สื่อแคมเปญโฆษณา
เพื่อรณรงค์ให้นายจ้างรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน
INVISIBLE EMPLOYEE ADVERTISEMENT CAMPAIGN

บุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์
BOONYAVEE WATTANANITIWONG

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อแคมเปญโฆษณา
เพื่อรณรงค์ให้นายจ้างรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน
INVISIBLE EMPLOYEE ADVERTISEMENT CAMPAIGN

บุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์
BOONYAVEE WATTANANITIWONG

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ สื่อแคมเปญโฆษณาเพื่อรณรงค์ให้นายจ้างรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน
INVISIBLE EMPLOYEE ADVERTISEMENT CAMPAIGN

นักศึกษา นางสาวบุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์
รหัสประจำตัว 62020253
หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ อาจารย์ภาพแพรว รัตรสาร

( )
อาจารย์ที่ปรึกษา
วันที่ 5 **เดือน** ก.ค. **พ.ศ.** 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	สื่อแคมเปญโฆษณาเพื่อรณรงค์ให้นายจ้างรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน
นักศึกษา	นางสาวบุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์
รหัสประจำตัว	62020253
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	อาจารย์ภาพแพรว รัตรสาร

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน ผู้พิการทางสายตาถูกลดหย่อนคุณค่า ถูกเหมารวมทางความสามารถว่าไม่สามารถทำงานหรือทำสิ่งต่างๆที่คนตาดีทำได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วคนตาบอดสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี เพียงแค่มีวิธีการทำงานที่แตกต่างออกไป และสามารถทำงานได้เทียบเท่าคนตาดีและหลากหลายอาชีพ ดังนี้ผู้จัดทำจึงต้องการศึกษาการออกแบบโฆษณาเพื่อสร้างความตระหนักในการให้โอกาสผู้พิการทางสายตาในการทำงาน โดยมุ่งสื่อสารไปที่กลุ่มนายจ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ภาพแพรว รัตรสาร ที่ให้ความอนุเคราะห์รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การช่วยเหลือในการทำศิลปนิพนธ์ รวมถึงสอนวิธีการทางานที่ดีทำให้ผู้วิจัยรู้จักพัฒนาตนเองในด้านการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์ที่ให้คำแนะนาและแนวทางในการปรับปรุงศิลปนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ขอขอบคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่สั่งสอนวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ และนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ในการทำวิจัยนี้

ขอขอบคุณ คุณโสภณ ทับกลอง ผู้แสดงในงานโฆษณาของข้าพเจ้า และผู้ให้สัมภาษณ์รวมถึงให้ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา เช่นเรื่องการทำงานของคนตาบอด มุมมองที่คนตาบอดเจอผ่านมุมมองของคุณโสภณ ซึ่งเป็นประโยชน์ให้ข้าพเจ้าเป็นอย่างมากในการต่อยอดและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการทำศิลปนิพนธ์จนสำเร็จ

ขอขอบคุณอาจารย์ ดำเกิง มุ่งธัญญา สำหรับข้อมูลต่างๆ และการให้สัมภาษณ์ข้อมูลในการทำอาชีพคุณครู และข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เจอในการทำงาน รวมถึงมุมมองต่างๆในการทำงานผ่านมุมมองของผู้พิการทางสายตา

ขอขอบคุณ งาน Bangkok for all สำหรับความรู้ต่างๆเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตารวมถึงผู้พิการในด้านต่างๆ แหล่งศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา

ขอขอบคุณเพื่อนๆกลุ่มใจสั่งให้โดด สำหรับความช่วยเหลืออย่างมาก การให้คำปรึกษา ประสบการณ์ต่างๆ ในชีวิตมหาวิทยาลัย ไม่ว่าสุขหรือทุกข์ และการฝ่าฟันอุปสรรคการทำงานที่ได้รับ

ขอขอบคุณเพื่อนๆสาขาวิชานิเทศศิลป์ทุกคน สำหรับกำลังใจ คำปรึกษา ในการทำงาน รวมถึงการช่วยเหลือต่างๆไม่ว่าน้อยหรือมาก

ขอขอบคุณภาควิชานิเทศศิลป์ เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและข่าวสารเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ นางรัสรินทร์ วัฒนะนิธิวงศ์ สำหรับการสนับสนุนค่าเล่าเรียน และค่าอุปกรณ์ต่างๆในการศึกษา ค่าใช้จ่ายต่างๆ และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการทำศิลปนิพนธ์ชินนี้

ขอขอบคุณ นางสาว ฉัตร์รวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์ สำหรับความช่วยเหลือในการหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา และคำปรึกษาในการทำงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้

บุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ III
กิตติกรรมประกาศ IV
สารบัญ V
สารบัญตาราง VIII
สารบัญรูป XIII
บทที่ 1 บทนำ 1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ 1
1.3 ขอบเขตของการโครงการ 1
1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย
1.3.2 จำนวนชิ้นงาน
1.4 ขั้นตอนของการศึกษา 2
1.4.1 ศึกษาอาการตาบอกของผู้พิการ
และความสามารถของผู้พิการทางสายตาแต่ละประเภท
1.4.2 สอบถามข้อมูลกับผู้พิการทางสายตาและผู้ใกล้ชิด
1.4.3 หาข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา
1.4.4 ศึกษาหาข้อมูลและวิเคราะห์ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมาย
1.4.5 การศึกษาและออกแบบในส่วนโฆษณา 3
1.4.6 การศึกษาและออกแบบในส่วนเล่มบุ๊คเลท 3
1.5สิ่งที่จะคาดหวังว่าจะได้รับ 3

บทที่ 2 การออกแบบแคมเปญโฆษณา 4
2.1 แคมเปญโฆษณา คืออะไร
2.2 กลุ่มเป้าหมาย 4
2.3 สื่อในแคมเปญ 4
2.3.1 สื่อโทรทัศน์ 5
2.3.2 สื่อวิทยุ 6
2.3.3 สื่อสิ่งพิมพ์ 7
2.3.4 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 คนตาบอดและการทำงาน....14
3.1 ประเภทการมองเห็นของผู้พิการทางสายตา....14
3.1.1 คนตาบอดสนิท 14
3.1.2 ภาวะสายตาเลือนราง 14

3.1 จำนวนผู้พิการทางสายตาวัยทำงานในประเทศไทย....14
3.3 ความกลัวของนายจ้างที่ยังไม่เคยจ้างผู้พิการทางสายตา 15
วิธีการเดินทางต่างๆของผู้พิการทางสายตา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3.4 ความเห็นของนายจ้าง ที่เคยจ้างผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน....16
3.5 การทำงานด้วยสมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์ ของผู้พิการทางสายตา....17
3.6 วิธีการเดินทางของผู้พิการทางสายตา และสิ่งอำนวยสะดวกต่างๆ 17
3.6.1 การขึ้นรถสาธารณะ 17
3.6.2 การเดินทางเท้า 18
3.6.3 ไม้เท้าขาว 19
3.7 วิธีปฏิบัติกับผู้พิการทางสายตา 20
3.7.1 สิ่งที่ควรปฏิบัติกับผู้พิการทางสายตา....20
3.7.2 สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติกับผู้พิการทางสายตา 21

บทที่ 4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น....22
4.1 ผลการสัมภาษณ์และการหาข้อมูล....22
4.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย....22
4.3 แนวทางในการคิดโฆษณา และการเล่าเรื่อง....22
4.4 การคิดชื่อแคมเปญ....31
4.5 สื่อต่างๆ ในแคมเปญ 31

บทที่ 5 การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง....32
5.1 แนวคิดในการออกแบบ 32
5.2 โลโก้ 32
5.3 วิดีโอโฆษณา 34
5.3.1 ชื่อเรื่องของคลิปโฆษณา....34
5.3.2 เนื้อเรื่องและการเล่าเรื่องของคลิปโฆษณา....34
5.4 บุ๊คเลท....39
5.5 โปสเตอร์....40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

รูปที่ หน้า

2.1 สื่อโทรทัศน์....5
2.2 สื่อวิทยุ....6
2.3 สื่อสิ่งพิมพ์ 1....7
2.4 สื่อสิ่งพิมพ์ 2....8
2.5 สื่อสิ่งพิมพ์ 3....9
2.6 สื่อสิ่งพิมพ์ 4....10
2.7 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 1....11
2.8 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 2....12
2.9 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 3....13
3.1 แบบสอบถามนายจ้างที่เคยรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน....16
3.2 ภาพตัวอย่างอิฐเบรลล์บล็อก....18
3.3 ไม้เท้าขาว....19
4.1 สตอรี่บอร์ดร่างของวิธีเล่าในแบบที่ 1 ครั้งที่ 1....24
4.2 สตอรี่บอร์ดร่างของวิธีเล่าในแบบที่ 1 ครั้งที่ 2....25
4.3 แบบร่างโปสเตอร์ของวิธีเล่าในแบบที่ 1 ครั้งที่ 1....26
4.4 แบบร่างโปสเตอร์ของวิธีเล่าในแบบที่ 1 ครั้งที่ 2....27
4.5 ภาพร่างแบนเนอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1 อาชีพครู....28
4.6 ภาพร่างแบนเนอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1 อาชีพโปรแกรมเมอร์....28
4.7 สตอรี่บอร์ดร่างวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 2....30
5.1 ภาพร่างของโลโก้แคมเปญ 1....32
5.2 ภาพร่างของโลโก้แคมเปญ 2....33
5.3 สตอรี่บอร์ดร่าง Normal life office man ตัวที่ 1....35
5.4 สตอรี่บอร์ดร่าง Normal life office man ตัวที่ 2....36
5.5 ตัวอย่างอักษรเบรลล์....39
6.1 โลโก้ 1....41
6.2 คลิปโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 1....42
6.3 คลิปโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 2....42
6.4 โปสเตอร์ INVISIBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 1....43
6.5 โปสเตอร์ INVISIBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 2....44
6.6 โปสเตอร์ INVISIBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 3....45
6.7 บุ๊คเลต GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOUR EMPLOYEE 1....46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.8 บุ๊คเลต GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOUR EMPLOYEE 2.....47
6.9 บุ๊คเลต GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOUR EMPLOYEE 3.....48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้พิการทางสายตามักจะถูกเหมารวมทางด้านความสามารถ และมีความไม่มั่นใจในตัวของผู้พิการ ทำให้นายจ้างหลายๆคน มีความกลัวที่จะรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน ซึ่งในความเป็นจริงผู้พิการทางสายตา สามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี เพียงแต่มีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปเท่านั้น แต่เพราะการถูกเหมารวม และไม่ได้รับโอกาส จึงทำให้ไม่สามารถพิสูจน์ความสามารถของตนเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.เพื่อศึกษาการออกแบบโฆษณาเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา
2.เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อออนไลน์และการถ่ายทำ
3.เพื่อศึกษาการออกแบบเทคนิคการเล่าเรื่อง

