

การออกแบบโฆษณาสำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข  
ADVERTISING DESIGN FOR HAPPY HOSPITAL PROJECT



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบโฆษณาสำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข  
ADVERTISING DESIGN FOR HAPPY HOSPITAL PROJECT



ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... *ปณ ฐิต* ..... วันที่ *12 มี.ธ. 2560*  
(อาจารย์อภิรักษ์ สุขุมพุก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข ADVERTISING DESIGN FOR HAPPY HOSPITAL PROJECT
ชื่อ	นางสาวนันทิชา พันธุ์เพ็ง
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อภิวัฒน์ สุ่มทุมพุกฤษ

### บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับโครงการโรงพยาบาลมีสุขเพื่อใช้ในการออกแบบโฆษณาสำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข โครงการในมูลนิธิกระจกเงา ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางนำอาสาสมัครไปให้ความสุขเด็กในโรงพยาบาล โดยกิจกรรมมีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมนันทนาการ ร้องเพลง เล่นเกม หรือเสริมทักษะ เช่น วาดภาพระบายสี ประดิษฐ์ และ สอนการบ้าน เป็นต้น โดยโครงการโรงพยาบาลมีสุข ได้เข้าไปทำกิจกรรมในโรงพยาบาลเด็ก โรงพยาบาลรามาธิบดี และ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โดยมีแพลนว่าจะไปในโรงพยาบาลอื่นๆเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

หลังจากได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ ก็ได้ออกแบบโฆษณาเพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ ตามขอบเขตงานที่ตั้งเอาไว้ ได้แก่ ศิลปประชาสัมพันธ์ และ โปสเตอร์เซทประชาสัมพันธ์

## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าไม่มีผู้ช่วยเหลือ ผู้สนับสนุน และผู้ให้กำลังใจทุกท่าน รวมทั้งคณะอาจารย์ และที่ปรึกษา ขอขอบคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้ค่ะ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	1
2 การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล.....	3
2.1 โครงการโรงพยาบาลมิสซู.....	3
2.2 สภาพจิตใจของเด็กเจ็บป่วยและการอยู่โรงพยาบาล.....	11
3 การออกแบบโฆษณา.....	12
3.1 การสร้างสรรค์โฆษณา.....	12
3.2 กลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา.....	12
3.3 หลักการการสร้างสรรค์โฆษณา.....	14
3.4 กระบวนการของโฆษณา.....	16
3.5 ตัวอย่างโฆษณาที่ใช้ศึกษา.....	18
4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	25
4.1 ที่มา.....	25
4.2 กลุ่มเป้าหมาย.....	25
4.3 อินไซต์.....	25
4.4 สื่อการประชาสัมพันธ์.....	26
4.5 ปัญหา.....	26

บทที่	หน้า
5 การออกแบบ.....	27
5.1 แนวทางการออกแบบ.....	27
6 ผลงานสำเร็จ.....	49
6.1 ชุดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ .....	49
6.2 โลโก้โครงการ.....	52
6.3 หนังสือโฆษณา.....	53
7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	58
7.1 บทสรุป.....	58
7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	58
7.3 ข้อเสนอแนะ.....	58
7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	59
บรรณานุกรม.....	60
ประวัติผู้วิจัย.....	61



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและส่งต่ออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กิจกรรมอาสาสมัคร 1	5
2.2 กิจกรรมอาสาสมัคร 2	5
2.3 กิจกรรมอาสาสมัคร 3	6
2.4 กิจกรรมอาสาสมัคร 4	6
2.5 โลโก้โครงการ	7
2.6 โลโก้กระจกเงา	7
2.7 กิจกรรมอาสาสมัคร 5	10
2.8 กิจกรรมอาสาสมัคร 6	10
3.1 กรณีศึกษา 1	18
3.2 กรณีศึกษา 2	18
3.3 กรณีศึกษา 3	19
3.4 กรณีศึกษา 4	19
3.5 กรณีศึกษา 5	20
3.6 กรณีศึกษา 6	20
3.7 กรณีศึกษา 7	21
3.8 กรณีศึกษา 8	21
3.9 กรณีศึกษา 9	22
3.10 กรณีศึกษา 10	22
3.11 กรณีศึกษา 11	23
3.12 กรณีศึกษา 12	23
3.13 กรณีศึกษา 13	24
3.14 กรณีศึกษา 14	24
5.1 อ้างอิง 1	29
5.2 อ้างอิง 2	29
5.3 อ้างอิง 3	30
5.4 อ้างอิง 4	30
5.5 อ้างอิง 5	31
5.6 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่ 1	32
5.7 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่ 2	32
5.8 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่ 3	33
5.9 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่ 4	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและนำอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
5.10	34
5.11	35
5.12	36
5.13	37
5.14	38
5.15	38
5.16	39
5.17	39
5.18	40
5.19	40
5.20	41
5.21	41
5.22	42
5.23	42
5.24	43
5.25	43
5.26	44
5.27	44
5.28	45
5.29	45
5.30	46
5.31	47
5.32	48
6.1	49
6.2	50
6.3	51
6.4	52
6.5	53
6.6	54
6.7	55
6.8	56
6.9	57

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

“Happy hospital” หรือโครงการโรงพยาบาลมีสุข เป็นโครงการที่มีอยู่จริง เป็นหนึ่งในโครงการในการดูแลของมูลนิธิกระจกเงา เด็กเจ็บป่วยที่เข้ามา รับการรักษาในโรงพยาบาล ต้องอยู่ในความควบคุมดูแลของแพทย์พยาบาลและเจ้าหน้าที่ อื่นๆ การอยู่แต่ในโรงพยาบาลย่อมมีผล ต่อจิตใจของเด็กไม่มากนักน้อย เด็กที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเป็นเวลานาน อาจมีอาการ เหนงหงอย ไม่สดชื่น หวาดกลัว ว่าเหว เบื่อหน่าย และกังวล ซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นต่าง ๆ นี้จะมีผล ต่อพฤติกรรม และสภาพจิตใจเด็กโดยตรงจึงทำให้ทาง โครงการคิดที่จะรับอาสาสมัครเข้ามา เพื่อจัดกิจกรรมนันทนาการและกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ และอันเนื่องจากข้าพเจ้า ได้เคยมีโอกาส ได้เข้าไปจัดกิจกรรมกับเด็กในโรงพยาบาลมาบ้าง จึงสนใจและเห็นความสำคัญของโครงการนี้เป็นอย่างมาก

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข(happy hospital)
2. ศึกษาการออกแบบโฆษณา
3. เพื่อให้คนทั่วไปรู้จักและให้การสนับสนุนโครงการนี้มากขึ้น

#### 1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. คลิปโฆษณา
2. ชุดโปสเตอร์โฆษณา

#### 1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล
  - 1.1 โครงการโรงพยาบาลมีสุข
  - 1.2 สัมภาษณ์ผู้ดูแลโครงการและอาสาสมัคร
  - 1.3 การออกแบบโฆษณา
  - 1.4 สภาพจิตใจของเด็กที่เข้ารับการรักษา
  - 1.5 กลุ่มเป้าหมาย บุคคลทั่วไปที่รักเด็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น
  - 2.1 Insight ของอาสาสมัคร
  - 2.2 กลุ่มเป้าหมาย
  - 2.3 สิ่งที่โครงการต้องการ
  - 2.4 วางแนวทางการออกแบบ
3. การออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

#### 2.1 โครงการโรงพยาบาลมีสุข

##### 2.1.1 ที่มาของโครงการ

เด็กเจ็บป่วยที่เข้ามารับการรักษาในโรงพยาบาล ต้องอยู่ในความควบคุมดูแลของ แพทย์พยาบาลและเจ้าหน้าที่อื่นๆ ในสถานพยาบาลย่อมมีผลต่อจิตใจของเด็กมากบ้าง น้อยบ้าง เนื่องจากความสับสนวุ่นวายต่างๆ ที่ดำเนินไปรอบตัวเด็กที่ต้องจากบ้าน บางคนการไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกับพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง อาจทำให้เด็กมีความรู้สึกกลัว เหว่ บางคนอาจมีอาการเหงาหงอย ไม่สดชื่นเท่าที่ควรเด็กอาจเกิดความเครียดขึ้นได้เป็นผลมาจากปัญหาที่กล่าว มาแล้ว นั่นคือ ความเจ็บปวด ความอ่อนแอ ความหวาดกลัว ความสับสนวุ่นวายความว่าเหว่ ความเบื่อหน่าย และความวิตกกังวล ซึ่งความเครียดมีผลทำให้เด็กมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจากเดิมบางคนกลายเป็นเด็ก ซึมเศร้า บางคนก้าวร้าวเอาแต่ใจตัวเองผู้ปกครองบางคนถึงกับบอกว่าตั้งแต่เด็กป่วยและ มาอนโรงพยาบาลเด็กมีนิสัยเปลี่ยนไป เด็กต้องการการดูแลพิเศษจากครอบครัว และการที่ต้องดูแลเด็กในสถานที่ที่ไม่คุ้นเคย และต้องอยู่ในกฎระเบียบ ข้อบังคับของโรงพยาบาลอีกทั้งขาดความเป็นส่วนตัวและความสะดวกสบายจึงมักจะทำให้ผู้ดูแลเกิดความเครียด จากความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นกับเด็ก และซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ความคิดและพฤติกรรมในผู้ปกครอง/ผู้ดูแล การใช้การเล่นเป็นสื่อทำให้เด็กได้เรียนรู้และลิ้มความเจ็บป่วย และการจัดกิจกรรมนันทนาการจะทำให้เด็กได้รับความเพลิดเพลิน ลดความกลัวความเครียด และสามารถมีพัฒนาการต่อไปได้อย่างสมวัย ส่วนตัวผู้ปกครอง/ผู้ดูแล เองก็จะมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มากขึ้น เกิดร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ ได้เรียนรู้การดูแลสุขภาพเด็กและตนเอง แต่ด้วยภาระงานที่มากขึ้นและจำนวนเจ้าหน้าที่ลดลงจึงทำให้การจัดกิจกรรม นันทนาการและการทำกลุ่มผู้ปกครองจึงมีการทำไม่สม่ำเสมอในบางหอผู้ป่วยและบาง หอผู้ป่วยก็ไม่มีกิจกรรมเหล่านี้เลย

การดูแลด้านจิตใจทั้งเด็กและผู้ปกครองถูกลดความสำคัญลงเพราะต้องให้ความสำคัญกับโรคที่เด็กเป็นมากกว่า เจ้าหน้าที่ทำงานเป็นไปด้วยความเคร่งเครียดและความคาดหวังในผลงานของตน อีกทั้งการดูแลไม่ได้ทำเฉพาะตัวเด็กเท่านั้น จำเป็นต้องให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการดูแลเด็กและจะต้องทำงานบนความคาดหวังของทั้งผู้ป่วย ผู้ ปกครอง/ผู้ดูแลและผู้ร่วมงานอื่นๆ ทำให้บรรยากาศในโรงพยาบาลเต็มไปด้วยความเคร่งเครียดเอาจริงเอาจังกับทุก เรื่องโดยขาดผู้อื่นมาช่วยแบ่งเบาภาระงาน ทำให้เจ้าหน้าที่หลายคนขาดความสุขในการทำงานและเริ่มทำงานแบบประจำตามหน้าที่ไปเรื่อยๆ โดยขาดจิตวิญญาณของการดูแล ประกอบ กับช่วงหลังมีการ

ปฏิรูประบบประกันสุขภาพจนมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงปริมาณของ ผู้ป่วยมากขึ้นส่งผลให้บุคลากร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางการแพทย์ทำงานหนักมากขึ้น ทำให้มีเวลาให้กับการรักษาพยาบาลต่อผู้ป่วยหนึ่งคนน้อยลง โดยสภาพดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเกิดปัญหาความรู้สึกไม่พอใจในคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ บางครั้งถึงขั้นก่อให้เกิดการฟ้องร้องกัน

ซึ่ง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข หนุนโครงการอาสาสมัครในโรงพยาบาล ให้ผู้ที่มีน้ำใจช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ร่วมทำงานในโรงพยาบาล/สถานีนอนามัยในสังกัด เป็นการดำเนินงานยุทธศาสตร์สู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุข มีหลักคิดสำคัญว่า คนไทยไม่ทอดทิ้งกัน คนไทยอยู่ในสังคมที่เข้มแข็ง คนไทยเป็นคนมีคุณธรรม ทั้งนี้ ในการบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุข สถานบริการของรัฐทุกแห่งประสบปัญหาสำคัญ คือผู้ที่มารับบริการเพิ่มมากขึ้นขณะที่บุคลากรทุกระดับมีไม่เพียงพอให้ บริการ ทำให้ผู้บริการต้องรอนาน การบริการไม่ทั่วถึงอาจเกิดการกระทบกระทั่งกัน จนทำให้สัมพันธ์ภาพระหว่าง 2ฝ่าย แย่ลง ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขได้เปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา ประชาชน ที่มีน้ำใจช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อาสาเข้ามาทำงานในโรงพยาบาลหรือสถานีนอนามัยในสังกัด เรียกว่า “อาสาสมัครในโรงพยาบาล (อสร.พ.)”

