดขึ้นอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนทางด้านเทคนิคเล็กน้อยในด้านการนำไปใช้จริงเนื่องจากต้องมีข้อจำกัดในด้านขนาดและความจำเป็นในด้านงบประมาณ และในการทำศิลปนิพนธ์ทำให้การค้นพบการนำภาพมาประกอบความคิดที่แปลกใหม่เกิดขึ้น และนำไปใช้ในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

พิพัฒน์ สุทธิชัยพฤกษ์. ภาพประกอบ. กรุงเทพมหานคร ; สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.,2537.

รังสฤษฎ์ บุญชลด. มวยไทย. กรุงเทพมหานคร ; บริษัทสกายบุ๊กส์.,2545.

โสรัชญ์ นันทวัชรวิบูลย์. คู่มือเส้นทางกราฟฟิคดีไซน์เนอร์. กรุงเทพมหานคร ; สำนักพิมพ์เอ.อาร์
พับบลิชซัน.,2545.

<http://www.fighterthai.com>

<http://www.muaythai.com>

<http://www.thaiboxing.com>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นายชลฤทธิ เหลืองจินดา เกิดวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2523 จบประถมศึกษาจาก โรงเรียนราชวินิต จบมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขา นิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้