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย

นายจ้างของบริษัทต่างๆ หรือผู้มีอำนาจรับพนักงานในการเข้าทำงาน

1.3.2 จำนวนชิ้นงาน

1. คลิปโฆษณา จำนวน 2 ชิ้น (คลิปละ 30 วินาที)
2. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ชิ้น
3. บุ๊คเลท จำนวน 1 เล่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขั้นตอนของการศึกษา

1.4.1 ศึกษาอาการตาบอด และความสามารถของผู้พิการทางสายตาแต่ละประเภท

ผู้พิการทางสายตาจะสามารถแบ่งออกได้ เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ตาบอดสนิท และ ตาบอดเลือนลาง ซึ่งในสายตาบอดเลือนลาง ก็จะสามารถแบ่งประเภทของการมองเห็นได้ในแต่ละแบบย่อยออกไปอีกตามโรคต่างๆที่มีผลกระทบเกี่ยวกับสายตา เช่น โรคต้อหิน โรคเบาหวาน
อาการศูนย์กลางประสาทตาเสื่อม

1.4.2 สอบถามข้อมูลกับผู้พิการทางสายตาและผู้ใกล้ชิด

สอบถามผู้พิการทางสายตา รวมถึงผู้ที่เคยร่วมงานกับผู้พิการทางสายตา ผู้มีประสบการณ์การทำงาน หรือองค์กรที่มีการร่วมงานกับผู้พิการทางสายตา และองค์กรจัดหางานเพื่อคนพิการเพื่อได้ข้อมูล
ที่เป็นข้อเท็จจริงรวมถึงการพูดคุยกับผู้พิการทางสายตาเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตาโดยตรง

1.4.3 หาข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา

หาข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา เช่น จำนวนสถิติประชากรผู้พิการทางสายตาในสังคมการทำงาน จำนวนผู้พิการทางสายตาที่กำลังว่างงาน และจำนวนผู้พิการที่ได้รับการจ้างงาน สิ่งที่ผู้พิการ
ทางสายตาแบบเลือนรางมองเห็น และสิ่งที่นำมาสู่การเกิดภาวะการเกิดสายตาเลือนราง
สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้พิการทางสายตา

1.4.4 ศึกษาหาข้อมูลและวิเคราะห์ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะศึกษาคือกลุ่มนายจ้างที่รับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน ดังนั้นจึงต้อง
ศึกษาในด้านความกลัวของนายจ้างที่ทำให้ไม่กล้าที่จะรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน สิ่งที่คาดคิดว่า
หลังจากรับผู้พิการทางสายตามาทำงานแล้วจะต้องเจอปัญหาเหล่านั้น รวมถึงการหาข้อมูลจากนายจ้างที่รับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน เพื่อข้อมูลข้อเท็จจริงจากประสบการณ์โดยตรงที่เคยเจอจากการรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน และรวบรวมข้อมูลต่างๆที่ได้มา นำมาใช้ในการคิดโฆษณา
และการทำเล่มเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับนายจ้าง เพื่อแก้ปัญหาความเข้าใจผิดของนายจ้างและทำให้นายจ้างมีความสนใจที่จะจ้างผู้พิการทางสายตามากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.5 การศึกษาและออกแบบในส่วนโฆษณา

1.4.5.1 การคิดคอนเซ็ปต์ โลโก้ และวิธีการเล่าเรื่องของโฆษณา
1.4.5.2 การคิดเนื้อเรื่อง และ ก๊อปปี้ที่จะใส่ในโฆษณา
1.4.5.3 การวาดสตอรี่บอร์ด
1.4.5.4 มุมกล้องที่ใช้ในการถ่ายโฆษณา
1.4.5.5 การใช้โปรแกรมเพื่อตัดต่อโฆษณา

1.4.6 การศึกษาและออกแบบในส่วนเล่มบุ๊คเลท

1.4.6.1 การกำหนดเนื้อหาในเล่มบุ๊คเล็ท
1.4.6.2 การดีไซน์ และ จัดวางเลย์เอาต์ในบุ๊คเลท
1.4.6.4 การเรียบเรียง และภาษาที่ใช้ในการทำบุ๊คเลท