งาน อาสาสมัคร เป็นช่องทางหนึ่งเพื่อส่งเสริมโอกาสนั้น และจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากมีกระบวนการจัดการให้สอดคล้องกับเวลาและความ เป็นจริงของชีวิตของคนในสังคม

การทำงานอาสาสมัครเป็นการยกระดับจิตใจ ช่วยให้ขัดเกลาตนเอง โดยการออกจากตนเอง เพื่อคนอื่น เพื่อสังคม ก่อให้เกิดคนดี กิจกรรมดี สังคมดี

จากประสบการณ์งานด้านอาสาสมัครของ “มูลนิธิกระจกเงา” ในหลายปีที่ผ่านมา โครงการครูบ้านนอก ศูนย์ประสานงานอาสาสมัครสีกา และ ศูนย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม โคลนถล่ม อุตรดิตถ์ ทำให้พบว่าคนในสังคมอยากออกมาเพื่อเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเพื่อหนุนเสริมแนวคิดการบริการด้วยหัวใจความเป็นมนุษย์ โรงพยาบาลจึงเป็นพื้นที่ใหม่ในงานดำเนินการอาสาสมัคร

แนวคิดของโรงพยาบาลมีสุข คือทำการปฏิบัติการ และ พัฒนาวีชีวิต รูปแบบ กิจกรรม การเพิ่มความสุข ลดความทุกข์ ลดความตึงเครียดลงในสภาพแวดล้อมของโรงพยาบาล โดยจะมีปัจจัยภายนอกเข้ามาสนับสนุนคือ อาสาสมัคร

แนว คิดเรื่องอาสาสมัครจากภายนอกที่เข้ามาหนุนเสริมในโรงพยาบาลมีสุขนั้นมาจาก ข้อเท็จจริงที่ทำให้เชื่อได้ว่าสภาพการดำเนินงานภายในปัจจุบันนี้ ขาดความหลากหลายด้านกรอบคิด วิธีการ การคิดนอกกรอบและบุคลากรที่มีความรู้สึกสดใหม่และมีพลังอยู่เสมอ เนื่องจากคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมเดิม ๆ นานๆ ความ กระตือรือร้นคงที่ และยังมีแนวโน้มลดลง ถ้ามีคนใหม่เข้ามาจะเกิดสภาพแวดล้อมใหม่ ทำให้มีแรงกระตุ้น คนนอกเข้ามาจะทำให้มีความกระตือรือร้นมากขึ้น ยังจะทำให้โรงพยาบาลเชื่อมโยงกับสังคมในมิติอื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่เป็นแค่สถานที่ให้บริการทางการแพทย์เท่านั้น สามารถเปิดให้บุคคลภายนอกเข้าไปมีบทบาทสนับสนุนในนามอาสาสมัคร



ภาพที่ 2.1 กิจกรรมอาสาสมัคร1

ที่มา [http://www.happyhospital.org/autopagev4/show\\_page.php?topic\\_id=1135&auto\\_id=5&TopicPk=](http://www.happyhospital.org/autopagev4/show_page.php?topic_id=1135&auto_id=5&TopicPk=)



ภาพที่ 2.2 กิจกรรมอาสาสมัคร2

ที่มา [http://www.happyhospital.org/autopagev4/show\\_page.php?topic\\_id](http://www.happyhospital.org/autopagev4/show_page.php?topic_id)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 กิจกรรมอาสาสมัคร3

ที่มา [http://www.happyhospital.org/autopagev4/show\\_page.php?topic\\_id](http://www.happyhospital.org/autopagev4/show_page.php?topic_id)



ภาพที่ 2.4 กิจกรรมอาสาสมัคร4

ที่มา [http://www.happyhospital.org/autopagev4/show\\_page.php?topic\\_id](http://www.happyhospital.org/autopagev4/show_page.php?topic_id)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 โลโก้กระจกเงา  
ที่มา : <https://goo.gl/images/sEB2z7>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.2 บทสัมภาษณ์ผู้ดูแลโครงการ

Q1 อาสาสมัครในที่นี่เป็นใครบ้างหรือคะ?

: ก็จะเป็นบุคคลภายนอก ทัวไป นักเรียนนักศึกษา

Q2 โครงการนี้ทำอะไรบ้างคะ?

: ทำงานอาสาสมัครในโรงพยาบาล เน้นกิจกรรมกับเด็กป่วยเป็นหลัก โดยภารกิจที่ทำเนี่ย ก็จะทำเพื่อ เพิ่มความสุขและลดความทุกข์ให้กับเด็ก กลุ่มเด็กที่เราทำเนี่ย จะมีสองส่วน แต่จะหนักไปทางเด็กป่วยเรื้อรัง เรื้อรังในที่นี้ก็คือนอนป่วยในโรงพยาบาลนานๆ เป็นมะเร็ง เป็นโรคหัวใจ เป็นโรคหนักอะคะ นอนโรงพยาบาล เดือน สองเดือน หลายอาทิตย์ หรือเป็นปี หรือบางคนก็อยู่ตั้งแต่เกิด เข้าออกโรงพยาบาลตลอด เหมือนเป็นบ้านหลังที่สอง จริงๆแล้วเนี่ยสิ่งที่ต้องการเลยก็คือ การเชิญชวน การรับอาสาสมัครเข้ามาทำงาน แต่ต้องเข้าใจด้วยว่า ไม่ใช่เข้ามาแล้วทำกับเด็ก ไม่เจอเด็กรู้สึกไม่ใช่ งานอาสาสมัครในโรงพยาบาลจริงๆแล้วทำได้หลายส่วน เมื่อเด็กมีความสุขรู้สึกดีใจอะ มันก็จะเป็นผลทำให้เค้าเนี่ย ให้ความร่วมมือในการรักษาดีขึ้น ผู้ปกครองก็รู้สึกชื่นใจ ไม่เครียด อาสาสมัครเข้าไปก็หนึ่งเนี่ยเพิ่มความสุข สองคือเหมือนเราไปเป็นสภาพแวดล้อมใหม่ ปกติอยู่โรงพยาบาลก็จะเจอแต่ ญาติ พ่อแม่ หมอ แต่พอสภาพแวดล้อมใหม่เข้าไปมันก็เหมือนแบบ อ้อ มันมีความแปลกใหม่เข้าไป ก็เลยเหมือนแบบเป็นตัวกระตุ้นคนในโรงพยาบาลเนาะ สามเนี่ยก็คือเป็นการเชิญชวนคนนอกเข้าไป มองพื้นที่โรงพยาบาลเป็นชุมชนนึง เป็นสังคมหนึ่งที่ คนทุกคนในสังคมสามารถเข้ามาช่วยแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงได้ จริงๆแล้วงานอาสาสมัครในโรงพยาบาลเนี่ย ก็เหมือนเราเข้าไปช่วยรักษาด้วยจิตใจ เพราะว่าหมอในระบบสาค่าก็จะรักษาด้วร่างกายเป็นหลักอยู่แล้ว ซึ่งมันก็ไม่ผิดนะ เค้ารู้แหละว่าเค้าต้องรักษาทางใจด้วย แต่ด้วยภาวะที่มัน เร่งด่วน คนไข้เยอะ ประกอบกับงานต่างๆเลยทำให้ละเลยด้านจิตใจไป ดังนั้นโครงการนี้เราจะเข้าไปทำ เครื่องมือก็คืออาสาสมัคร เครื่องมือของอาสาสมัครก็คือกิจกรรม เช่น กินกรรมพาเด็กป่วยไปเที่ยว ก็คือให้เค้าได้ออกไปจากบ้านหรือโรงพยาบาลบ้าง และกิจกรรมแจกของขวัญปีใหม่ เป็นการช่วยเจ้าหน้าที่แพทย์ทางอ้อม

Q3 จัดกิจกรรมบ่อยแค่ไหน?

: ทุกอาทิตย์ 4-5โรงพยาบาล และกำลังจะขยาย ทุกวันพุธ ที่โรงพยาบาลรามมา ศุภร์เช้า ที่โรงพยาบาล พระมงกุฎ ทุกวันอังคารไปที่โรงพยาบาลภูมิพล ส่วนโรงพยาบาลอื่นจะไปเดือนละครึ่ง

Q4 ถ้าจะทำประชาสัมพันธ์อยากให้เน้นเรื่องอะไร?

: ถ้าจะให้ทำประชาสัมพันธ์เนี่ยพีคิดว่าเรื่องอาสาสมัครเนี่ยสำคัญ เราจะสร้างความเข้าใจให้คนในสังคมยังงัวว่า อาสาสมัครเี่ย เข้าไปมันไม่ใช่ภาระ คือบางทีเหมือนว่าเราเป็นสิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แปลกปลอม เข้าไปในระบบโรงพยาบาล ซึ่งมันเป็นsystemที่แข็งแรง แล้วพอคนข้างนอกเข้าไป โดยไม่มีความรู้ บางทีก็จะถูกปฏิเสธ มันจะสร้างความเข้าใจยังไงให้เค้าเข้าใจ

Q5 ปัจจุบันมีอาสาสมัครประจำเยอะแค่ไหนคะ?

: ก็มีนะก็เป็นสิบคน จริงๆ ก็มากกว่านี้นะ แต่มันเป็นช่วงๆอะคะ แบบสามเดือนนี้เป็นกลุ่มนี้ อีกสามถัดไปก็จะเป็นอีกกลุ่มนึง ก็จะวนมาเรื่อยๆ ถามว่าตอนนี้ขาดอาสาสมัครไหม มันก็ไม่ได้ขาดนะ แต่ที่ขาดก็คือ คือวิธีการทำงานของพี่เนี่ย ถ้าเป็นOPDเนี่ย มาหนึ่งครั้งก็ได้ แต่ถ้าเป็น IPD ก็คือผู้ป่วยประจำเนี่ย พี่อยากจะให้เป็น อาสาสมัครประจำ การที่อาสาสมัครมาเป็นประจำเนี่ยมันก็จะมีความต่อเนื่องกับเด็กป่วยด้วยนะ มันจะได้ไม่ต้องทำความเข้าใจใหม่อะไรอย่างนี้ สอง ก็ไม่ต้องสอนงานใหม่ การที่มีอาสาสมัครประจำที่รื่องาน พัฒนาเป็นแกนนำ หรือสร้างศักยภาพได้ แต่ถ้าครั้งนึงมาๆ ก็ต้องสอนทุกครั้ง

Q6 อาสาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน?