1.5 สิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ

1. ได้รับความรู้ความเข้าใจในการออกแบบแคมเปญโฆษณา
2.ได้รับความรู้ในการถ่ายทำโฆษณา
3. ได้รับความรู้ในการเล่าเรื่องโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
การออกแบบแคมเปญโฆษณา

2.1 แคมเปญโฆษณา คืออะไร

แคมเปญโฆษณา (Advertisement Campaign) คือ สื่อโฆษณาที่สร้างให้เกิดการรณรงค์
หรือเกิดความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ที่ประกอบไปได้ด้วยสื่อหลายๆอย่างเพื่อประกอบแคมเปญ
1 แคมเปญ

2.2 กลุ่มเป้าหมาย

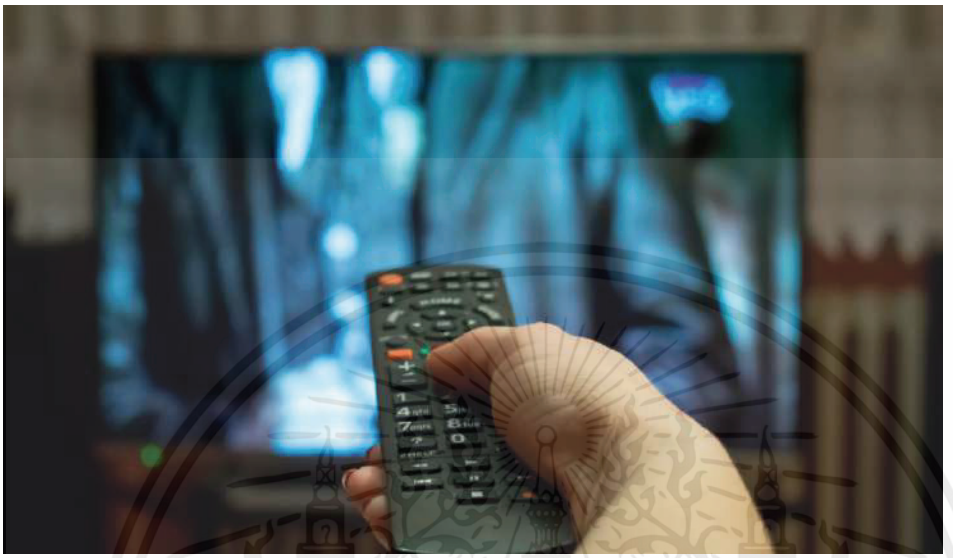
การสร้างโฆษณา ควรคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าที่เราต้องการจะสื่อสาร เพื่อการออกแบบ
การใช้ภาษา รวมถึงการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เรากลุ่มเป้าหมายของเราจะต้องเจอ
และต้องการได้รับการแก้ไข เมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายจะทำให้งานของเรามีของเขตที่แคบลง และสามารถแก้ปัญหาได้ถูกจุดมากขึ้น

2.3 สื่อในแคมเปญโฆษณา

สื่อ คือสิ่งพื้นฐานในการที่จะใช้โฆษณา หรือใช้สื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ ซึ่งสื่อแต่ละสื่อจะต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มที่เราต้องการสื่อสารได้ และแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะมีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น การคิดสื่อเพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญ
และจะสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่ายขึ้น สื่อสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1 สื่อโทรทัศน์



ภาพที่ 2.1 สื่อโทรทัศน์

เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและกว้างขวาง และสามารถเข้าถึงจำนวนมากในเวลาสั้นๆ สามารถเลือกช่วงเวลาที่ต้องการลงโฆษณาได้ แต่ข้อเสียของสื่อโทรทัศน์คือต้นทุนที่สูง มีการแข่งขันสูงเพราะเป็นที่ริยมเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 สื่อวิทยุ

ภาพที่ 2.2 สื่อวิทยุ

เป็นสื่อที่กระจายครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง และเป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้รับฟังรับรู้ข่าวสารได้ในทุกอริยบท เป็นสื่อโฆษณาที่มีความยืดหยุ่นสูง ต้นทุนของการโฆษณาค่อนข้างต่ำ สามารถเลือกช่วงเวลาที่ต้องการลงลงสื่อโฆษณาได้ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 สื่อสิ่งพิมพ์

2.3.3.1. หนังสือพิมพ์

เป็นสื่อสารมวลชน (Mass media) ที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางแพร่หลาย เนื่องจากหนังสือพิมพ์ สามารถครอบคลุมพื้นที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก แต่ไม่สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะกลุ่มได้ เนื่องจากมีเนื้อหาในสื่อต้องตีพิมพ์ใหม่ทุกวัน จึงใช้กระดาษและหมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพต่ำ มีความน่าสนใจน้อยกว่าโทรทัศน์ อายุเนื้อหาสั้นมาก ปัจจุบันหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ค่อนข้างล้าสมัย เพราะสมัยนี้สามารถเสพข่าวผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่าย และเข้าถึงได้รวดเร็วกว่า

ภาพที่ 2.3 สื่อสิ่งพิมพ์ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.2. นิตยสาร