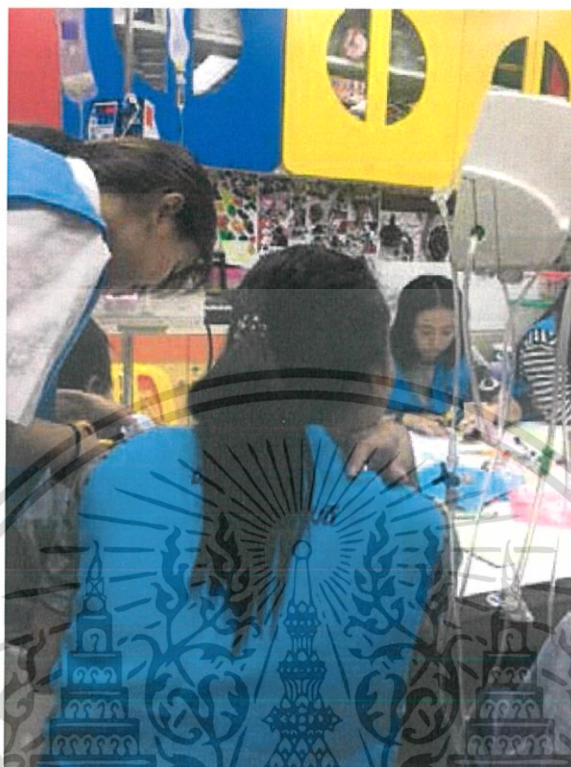
: วัยรุ่นก็มีคะ วันทำงานก็มี หลากหลาย เด็กที่ไปเมืองนอก พอกลับมาาก็จะมาทำ หรือคนที่ว่างวันพุธ ก็จะมาทุกวันพุธ ก่อนทำอาสาจะมีอบรมทุกครั้ง งานอาสาสมัครบ้านเราส่วนมากคือ มาครั้งเดียวก็เลิก มาถ่ายรูป เก็บคะแนนส่งครู จะทำยังไงให้คนมาทำอาสาสมัครประจำ และเข้าใจว่าแบบประจำเนี่ยมันส่งผลดีต่องานที่ทำยังไง และได้อะไร

Q7 กิจกรรมเป็นประเภทไหนบ้าง?

: ศิลปะ ดนตรี ประติรูป บางทีก็แค่เล่นเกมเศรษฐกิจ นั่งพูดคุย แคนนี่แหละ

Q8 เด็กที่เข้าร่วมกิจกรรมได้มีเงื่อนไขอะไรบ้าง?

: เด็กทุกคนที่อยู่ในโรงพยาบาลและสามารถมาร่วมกับเราได้



ภาพที่ 2.7 กิจกรรมอาสาสมัคร5



ภาพที่ 2.8 กิจกรรมอาสาสมัคร6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 สภาพจิตใจของเด็กเจ็บป่วยและการอยู่โรงพยาบาล

เด็กที่มีการเจ็บป่วยทางร่างกายจำนวนหนึ่งจะป่วยจนต้องมาโรงพยาบาลหรือต้องนอนรักษาตัวในโรงพยาบาลและจากที่ทราบกันดีว่าร่างกายมีความสัมพันธ์กับจิตใจ เมื่อเกิดการเจ็บป่วยทางร่างกายก็จะมีผลกระทบต่อจิตใจ ซึ่งอาจจะทำให้ลูกกลามาไปกระทบต่อสถาบันครอบครัวได้

### 2.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของเด็กเมื่อเจ็บป่วย

#### 1. ปัจจัยเกี่ยวกับเด็ก

- ระดับอายุและพัฒนาการด้านความคิด เด็กในแต่ละวัยมีความเข้าใจและการรับรู้แตกต่างกัน
- เด็กแรกเกิด-6 เดือน เด็กยังไม่สามารถแยกตนเองจากแม่ได้ ดังนั้นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเนื่องจากการได้รับการเลี้ยงดูที่เปลี่ยนแปลงไป
- เด็กอายุ 7 เดือน-2 ปี เด็กเริ่มจำแม่ได้ แยกแยะคนแปลกหน้าได้ จึงเริ่มวิตกกังวลเมื่อเจอคนแปลกหน้า
- เด็กอายุ 3 – 6 ปี เด็กมีความคิดว่าการเจ็บป่วยมีสาเหตุจากตนเอง เด็กอาจเชื่อว่าการเจ็บป่วยเป็นการลงโทษที่เขากระทำผิด เช่น ชน , ตี ไม่เชื่อฟัง ฯลฯ เขาสามารถหายได้โดยการทำตามกฎระเบียบ
- เด็กอายุ 12 ปีขึ้นไป เริ่มมีความเข้าใจกระบวนการเกิดโรคและการรักษา เด็กวัยนี้กังวลกับรูปร่าง ภาพลักษณ์ของตนเอง เริ่มมีความสนใจเพศตรงข้าม ต้องการความเป็นอิสระ และซึ่มเศร้าง่าย
- ลักษณะพื้นฐานทางอารมณ์และบุคลิกภาพ ลักษณะนี้ถูกกำหนดโดยพันธุกรรมและภาวะแวดล้อม
- ระดับสติปัญญา เด็กสติปัญญาต่ำไม่ค่อยเข้าใจสาเหตุของการเจ็บป่วย
- ประสบการณ์ของการเจ็บป่วยในอดีต

### 2.2.2 ปัจจัยเกี่ยวกับโรค

- ช่วงอายุที่เริ่มต้นเกิดโรคครั้งแรก เช่น เด็กเกิดมาไม่มีแขนย่อมมีผลกระทบต่อพัฒนาการของเด็กมากกว่าวัยรุ่นที่เกิดอุบัติเหตุเสียแขน
- ลักษณะของโรค ซึ่งมีผลต่อความเข้าใจ การยอมรับ และการปรับตัวของเด็กและครอบครัว เช่นโรคที่เกิดจากพันธุกรรม จะทำให้พ่อแม่รู้สึกผิด จนอาจจะไม่อยากมีลูกอีกเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การออกแบบโฆษณา

โฆษณา (Advertising) เป็นตัวกลางการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ต้องอาศัยกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative Strategy) และการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ (Creative Execution) ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อการสร้างเนื้อหาหรือรูปแบบการนำเสนอให้ได้ผลตอบรับกลับมาตามเป้าหมายของผู้โฆษณา

#### 3.1 การสร้างสรรค์งานโฆษณา

การสร้างสรรค์งานโฆษณาเป็นความพยายามในการใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ตลอดจนแนวคิดไปสู่ผู้บริโภคตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การโฆษณาจึงต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด ด้านผู้บริโภคและด้านสื่อโฆษณา เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการสร้างงานโฆษณาให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

#### 3.2 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategy) เป็นขั้นตอนในการสร้างงานโฆษณาที่มีคุณภาพ สามารถสร้างความแปลกใหม่ โดยใช้ความรู้ เหตุผล จินตนาการสร้างเอกลักษณ์และแนวความคิดที่เหมาะสม สร้างความรู้สึกต่อเนื่องและแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างความคิดหรือสิ่งของ ประเด็นสำคัญในการสร้างสรรค์งานโฆษณามีดังนี้

##### 1. การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร

การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร (Audience Characteristics) ซึ่งอาจเป็นผู้ฟัง ผู้อ่านหรือผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการโฆษณา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ผลิตภัณฑ์ (Product) และคู่แข่ง (Competitor)

##### 2. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Objective) สามารถกำหนดโดยถือเกณฑ์ 3 ด้านคือ

##### 2.1 วัตถุประสงค์ด้านการตลาด (Marketing Objective) โดยมุ่งที่จะกระตุ้นยอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขายจากผู้บริโภค พ่อค้าปลีก ตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขาย

2.2 วัตถุประสงค์ด้านพฤติกรรม (Action Objective) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองเช่น การทดลองใช้ การตัดสินใจซื้อหรือการซื้อในปริมาณที่มากขึ้น

2.3 วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยาและภาพพจน์ (Psychological and Image Objective) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ เกิดความรู้สึกที่ดีหรือเกิดความภาคภูมิใจเมื่อใช้สินค้า

### 3.แนวความคิดในการโฆษณา

การหาแนวความคิดหลักในการโฆษณา (Advertising Concept) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพื่อดึงความสนใจ สร้างปฏิกริยาและทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งขั้นได้แก่

3.1 จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Selling Promotion) หรือ USP ในการค้นหาจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยการค้นหาคุณสมบัติ ผลประโยชน์และจุดเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น เพื่อชี้ให้เห็นว่ามีความเหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร เช่น ความปลอดภัย ความคงทน ความสะดวก ความประหยัด

3.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) หมายถึงการกำหนดตำแหน่งของสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภคและเป็นคุณสมบัติที่ผู้บริโภคยอมรับได้ รวมทั้งยังมีลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งขั้นด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์อาจกำหนดได้จากราคากลุ่มเป้าหมาย ส่วนผสมผลประโยชน์หรือลำดับขั้นของผลิตภัณฑ์

3.3 การสร้างบุคลิกภาพในตราสินค้า (Brand Personality) เพื่อให้ตราสินค้ามีความเหมาะสมและแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งขั้น สะท้อนให้เห็นถึงความมั่นคงสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความจดจำในตราสินค้าและเกิดความภาคภูมิใจเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น

3.4 การสร้างภาพพจน์ในตราสินค้า (Brand Image) หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า ทางด้านคุณสมบัติ บุคลิก อารมณ์และการผสมผสานในจิตใจของผู้บริโภค การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์จะพัฒนาโครงสร้างด้านชื่อเสียงของตราสินค้า เช่น สายการบิน สถาบันการเงิน สุรา บุหรี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การสร้างเรื่องราวประจำตัวสินค้า (Inherent Drama) หมายถึง การสร้าง เรื่องราวประจำตัวสินค้าหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจติดตามและเกิดการซื้อ

#### 4. การจูงใจการโฆษณา

การจูงใจการโฆษณา (Advertising Appeals) หมายถึง หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองหรือสร้างอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังนี้

4.1 การจูงใจด้านเหตุผล (Rational Appeals) หมายถึง ลักษณะที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เหตุผลในการเป็นเจ้าของสินค้า โดยมีเนื้อหาที่ข้อเท็จจริงการเรียนรู้ หลักเหตุผลในการจูงใจเช่น รูปลักษณ์ ข้อดี ราคา ความนิยม

4.2 การจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional Appeals) เน้นการให้ข่าวสารที่มีได้มุ่งขายสินค้าโดยตรง เป็นการสร้างภาพพจน์และการตอบสนองความรู้สึกหรือทัศนคติเช่น การตอบสนองด้านความปลอดภัย ความรักในครอบครัวหรือการประสบความสำเร็จในชีวิต

4.3 การจูงใจด้านเหตุผลร่วมกับการจูงใจด้านอารมณ์ (Combining Rational Appeal and Emotional Appeals) คือ การใช้การจูงใจทั้งด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ร่วมกัน

4.4 การจูงใจด้านสังคม ศีลธรรมและสิ่งแวดล้อม (Social Morals and Environment Appeals) เป็นการเสนอข่าวสารเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเช่น การโฆษณาสถาบัน โฆษณารณรงค์ในเรื่องต่างๆ

#### 3.3 หลักการสร้างสรรคงานโฆษณา

งานโฆษณาเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ดีควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดโดยใช้หลัก AIDA MODEL ซึ่งทำให้เกิดผล 4 ประการ ดังนี้

##### 1. การดึงให้เกิดความตั้งใจ

การโฆษณาที่ดีต้องสามารถดึงดูดความสนใจ (Attention) ได้เช่น การใช้เสียงเพลงการใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. การทำให้เกิดความสนใจติดตาม