เป็นสื่อโฆษณาที่จัดทำเป็นรูปเล่มมีสีสันสวยงามแข็งแรง กะทัดรัด ใช้กระดาษมีคุณภาพดีทำให้มีความน่าอ่านมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจงได้ มีต้นทุนที่สูง
มีอายุการเก็บรักษานาน แต่ไม่สามารถเลือกระยะเวลาการโฆษณาได้ เนื่องจากนิตยสารต้องมีการตีพิมพ์ใหม่ทุกสัปดาห์ มีความน่าสนใจ และ มีการจัดสัดส่วนที่สามารถอ่าน
ได้ง่ายกว่าหนังสือพิมพ์

ภาพที่ 2.4 สื่อสิ่งพิมพ์ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.3. โปสเตอร์

ภาพขนาดใหญ่ที่พิมพ์บนกระดาษ มีการออกแบบเพื่อใช้ติด แขวนบนผนัง หรือกำแพง โปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์หรือภาพเขียนก็ได้ หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และมีจุดประสงค์เพื่อทำให้สะดุดตาผู้รับสารและสามารถสื่อสารข้อมูลออกไปได้ ข้อบ่งใช้ของโปสเตอร์นั้นอาจใช้สอยได้หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ที่พบเห็น คือ มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณางานแสดงศิลปะ งานดนตรี ภาพยนตร์ การโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ

ภาพที่ 2.5 สื่อสิ่งพิมพ์ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.4. สื่อโฆษณาทางไปรษณีย์โดยใช้จดหมายตรง

เป็นการส่งเอกสารข้อความการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าบริการของกิจการไปถึงผู้บริโภค ทางไปรษณีย์ เช่น ใบปลิว จดหมายขาย จุลสาร บัตรตอบรับ สามารถเลือกและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัวด้านการผลิตในด้านเวลา และจำนวน แต่หากมีการข้อมูลผิดพลาดจะทำให้ต้นทุนเสียเปล่า และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการโฆษณา กลุ่มเป้าหมายอาจคิดว่าเป็นขยะไปรษณีย์และทิ้งไป ซึ่งไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ

ภาพที่ 2.6 สื่อสิ่งพิมพ์ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 สื่อโฆษณากลางแจ้ง

2.3.4.1. สื่อโฆษณาแบบไม่เคลื่อนที่ (Outdoor Media)

การโฆษณากลางแจ้งโดยใช้ป้ายโฆษณา (Outdoor Advertising) หรือ สื่อโฆษณากลางแจ้ง เป็นการเอาเครื่องหมายใดๆหรือแผ่นป้ายโฆษณาไปติดตั้งกลางแจ้ง โดยจะต้องเลือกทำเลในการติดตั้งตามที่มีคนสัญจรไปมา

ภาพที่ 2.7 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4.1 การโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit Advertising)

เป็นการโฆษณาตามยานพาหนะมีลักษณะของการติดป้ายโฆษณาไปกับยานพหนะที่สามารถเคลื่อนที่ได้

2.3.4.1.1. สื่อโฆษณาที่อยู่ภายนอกพาหนะ (Exterior Transit Advertising)

สามารถดึงความสนใจของผู้คนที่อยู่บริเวณเดียวกับยานพหนะได้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายและสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายในเมืองใหญ่ เพราะสามารถเลือกชนิดรถสาธารณะที่ต้องการจะติดตั้งโฆษณา รวมถึงแหล่งที่ต้องการให้รถที่ติดตั้งโฆษณาผ่านบริเวณนั้นๆได้ แต่ข้อเสียคือผู้รับสารอาจจะได้รับข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน เพราะอาจมีการสัญจรไปมาอย่างรวดเร็วสื่อพาหนะไม่เหมาะกับการโฆษณาที่ใช้ความรวดเร็วฉับพลัน เพราะมีการใช้เวลาติดตั้งที่ค่อนข้างนาน

ภาพที่ 2.8 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4.1.2. สื่อโฆษณาที่อยู่ภายในพาหนะ (Interior Transit Advertising)

กลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่ม และสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย
ในเมืองใหญ่ เพราะสามารถเลือกชนิดรถสาธารณะที่ต้องการจะติดตั้งโฆษณา
การติดตั้งโฆษณาภายในจะสามารถทำให้ผู้โดยสาร สามารถใช้เวลาในการอ่านข้อความ
ต่างๆได้ รวมถึงถ้ามีการเปิดโฆษณาซ้ำๆ หากเป็นสื่อเคลื่อนไหว เสียง เช่น วิดีโอ เสียงประกาศ จะสามารถทำให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึง และจดจำรายละเอียดได้ง่ายมากขึ้น

ภาพที่ 2.9 สื่อโฆษณากลางแจ้ง 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
คนตาบอดและการทำงาน