การโฆษณาต้องเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อทำให้เกิดความสนใจติดตาม (Interest)

## 3. การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

การเสนอจุดขายที่ชัดเจน แสดงให้เห็นความแตกต่างของการมีสินค้ากับการไม่มีสินค้าหรือความแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Desire) ในสินค้าหรือบริการนั้น

## 4. การกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

การโฆษณาต้องเชิญชวนให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการตอบสนอง (Action) โดยการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ หลักการสร้างสรรค้งานโฆษณาที่ทำให้หลัก AIDA MODEL มีความสัมฤทธิ์ผลควรมีลักษณะ ดังนี้

4.1 สร้างความไว้วางใจ การโฆษณาต้องให้ข้อเท็จจริง ไม่เกินจากความเป็นจริง โดยอาศัยสิ่งที่คนเชื่อถืออยู่แล้ว มาเป็นจุดขายในการโฆษณาเช่น มะนาวใช้ในการทำความสะอาดได้ แสดนเลสทำให้ไม่เกิดสนิม

4.2 มีแบบฉบับของตนเองที่แตกต่าง การโฆษณาต้องมีแบบฉบับของตนเองที่ไม่ซ้ำแบบใคร เมื่อผู้บริโภคดูแล้วจดจำได้ว่าเป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการใด

4.3 จุดขายที่ชัดเจนเพียงจุดเดียว การโฆษณาต้องสร้างจุดขายที่จูงใจและชัดเจนเพียงจุดเดียว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้

4.4 โฆษณาต้องน่าเชื่อถือ โฆษณานอกจากจะไม่เกินจริงแล้วยังต้องมีเหตุผลสนับสนุนจุดขายของโฆษณานั้นด้วย

4.5 โฆษณาต้องเข้าถึงความคิดและอารมณ์ การโฆษณาที่เน้นเหตุผลเพียงอย่างเดียว ไม่มีเรื่องของอารมณ์มาเกี่ยวข้องเลย อาจไม่ได้รับความสนใจหรือสร้างความต้องการได้ ส่วนโฆษณาที่ใช้อารมณ์เพียงอย่างเดียว ไม่มีเหตุผลมาจูงใจ ก็อาจไม่ได้ผลเช่นกัน

4.6 สะท้อนบุคลิกภาพของสินค้า การโฆษณาต้องแสดงออกซึ่งบุคลิกของสินค้าว่าเป็นสินค้าแบบไหนเช่น ความแข็งแรงทนทาน ขนาดที่เล็กกระทัดรัดรูปแบบที่ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7 สะท้อนตำแหน่งครองใจผลิตภัณฑ์ การโฆษณาต้องแสดงให้เห็นตำแหน่งครองใจของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนเช่น สบู่ชนิดนี้ใช้แก้ผิว สบู่ชนิดนี้ยับยั้งแบคทีเรียสบู่ชนิดนี้มีส่วนผสมของวิตามินอี

4.8 โฆษณาที่มีความกลมกลืน การโฆษณาต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ที่กลมกลืนกัน ทั้งภาพ เสียง สี ถ้อยคำ รวมทั้งการโฆษณาในทุกสื่อที่ใช้ด้วย การสร้างสรรค์งานโฆษณา เริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา โดยอาศัยพื้นฐานของการโฆษณา ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาจึงต้องพยายามค้นหาแนวทางในการสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการโฆษณา เพื่อให้การโฆษณานั้นมีสัมฤทธิ์ผลตามที่วางไว้

### 3.4 กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา

#### การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล (Immersion) เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการวิจัย เช่น ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ข้อมูลด้านผู้บริโภค ข้อมูลด้านการตลาด โดยทำการวิจัยดังนี้

- การวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Research) ในการโฆษณานั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่นักโฆษณาจะต้องทราบรายละเอียดทั้งหมดของตัวสินค้าและบริการในเชิงเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่งเช่น คุณลักษณะเฉพาะของสินค้า ขนาดบรรจุ ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า ราคา การนำไปใช้และจินตภาพของสินค้า
- การวิจัยผู้บริโภค (Consumer Research) เพื่อให้มีความเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิด และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักเช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา ขนาดครอบครัวลักษณะทางจิตวิทยา ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ เจตคติและวัฒนธรรม
- การวิจัยตลาด (Market Research) เพื่อให้ทราบถึงสภาพตลาดของคู่แข่งเช่น สภาพะของการแข่งขัน การวางตำแหน่งของสินค้า ระบบการจัดจำหน่าย ส่วนประกอบตลาด แนวโน้มของตลาด การเปลี่ยนแปลงของตลาด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด งบประมาณโฆษณาและระยะเวลา ของแผนรณรงค์ทางการโฆษณา

#### การแยกแยะข้อมูล

การแยกแยะข้อมูล (Digestion) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลในขั้นที่หนึ่งมา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แยกประเภทและวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสินค้าและบริการ ทั้งในทางบวก และทางลบ นอกจากนี้ยังต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นด้วย ทางด้านกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายต้องศึกษา วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการตัดสินใจ ชื่อและสิ่งจูงใจต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนทางด้านตลาดก็จะวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของตลาดสินค้าชนิดนั้นๆ ว่ามีแนวโน้มการขยายตัวหรือมี ปัญหาอุปสรรคอย่างไร ยิ่งได้ข้อมูลมากเท่าใดก็สามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี

### การใช้ความคิด

การใช้ความคิด (Incubation) โดยคำนึงถึงข้อมูลที่ได้ เพื่อเปลี่ยนแปลงข้อมูลเป็นแนวคิดในการโฆษณา ผู้โฆษณาต้องวางยุทธวิธีแผนรณรงค์โฆษณา(Advertising Campaign) ซึ่งประกอบด้วย 3 แผนคือ แผนงานตลาด แผนงานสร้างสรรค์และแผนงานซื้อสื่อโฆษณา โดยมีการกำหนดหลักกว้างๆ ไว้ว่าต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

### การสร้างความคิดให้กระจ่าง

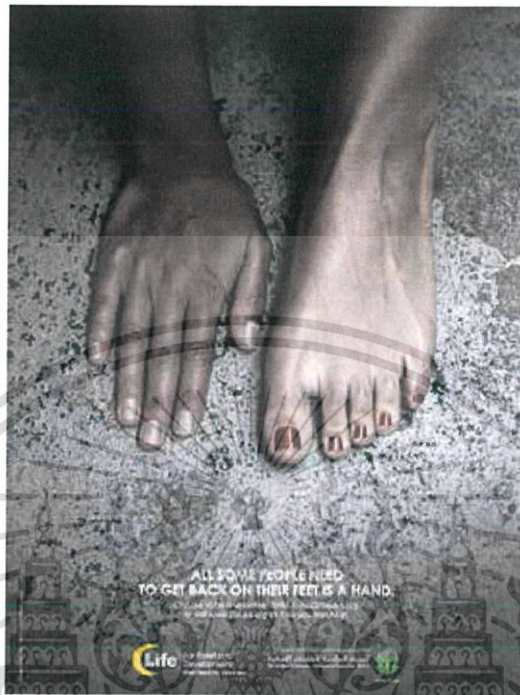
การสร้างความคิดให้กระจ่าง (Illumination) เป็นขั้นของการเกิดความคิดที่สำคัญในการโฆษณา รายละเอียดต่างๆ ที่วางไว้ในหลักการเช่น แผนงานตลาดจะมีการจัดสรรงบประมาณในการสร้างงาน ค่าสื่อโฆษณา ในด้านการสร้างสรรค์จะมีการสร้างเนื้อเรื่องตามแนวทางที่กำหนดไว้ ส่วนแผนงานซื้อสื่อโฆษณาจะกำหนดสื่อที่ใช้ เนื้อที่ ระยะเวลาการโฆษณาเพื่อให้ได้สื่อที่ดีเป็นเครื่องนำทางโฆษณาไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

### การสร้างให้เป็นจริง

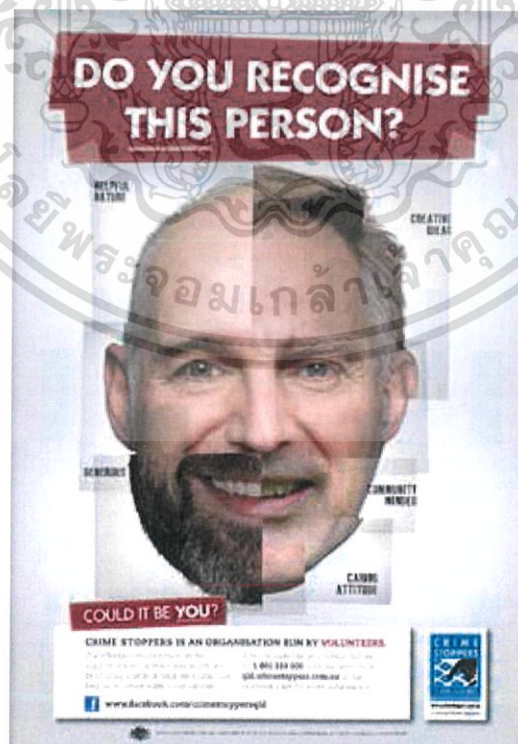
การสร้างให้เป็นจริง (Reality) หรือการพิสูจน์ว่าเป็นจริง (Verification) เป็นการใช้กลยุทธ์ (Strategy) และยุทธวิธี (Tactics) เพื่อให้ความคิดในงานโฆษณามีความสมเหตุสมผลและเป็นจริงขึ้นมา โดยทางบริษัทตัวแทนโฆษณาเริ่มปฏิบัติงานตามแผนที่ได้รับอนุมัติ ไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านสิ่งพิมพ์ บทโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง การถ่ายทำภาพยนตร์หรืองานส่งเสริมการขายอย่างอื่น รวมทั้งการซื้อสื่อโฆษณา แล้วจึงนำเสนอคณะกรรมการบริษัท เจ้าของสินค้า เพื่อพิจารณา อีกครั้งก่อนการเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 ตัวอย่างโฆษณาที่ใช้ศึกษา

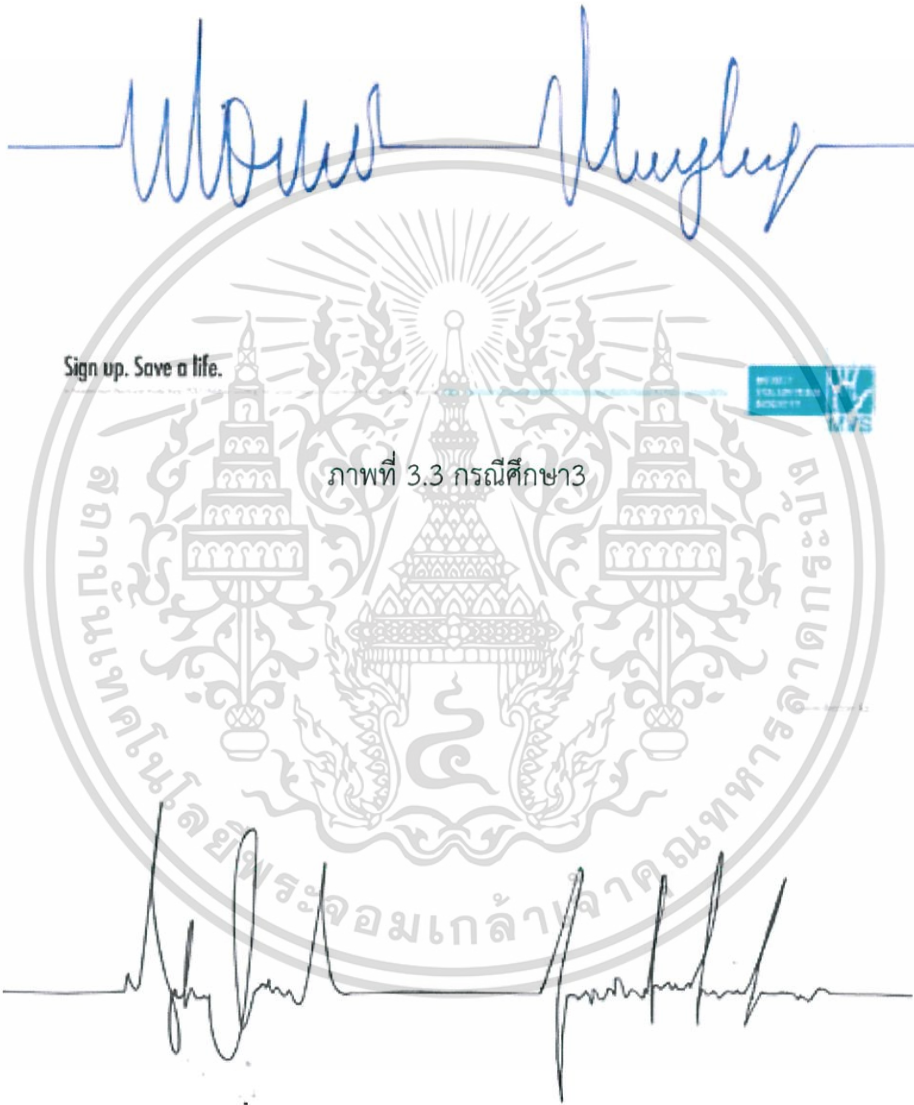


ภาพที่ 3.1 กรณีศึกษา 1



ภาพที่ 3.2 กรณีศึกษา 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



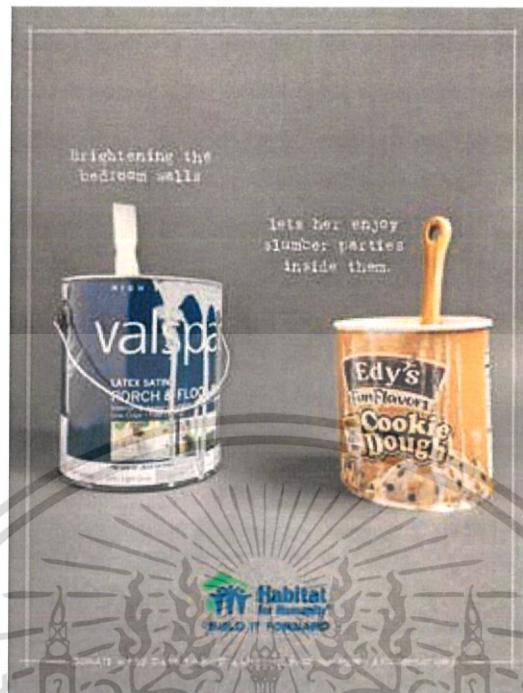
ภาพที่ 3.3 กรณีศึกษา3

Sign up. Save a life.



ภาพที่ 3.4 กรณีศึกษา4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.5 กรณีศึกษา5



ภาพที่ 3.6 กรณีศึกษา6

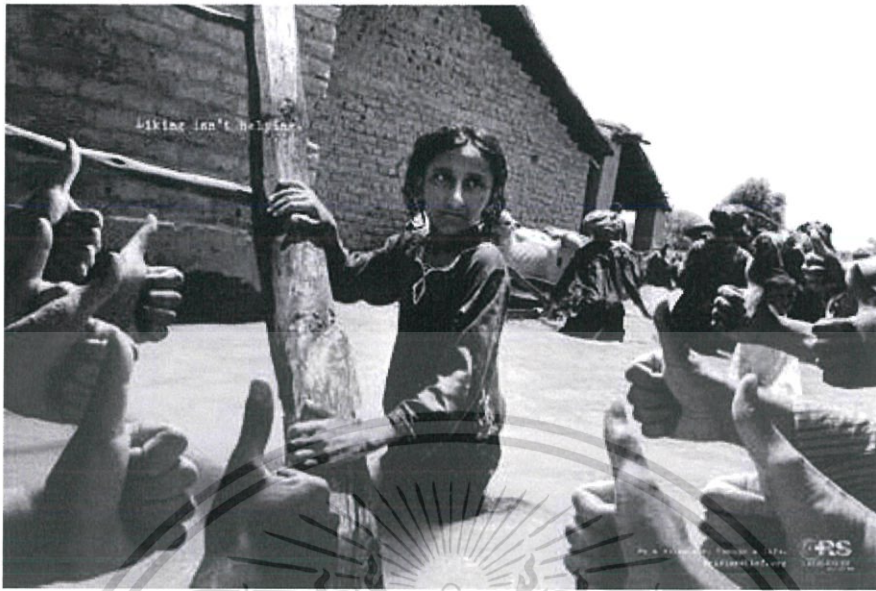
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.7 กรณีศึกษา 7

ภาพที่ 3.8 กรณีศึกษา 8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

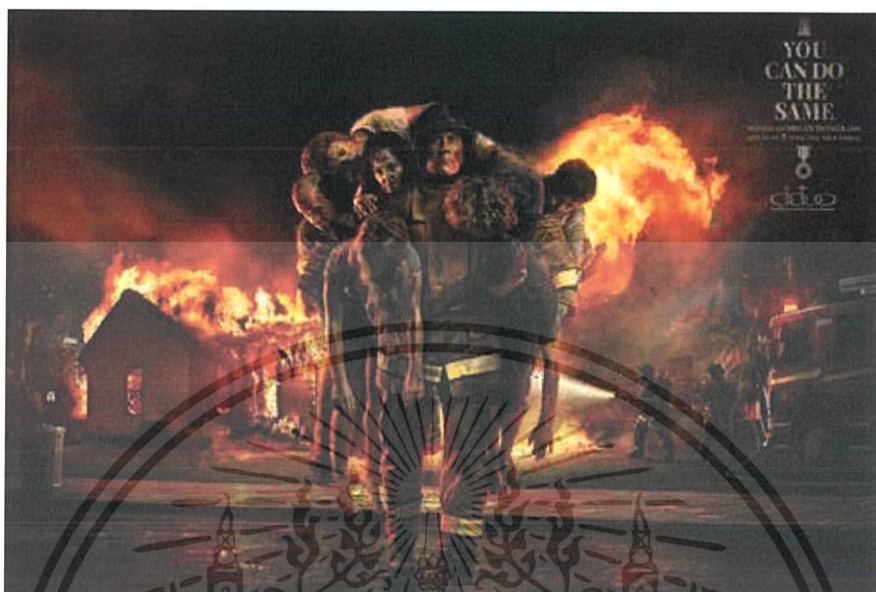


ภาพที่ 3.9 กรณีศึกษา 9

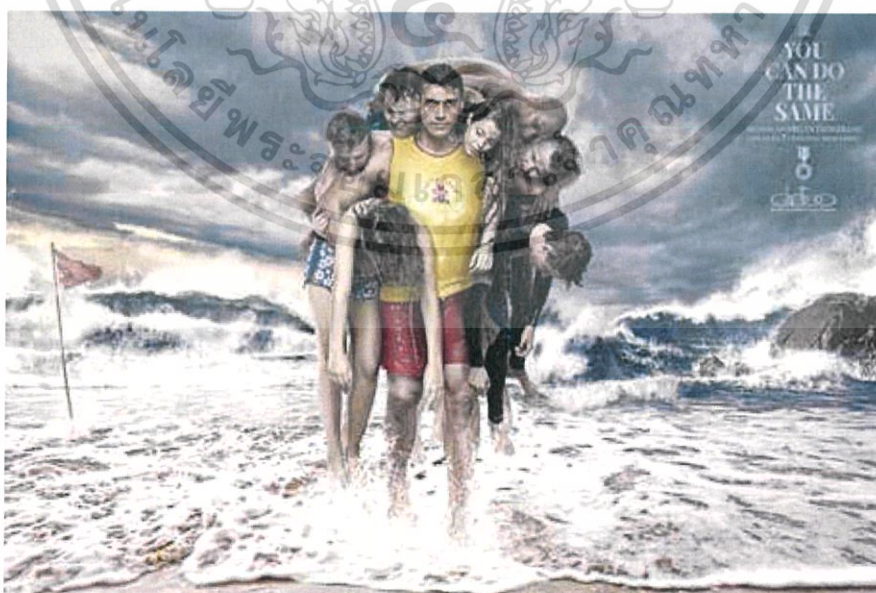


ภาพที่ 3.10 กรณีศึกษา 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

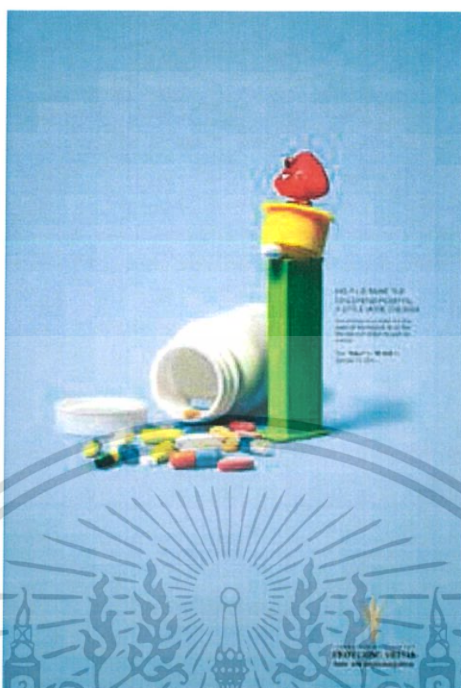


ภาพที่ 3.11 กรณีศึกษา 11



ภาพที่ 3.12 กรณีศึกษา 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.13 กรณีศึกษา 13



ภาพที่ 3.14 กรณีศึกษา 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

#### 4.1 ที่มา

“Happy hospital” หรือโครงการโรงพยาบาลมีสุข เป็นโครงการที่มีอยู่จริง เป็นหนึ่งในโครงการในการดูแลของมูลนิธิกระจกเงา เด็กเจ็บป่วยที่เข้ามา รับการรักษาในโรงพยาบาล ต้องอยู่ในความควบคุมดูแลของแพทย์พยาบาลและเจ้าหน้าที่ อื่นๆ การอยู่แต่ในโรงพยาบาลย่อมมีผล ต่อจิตใจของเด็กไม่มากนักน้อย เด็กที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเป็นเวลานาน อาจมีอาการ เหนงหงอย ไม่สดชื่น หวาดกลัว ว่าเหว่ เบื่อหน่าย และกังวล ซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นต่าง ๆ นี้จะมีผล ต่อพฤติกรรม และสภาพจิตใจเด็กโดยตรงจึงทำให้ทาง โครงการคิดที่จะรับอาสาสมัครเข้ามา เพื่อจัดกิจกรรม นันทนาการและกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้

#### 4.2 กลุ่มเป้าหมาย

บุคคลทั่วไปที่อายุประมาณ 20-30 ปี ชายและหญิง นิสัยร่าเริง เข้ากับคนได้ง่าย ใจดี ไม่ อารมณ์ร้อน และรักเด็ก

##### 4.2.1 พฤติกรรมการรับสื่อ

“ใช้สื่อใหม่ไว้ใจสื่อดั้งเดิม”

#### 4.3 insight

จากการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครของโครงการ ที่โรงพยาบาลราชวิถี และการสัมภาษณ์ ผู้ดูแลโครงการ อาสาสมัคร น้องๆที่ป่วย และกลุ่มเป้าหมาย จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มต่างๆ สามารถ วิเคราะห์ได้ว่า