3.1 ประเภทการมองเห็นของผู้พิการทางสายตา

ในทางการแพทย์ คนที่บกพร่อง ทางการมองเห็น หรือที่เรียกว่า คนตาบอด หมายถึงผู้ที่มองไม่เห็น หรือพอเห็นเห็นแสง เห็นเลือนราง และมีความบกพร่องทางสายตา
ทั้งสองข้าง โดยมีความสามารถในการมองเห็นได้ไม่ถึง 1/10 ของคนปกติ หลังจากที่ได้รับการรักษาและแก้ไขทางการแพทย์ หรือมีลานสายตา กว้างไม่เกิน30 องศา
โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1.1. ตาบอดสนิท หมายถึง คนที่ไม่สามารถมองเห็นได้เลย หรืออาจมองเห็นได้บ้างไม่มากนัก ไม่สามารถใช้สายตา หรือไม่มีการใช้สายตาให้เป็นประโยชน์ ในการเรียน การสอน หรือทำกิจกรรมได้ ต้องใช้ประสาทสัมผัส อื่นแทนในการเรียนรู้ และหากมีการทดสอบสายตาประเภทนี้ อาจพบว่าสายตาข้างดีสามารถมองเห็นได้ในระยะ 20/20 หรือน้อยกว่านั้น และมีลานสายตา โดยเฉลี่ยอย่างสูงสุดจะแคบกว่า 5 องศา

3.1.2 ตาบอดไม่สนิท หรือบอดเพียงบางส่วน สายตาเลือนราง หมายถึง มีความบกพร่องทางสายตาสามารถมองเห็นบ้าง แต่ไม่เท่าคนปกติ เมื่อทดสอบสายตาประเภทนี้ จะมีสายตาข้างดี สามารถมองเห็นได้ในระยะ 20/60 หรือน้อยกว่านั้น และมีลานสายตา โดยเฉลี่ย อย่างสูงสุด จะกว้างสูงสุดไม่เกิน 30 องศา สายตาเลือนรางจะมีหลากหลายรูปแบบการมองเห็น อาจมีส่วนเกิดจากโรคต่างๆแล้วจึงส่งผลมาที่ดวงตา เช่น โรคต้อหิน โรคศูนย์กลางสายตาเสื่อม ภาวะมองเห็นภาพครึ่งซีก เบาหวานขึ้นตา

3.2 จำนวนผู้พิการที่ได้รับการเข้าทำงานในประเทศไทย

ในปีพ.ศ. 2565 จากสถิติของรายงานด้านสถานการณ์ผู้พิการในประเทศไทย ในประเทศไทยมีผู้พิการทั้งหมดตั้งแต่อายุ 15 - 59 ปี มีจำนวนทั้งหมด 845,706 คน คนพิการในวัยทำงานที่ประกอบอาชีพ จำนวน 266,484 คน ร้อยละ 31.51 % (ของจำนวนคนพิการวัยทำงานทั้งหมด) คนพิการในวัยทำงานที่สามารถประกอบอาชีพได้ แต่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 196,446 คน ร้อยละ 23.23 % (ของจำนวนคนพิการวัยทำงานทั้งหมด) และมีผู้พิการทางสายตาทั้งหมด ประมาณ 191,965 คน
หรือคิดเป็นร้อยละ 9.47 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

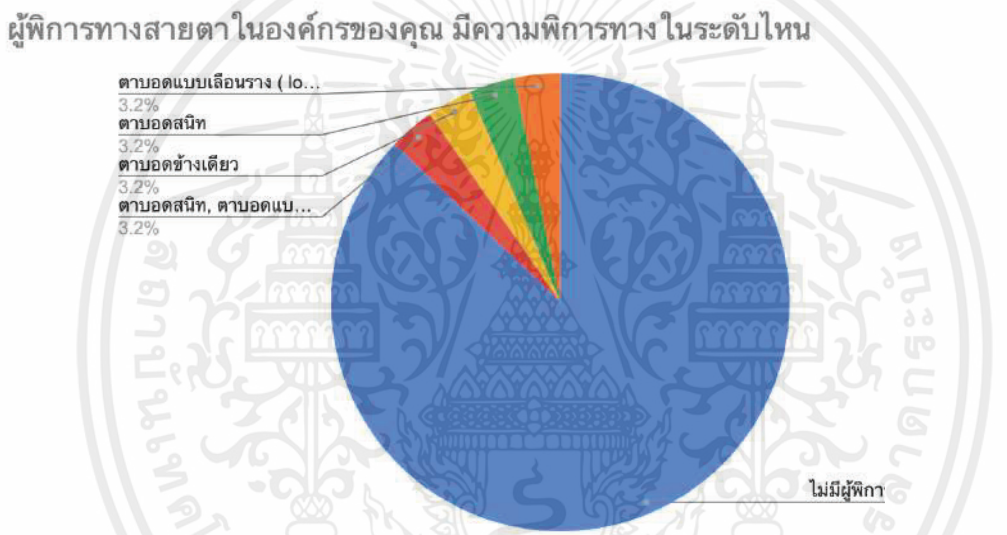
3.3 ความกลัวของนายจ้างที่ยังไม่เคยจ้างผู้พิการทางสายตา และความสามารถของผู้พิการทางสายตา