##### • ผู้ดูแลโครงการ

- อาสาสมัครที่เข้าร่วมกิจกรรม มีจำนวนไม่น้อยที่ทำเพราะเพื่อต้องการรูปร่างเพื่อเป็น หลักฐาน ชั่วโมงจิตอาสาของมหาลัยหรือโรงเรียน
- คนทั่วไปไม่ค่อยรู้จักโครงการ แม้จะมีทั้งเฟสบุ๊คเพจและเว็บไซต์ เพราะยังไม่เคยมีการทำ โฆษณา

##### • อาสาสมัคร

- ต้องเป็นคนที่มีความว่าง และมีเวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง
- ต้องเป็นคนที่มาเพราะอยากมาจริงๆ ต้องการช่วยเหลือ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

##### • เด็กในโครงการ

- โดยนิสัยปกติแล้วของเด็กแล้ว มักจะรักสนุก เล่นช่น การเข้ามาอยู่ในโรงพยาบาลอาจทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รู้สึกหดหู่ เครียด หวาดกลัว ส่งผลต่อจิตใจและพฤติกรรมของเด็กโดยตรง

- กลุ่มเป้าหมาย(บุคคลทั่วไปที่รักเด็ก อายุ18-30 ปี)
- วัยนี้ไม่ใช่วัยที่จะสนใจเรื่องของคนอื่นมากนัก มักใช้เวลาไปกับการหาความสุขให้ตัวเอง ใช้เวลาว่างไปกับเพื่อน การท่องเที่ยว การทำอะไรใหม่ๆ

#### 4.4 สื่อการประชาสัมพันธ์ปัจจุบัน

- โปสเตอร์
- แผ่นพับ
- เว็บบ
- เฟสบุ๊ก

#### 4.5 ปัญหา

- ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี
- ขาดอาสาสมัครประจำ
- อาสาสมัครไม่ได้มาเพื่อเสียสละ แต่มาเพื่อเอาประโยชน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### การออกแบบ

#### 5.1 แนวทางการออกแบบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลโครงการโรงพยาบาลมีสุข อาสาสมัคร และจากเด็กๆในโรงพยาบาล รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัครในโครงการโรงพยาบาลมีสุข และข้อคิดเห็นเสนอแนะอื่นๆ ข้อมูลที่ได้มาสามารถนำมาใช้ในการวางแผนทางการออกแบบได้คือ ได้ทราบว่า

โดยทั้งนี้ลักษณะกลุ่มเป้าหมายหลักของการโฆษณานี้คือ บุคคลทั่วไป (อายุ 18 - 30 ปี) เป็นคนรักเด็ก มีบุคลิกร่าเริง เข้ากับคนได้ง่าย

โดยกำหนดแนวทางการออกแบบไว้ ดังนี้

#### 1. แนวทางการออกแบบ

##### 1.1 การช่วยเหลือที่ดีที่สุดคือการลงมือทำ

Target group คนรักเด็กอายุ 20-30 ปี

Insight คนเรารับรู้ถึงความทุกข์ของคนอื่น แต่ไม่เห็นถึงความสำคัญของอาสาสมัคร ไม่ค่อยมีคนรู้จักโครงการ เลยทำให้คนไม่มาสมัคร คนที่มาส่วนมากที่มาคือ มาเพื่อถ่ายรูป ส่งรายงาน เก็บชั่วโมงกิจกรรม

Tone and manner negative impact

Desired target perception

กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนใจที่จะมาทำอาสาสมัคร เข้าใจและเห็นถึงคุณค่าของงานอาสาสมัคร รู้จักว่าโครงการคืออะไร เป้าหมายคืออะไร ทำอะไรบ้าง

##### 1.2 อาสาสมัครคือผู้สร้างความสุข

Target group คนรักเด็กอายุ 20-30 ปี

Insight เด็กในโรงพยาบาล ในส่วนของ IPD (In patient department)

สิ่งที่เค้าจะเจอทุกๆวัน คือสภาพแวดล้อมเดิมๆ สถานที่เดิมๆ คือบนเตียง ในโรงพยาบาล พบผู้คนเดิมๆ คือ หมอ พยาบาล ผู้ป่วย ทำกิจกรรมเดิมๆ นอน รับการรักษา กินยา ส่งผลให้เกิดความซึมเศร้า หวาดกลัว และ จิตตก

Tone and manner negative impact

Desired target perception กลุ่มเป้าหมายเข้าใจชีวิตในโรงพยาบาลที่เด็กต้อง

เจอ เห็นถึงความสำคัญของอาสาสมัคร ที่สามารถสร้างรอยยิ้มให้เด็ก ทำให้เค้ามีสภาพจิตใจที่ดีได้

### 1.3 มาเล่นกันเถอะ

- Target group คนรักเด็กอายุ 20-30 ปี
- Insight เด็กที่ป่วยในโรงพยาบาล ไม่ว่าจะ เป็น IPD หรือ OPD ก็คือเด็กธรรมดาคนหนึ่ง ที่ชอบเล่นสนุก ชุกชน ช่างพูดช่างจา ต้องการความสนใจ แต่หมอและพยาบาลก็ต่างมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ อาจไม่มีเวลามาเล่นหรือพูดคุยกับเด็กๆ ตลอดเวลา
- Tone and manner funny positive excitement
- Desired target perception กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนใจที่จะมาทำอาสาสมัคร เข้าใจและเห็นถึงคุณค่าของงานอาสาสมัครว่าสามารถแบ่งเบาภาระของเจ้าหน้าที่ภายใน โรงพยาบาลได้ รู้จักว่าโครงการคืออะไร เป้าหมายคืออะไร ทำอะไรบ้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 1 มีการนำเสนอคอนเซ็ปต์ 3 แนวทางได้แก่

1. การช่วยเหลือที่ดีที่สุดคือการลงมือทำ
2. อาสาสมัครคือผู้สร้างความสุข
3. มาเล่นกันเถอะ

โดยมีreference คือ

1. การช่วยเหลือที่ดีที่สุดคือการลงมือทำ



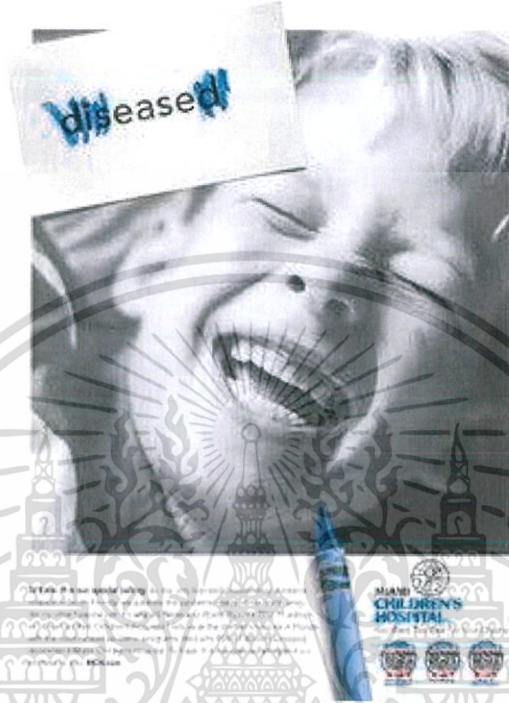
ภาพที่ 5.1 อ้างอิง1



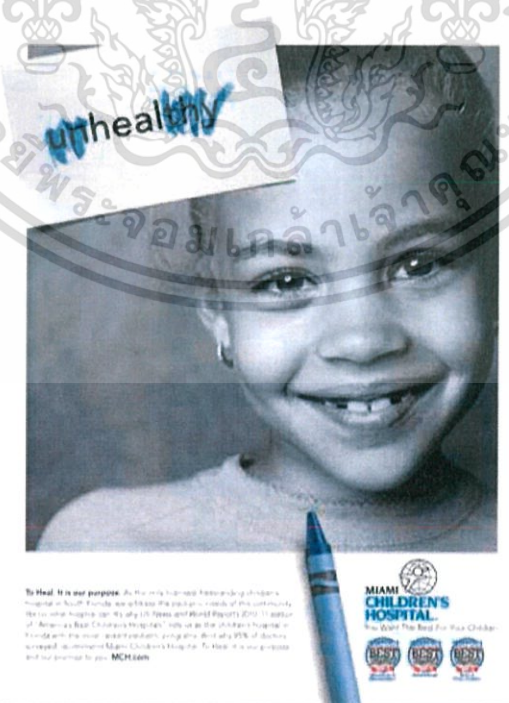
ภาพที่ 5.2 อ้างอิง2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อาสาสมัครคือผู้สร้างความสุข



ภาพที่ 5.3 อังอิง3



ภาพที่ 5.4 อังอิง4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. มาเล่นกันเถอะ



ภาพที่ 5.5 อ่างอิง5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 2 ได้นำบริฟและมู้ดแอนด์โทนมาสเกตเป็นโปสเตอร์  
แบบที่ 1



ภาพที่ 5.6 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่1

แบบที่ 2

ภาพที่ 5.7 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3



ภาพที่ 5.9 แบบร่างครั้งที่2 แบบที่4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

• โปสเตอร์  
แบบที่ 1



ภาพที่ 5.18 เล่าห์โปสเตอร์ แบบที่1

แบบที่ 2



ภาพที่ 5.19 เล่าห์โปสเตอร์ แบบที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 3



ภาพที่ 5.20 เลื่อนโปสเตอร์ แบบที่3

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 จากคอมเมนต์ของกรรมการในการส่งแบบร่างครั้งที่ 4 ทำให้ตัดสินใจเลือกเลื่อนโปสเตอร์แบบที่2 และสตอรี่บอร์ดแบบที่สอง โดยครั้งนี้ ได้นำเสนอโปสเตอร์แบบสมบูรณ์ โดยเปลี่ยนก๊อปปี้เป็นภาษาไทยเพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับสถิติของอาสาสมัครในไทยลงในโปสเตอร์ตามที่คณะครูที่ปรึกษาคอมเมนต์ รวมทั้งได้ทำการแคสติ้งนักแสดง และถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาเป็นที่เรียบร้อย การนำเสนอครั้งนี้จะเป็นการนำฟุตเทจมาเรียงเป็นสตอรี่บอร์ดให้ดูเพื่อให้เห็นภาพ



ภาพที่ 5.21 ขั้นตอนการถ่ายทำ2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.22 แคสติ้ง1



ภาพที่ 5.23 แคสติ้ง2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

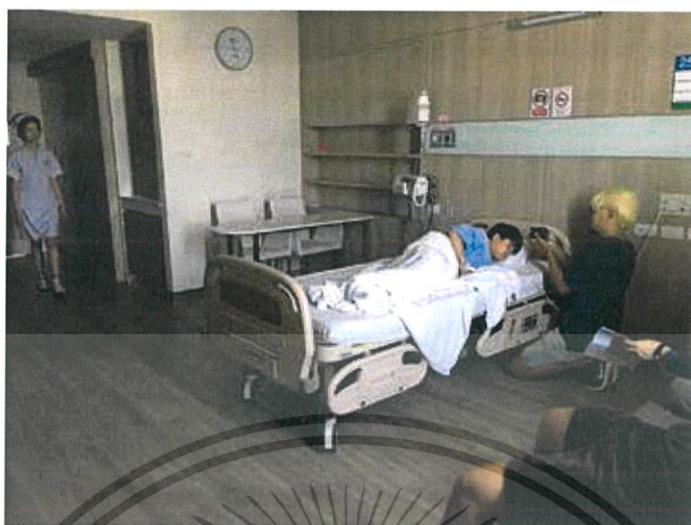


ภาพที่ 5.24 แคสติ้ง3



ภาพที่ 5.25 ขั้นตอนการถ่ายทำ3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.26 ขั้นตอนการถ่ายทำ4



ภาพที่ 5.27 ขั้นตอนการถ่ายทำ5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