จากการสัมภาษณ์จากนายจ้าง สิ่งที่นายจ้างทุกคนกลัวจะเป็นเชิงเดียวกัน เช่น ในด้านความปลอดภัย ความลำบากในการเดินทางมาทำงาน การใช้ความพิการเป็นข้ออ้างต่างๆ การเสียภาพลักษณ์ของบริษัท กลัวการทำงานช้า ความผิดพลาดของเนื้องาน การเข้าสังคมของคนตาบอดซึ่งนายจ้างทุกคนมีความสนใจที่จะจ้างจะคนพิการทางสายตา และสนับสนุนให้มีการจ้างคนตาบอด
ถ้าหากมีทรัพยากรที่สามารถอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือมีตำแหน่งที่ผู้พิการสามารถทำงานได้ ก็ยินดีรับในการเข้าทำงาน ในความเป็นจริงแล้ว ผู้พิการทางสายตาสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี แต่เพียงแค่มีวิธีการที่แตกต่างออกไป ในแต่ละวิธีก็จะดัดแปลงไปตามแต่ละอาชีพ งานเอกสารที่อาจจะดูยากสำหรับผู้พิการ จะมีวิธีการสแกนข้อความและใช้โปรแกรมอ่านออกเสียงเพื่อช่วยในการได้ยินข้อความ เช่นเดียวกับนักพิสูจน์อักษร หรือนักแกะเสียง ถ้าเป็นงานคอมพิวเตอร์ จะมีฟังก์ชั่น voice over (อ่านออกเสียง) ช่วยในการบอกตัวอักษรที่ถูกกดไป และจะมีเสียงการอ่านหน้าจอทุกครั้ง เมื่อตัวกล่องอ่านข้อความไปอยู่ในส่วนที่มีตัวอักษร หรือขยับไปที่ส่วนใดๆของหน้าจอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 ความเห็นของนายจ้าง ที่เคยจ้างผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน

จากการสัมภาษณ์นายจ้างที่เคยมีรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงานทั้งหมด จำนวน 32 คน ส่วนใหญ่จะเจอปัญหาในช่วงเริ่มทำงาน แต่พอเริ่มปรับตัวได้ ก็ไม่เจอปัญหาใดๆ ช่วงแรกๆอาจมีความล่าช้าในการทำงาน แต่พอเริ่มชินกับการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ก็สามารถทำงานได้ อาจจะมีต้องการความช่วยเหลือบ้างในบ้างด้าน เช่นงานคอนเท้นครีเอเตอร์ งานโฆษณาสินค้า เพราะไม่สามารถมองเห็นสินค้าได้ จำเป็นที่จะต้องใช้ความช่วยเหลือจากคนตาดี เพื่ออธิบายลักษณะสินค้า เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการประกอบการคิดคอนเท้นเพื่อทำโฆษณา ซึ่งในทุกๆอาชีพไม่ว่าจะคนตาดี หรือผู้พิการทางสายตาต่างจะต้องการความช่วยเหลือในที่ทำงานไม่มากก็น้อย



ภาพที่ 3.1 แบบสอบถามนายจ้างที่เคยรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การทำงานด้วยสมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์ ของผู้พิการทางสายตา

ในปัจจุบัน มีการพัฒนาระบบต่างๆเพื่อเข้าถึงผู้พิการทางสายตา และรวมถึง
ผู้พิการทางร่างกายในด้านต่างๆมากขึ้น ในระบบปฏิบัติการ IOS จะมีฟังก์ชั่นที่เรียกว่า Voice Over และระบบใน
แอนดรอยด์ คือฟังก์ชั่น Talkback การทำงานของทั้งสองระบบนี้ คือฟังก์ชั่นการอ่านออกเสียงสิ่งที่ปรากฏอยู่บน
หน้าจอ เมื่อกล่องข้อความไปอยู่ตรงข้อความใด หรือมีการสัมผัสแป้นพิมพ์เกิดขึ้น จะมีการส่งเสียงเพื่อให้ผู้พิการ
ทางสายตา
รับรู้ว่าเราสัมผัสที่ตัวอักษรไหนอยู่ รวมถึงจะมีการอ่านออกเสียงเมื่อเขียนคำสำเร็จแล้ว
นอกจากการอ่านสิ่งที่อยู่บนหน้าจอ ก็จะสามารถบอกได้อีกด้วยว่าปุ่มที่เราสัมผัสคือปุ่มใด

3.6 วิธีการเดินทางของผู้พิการทางสายตา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