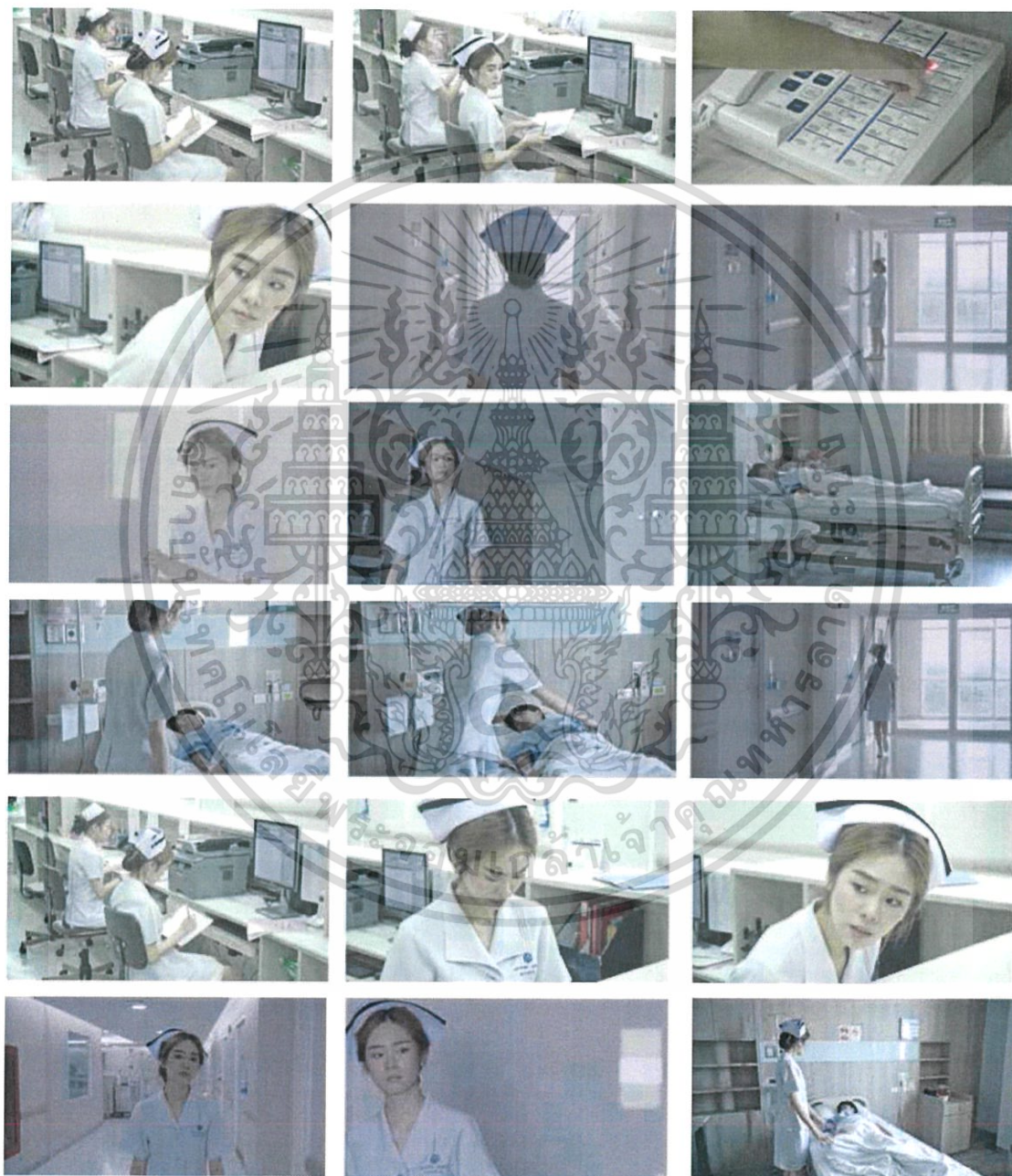


ภาพที่ 5.28 ขั้นตอนการถ่ายทำ6



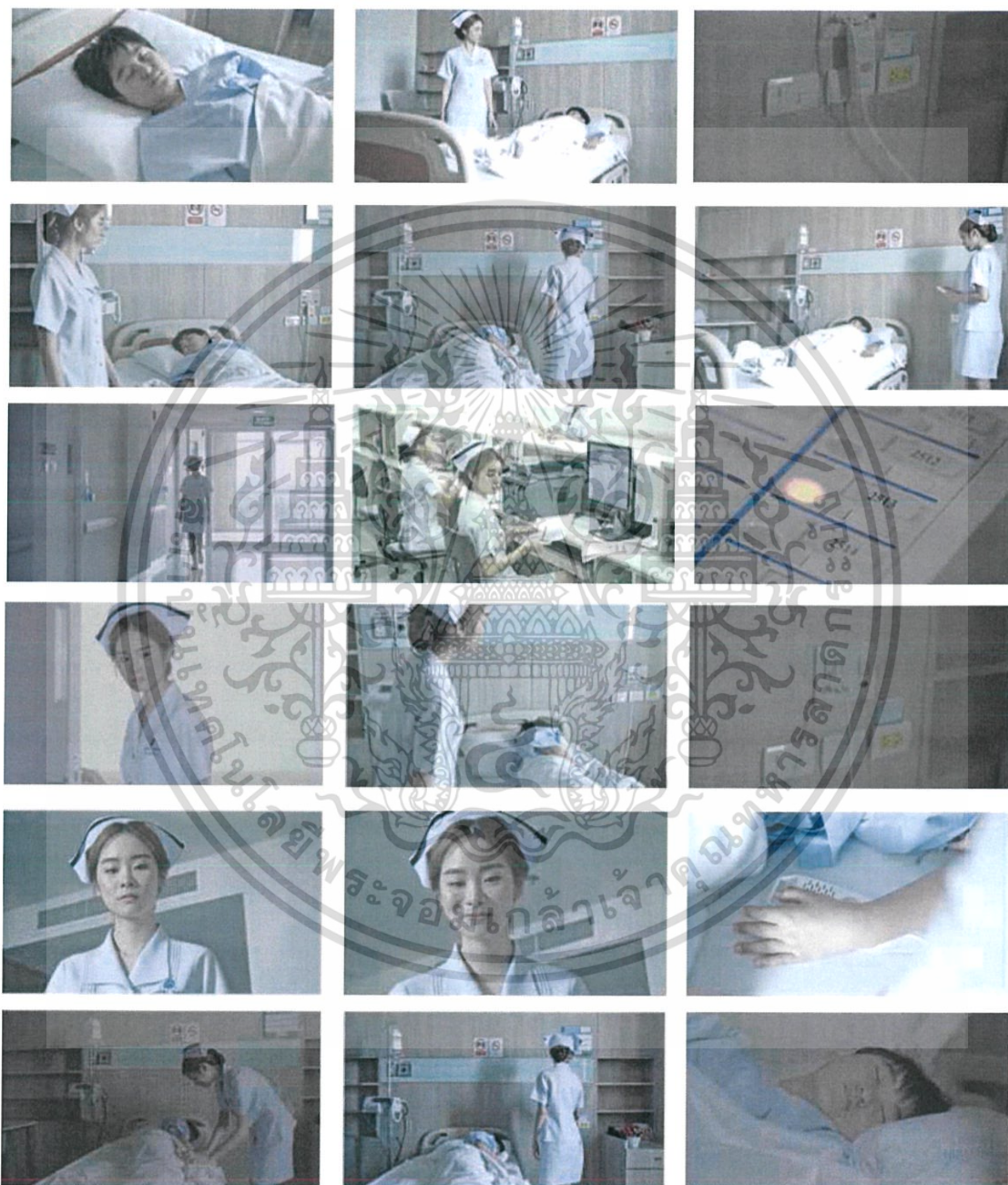
ภาพที่ 5.29 ขั้นตอนการถ่ายทำ7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.30 สตอร์บอร์ด1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.31 สตอรี่บอร์ด2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.32 สตอรี่บอร์ด3

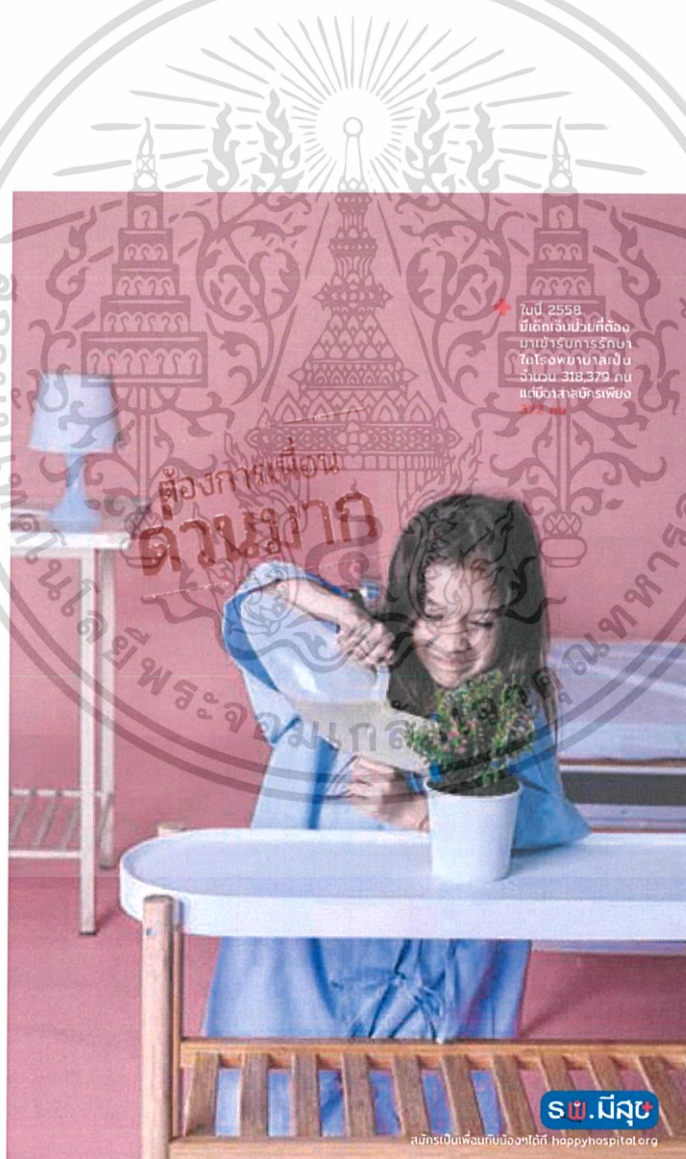
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานสำเร็จ

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับ สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามขอบเขตงาน  
ดังนี้

#### 6.1 โปสเตอร์



ภาพที่ 6.1 โปสเตอร์สำเร็จ1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



✚ เมื่อเกิดการเจ็บป่วยทางร่างกาย จะมีผลกระทบต่อจิตใจ ถึงวิตกกังวล โรคนิ่วเศร้า โรคเครียด การขูดเกล็ดและเดบิลของ ความตั้งใจการแก้ไขก็อาจ จึงสำคัญอย่างยิ่ง

เพื่อน  
ดี  
ตัว  
จริง  
มาก

รพ. มีสุข

สมัครเป็นเพื่อนกับน้องๆได้ที่ [happyhospital.org](http://happyhospital.org)

ภาพที่ 6.2 โปสเตอร์สำเร็จ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.3 โปสเตอร์สำเร็จ3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 โลโก้



ภาพที่ 6.4 โลโก้สำเร็จ



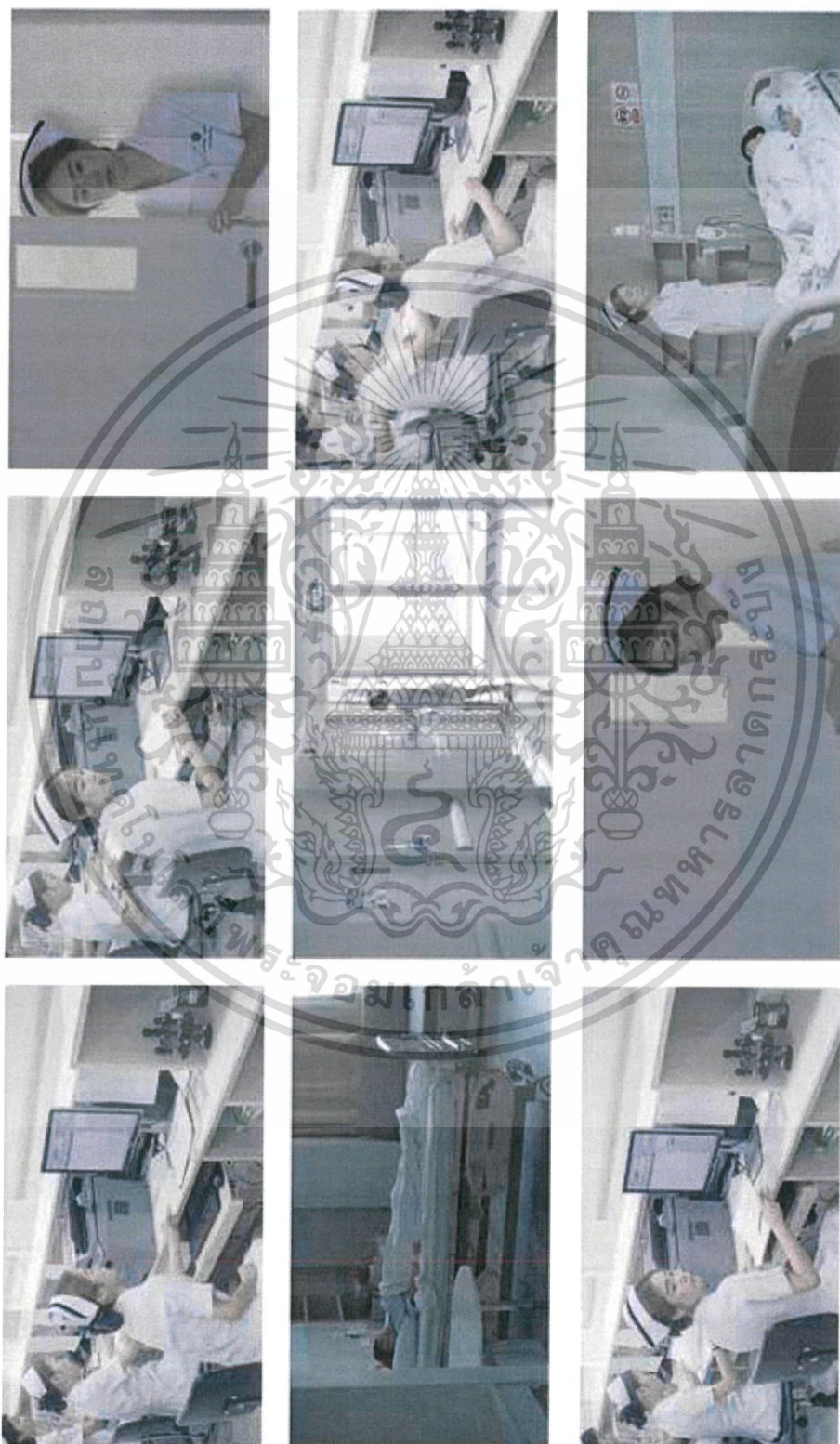
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 6.3 คลิปโฆษณา



ภาพที่ 6.5 สตอริบอร์ดสำเร็จ1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



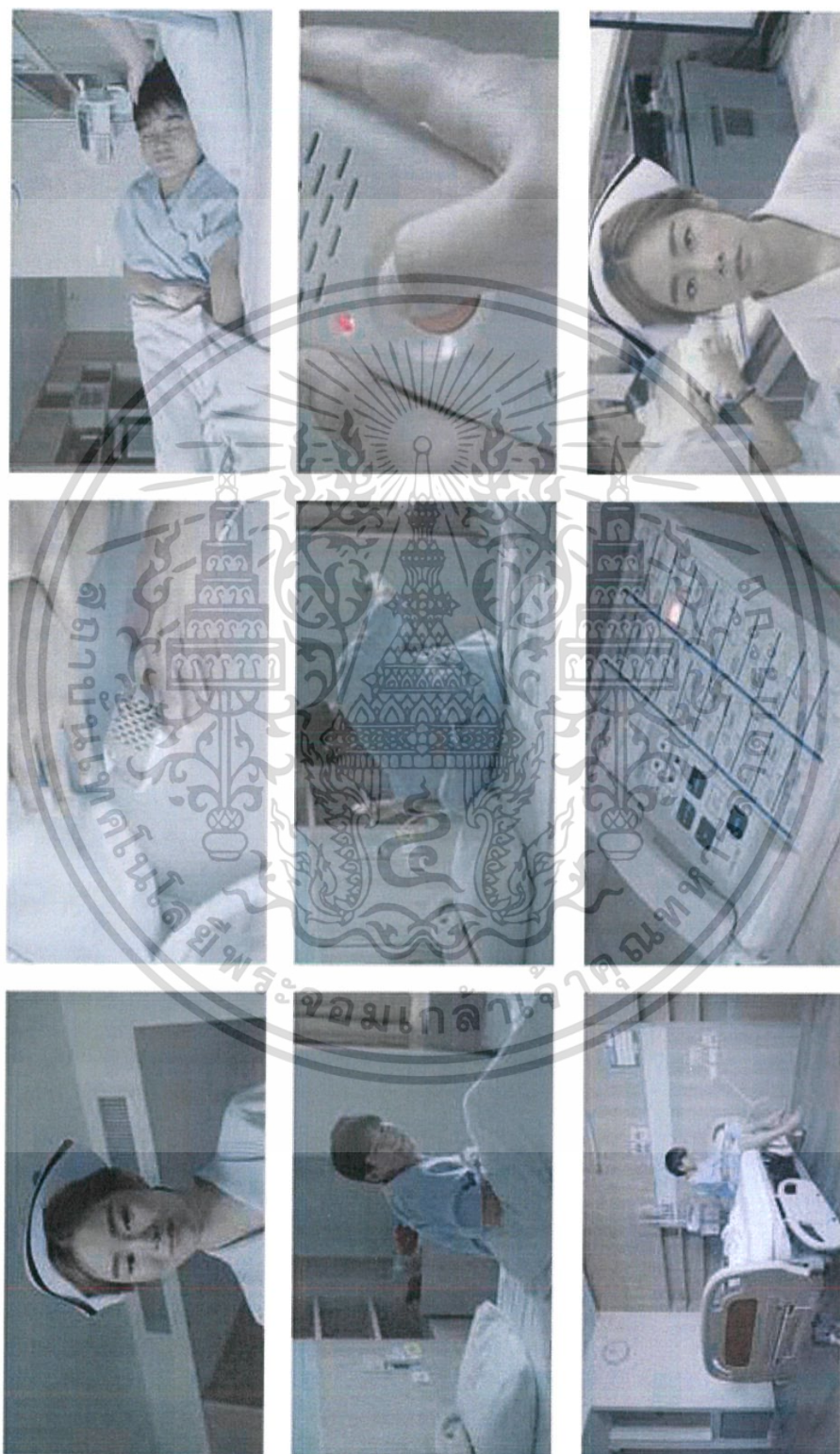
ภาพที่ 6.6 สตอร์บอร์ดสำเร็จ2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 สตอริบอร์ดสำเร็จ3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.8 สตอรี่บอร์ดสำเร็จ4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.9 สตอรี่บอร์ดสำเร็จ5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุป

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโรงพยาบาลมีสุข สำเร็จและบรรลุเป้าหมาย ตอบสนองการใช้งานที่ได้ตั้งเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง หรือกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ก็ตาม แม้ในบางส่วนของงานจะยังบกพร่อง ไม่ได้แก้ไขมากเท่าที่ควร แต่โดยรวมแล้วก็สามารถบอกเล่าถึงเมสเสจที่ต้องการจะบอก ว่าโครงการต้องการอาสาสมัคร ออกไปได้ดี สื่อถึงความสนุกสนานสดใส ตามคอนเซ็ปท์ที่ตั้งไว้

#### 7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการทำโฆษณาให้กับโครงการโรงพยาบาลมีสุข เกิดปัญหาและพบข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. แรกเริ่มในการศึกษาข้อมูลในโรงพยาบาลจริงๆ มีปัญหาเรื่องการเก็บข้อมูลโดยภาพถ่ายหรือวิดีโอ เพราะเป็นกฎหมายคุ้มครองเด็ก ห้ามถ่ายรูปเด็กที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล การจะเก็บภาพเหตุการณ์จริงๆ จึงไม่สามารถทำได้เลย
2. การสร้างความลงตัวให้งานโฆษณา ภาพรวมออกมาให้สื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์ได้ เป็นอีกปัญหาหนึ่ง พบว่าการลองทำแบบร่างให้หลายๆ สามารถช่วยได้ในระดับหนึ่ง ทำให้ได้ทดลองหลายๆ แนวทาง แนวทางใดยังใช้ไม่ได้ก็แก้ไขทำแบบร่างใหม่ จนสามารถทำงานได้สำเร็จ
3. ขาดความรู้เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ และภาพนิ่ง การทำงานครั้งนี้ จึงได้ขอความช่วยเหลือจาก เพื่อนภาคถ่ายภาพ และ ภาพยนตร์ ทำให้ได้ศึกษา และเข้าใจกระบวนการมากขึ้น
4. การที่เป็นโครงการที่มีอยู่แล้วจริงๆ จึงทำให้ต้องคิดหนักว่าจะทำอะไร ให้สื่อที่จะทำออกมา ดีกว่าของต้นฉบับ

#### 7.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างละเอียด และทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อนออกแบบ
2. การทำแบบสำรวจ มีส่วนช่วยในการกำหนดแนวทางการออกแบบได้อย่างมาก ใช้เป็นเหตุผลในการนำเสนอแบบร่างได้

3. การวางแผนกำหนดขั้นตอน รวมไปถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล ทำแบบร่าง และ

ทำงานจริง ควรทำอย่างละเอียด หากเป็นไปได้ให้กำหนดว่าในแต่ละสัปดาห์งานต้องเสร็จจุล่งเท่าไร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อจะได้เผื่อเวลาเอาไว้แก้ไขงาน หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำงานได้ทันเวลา

4. ขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการผลิต เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน ตั้งแต่การเตรียมไฟล์ ไปจนถึงการพิมพ์ผลิตผลงานจริง เป็นส่วนที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

#### 7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พบปัญหาในการทำงาน และรู้จักตัวเองมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาเรื่องการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนงาน

2. ประเด็นในการศึกษา หรือโครงการที่ศึกษาที่จะต้องหาข้อมูลมากมาย ทำให้มีความรู้เรื่องที่ศึกษามากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

ข้อมูลโครงการโรงพยาบาลมีสุข(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560.

<http://www.happyhospital.org>

สภาพจิตใจของเด็กที่เข้ารับการรักษา(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2560.

[doctordek.com/index.php/ความรู้โรคหัวใจในเด็ก/.../41-33](http://doctordek.com/index.php/ความรู้โรคหัวใจในเด็ก/.../41-33)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นันทิชา พันธุ์เพ็ง

ที่อยู่

19/42 หมู่บ้านชลิตา เขตทวีวัฒนา กทม 10170

การติดต่อ

E - mail : ntchp.f@gmail.com

Tel. : 081-811-9562

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2550 (ปีการศึกษา 2549)

ประถมศึกษา โรงเรียนราชวินิต

พ.ศ.2556 (ปีการศึกษา 2555)

มัธยมศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดนายโรง

พ.ศ.2560 (ปีการศึกษา 2559)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้