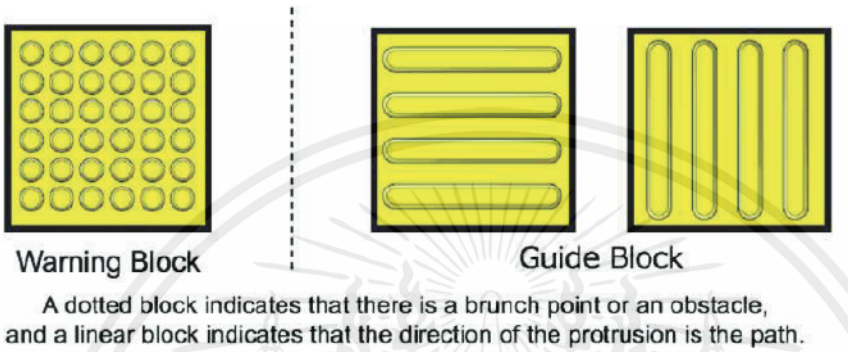
3.6.1 การขึ้นรถสาธารณะ

การขึ้นรถสาธาณะของผู้พิการทางสายตาไม่ต่างจากคนตาดีทั่วไป แต่จะมีที่นั่งพิเศษสำหรับผู้พิการ สตรีมีครรภ์
และพระภิกษุ รวมถึงควรได้รับการดูแลในการขึ้นและลง
รถโดยสาร เพื่อความปลอดภัยของผู้พิการทางสายตา ในกรณีที่เป็นรถยนต์อาจ
ขอความช่วยเหลือคนรอบข้าง หรืออาจจะใช้การเรียก จากแอพพลิเคชั่นต่างๆได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.2 การเดินทางเท้า

การเดินทางเท้าของผู้พิการทางสายตา จะมีอิฐเบรลล์บล็อก เพื่อการเดินทางของผู้พิการทางสายตา โดยบล็อกจะมีทั้งหมด 3 รูปแบบ



ภาพที่ 3.2 ภาพตัวอย่างอิฐเบรลล์บล็อก

3.6.2.1. บล็อกนำทาง
มีลักษณะสัมผัสนูนต่ำ เป็นเส้นยาว ใช้สำหรับทางตรง สามารถเดินต่อไปได้

3.6.2.2. บล็อกเตือน
มีลักษณะนูนต่ำ ปุ่มกลม จัดเรียงกันเป็นแถวยาวเรียงกันเต็มผืนกระเบื้อง
ใช้สำหรับการเตือนทางด้านหน้าว่าอาจมีทางตัน หรือสิ้นสุดการเดินตรง จะต้องมีการเปลี่ยนเส้นทาง

3.6.2.3 บล็อกเปลี่ยนเส้นทาง
มีลักษณะนูนต่ำ ปุ่มกลม จัดเรียงปุ่มนูนแบบเหลื่อมกัน เต็มผืนกระเบื้อง
ใช้สำหรับการบ่งบอกว่าจะมีการเปลี่ยนเส้นทางได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.3 ไม้เท้าขาว

สัญลักษณ์และอุปกรณ์เพื่อใช้ค้ำทางของผู้พิการทางสายตา ไม้เท้าขาวจะมีขนาดทางแตกต่างกันไปตามสรีระของผู้ใช้ และไม้เท้าขาวสามารถลดอุบัติเหตุของผู้พิการทางสายตาได้ ซึ่งจะต้องใช้การฝึกฝนและความเคยชินในการใช้งาน เพราะไม้เท้าขาวสามารถก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ถ้าหากไปอยู่กับบุคคลที่ใช้ไม่เป็น และไม่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ได้อีกด้วย

ภาพที่ 3.3 ไม้เท้าขาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 การปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติกับคนตาบอด

3.7.1 สิ่งที่ควรปฏิบัติกับคนตาบอด

3.7.1.1 การให้ความช่วยเหลือผู้พิการทางสายตา

ผู้พิการทางสายตาบางคนอาจมีความเกรงใจในการขอความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้างดังนั้น การเสนอให้ความช่วยเหลือจึงสามารถทำให้ผู้การทางสายตารับรู้ถึงความสมัครใจในการช่วยเหลือพวกเขาได้

3.7.1.2 การเรียกชื่อของผู้พิการทางสายตาเมื่อต้องการพูดคุยกับเจ้าตัว

ผู้พิการทางสายตาไม่สามารถรู้ได้ถ้าเราต้องการตอบและถามกับเขา เมื่ออยู่ในวงสนทนาที่มีหลายคน ดังนั้นการเรียกชื่อผู้พิการทางสายตาก่อนจะทำให้ผู้พิการทางสายตารู้ได้ว่าเรากำลังจะต้องการถาม หรือพูดคุยกับผู้พิการทางสายตาโดยตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7.2 สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติกับคนตาบอด

3.7.2.1 การตะโกนใส่ผู้พิการทางสายตา

เนื่องจากผู้พิการทางสายตา ยังมีความสามารถทางการได้ยินเหมือนกับคนตาดี ดังนั้นการพูด หรือตะโกนใส่ผู้พิการทางสายตา คือสิ่งที่ไม่จำเป็น และยังสร้างความตกใจให้กับผู้พิการทางสายตา

3.7.2.2 การตัดสินใจแทนผู้พิการทางสายตา

ผู้พิการทางสายตามักโดนตัดสินว่าไม่สามารถทำสิ่งต่างๆได้ เช่น การร่วมกิจกรรมต่างๆ หรือการเข้าสังคม ซึ่งในความเป็นจริงแล้วคนพิการทางสายตาบางคนก็อยากมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆเช่นเดียวกัน ซึ่งผู้คนรอบข้างควรให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือกับผู้พิการทางสายตาในการร่วมกิจกรรมเช่นกัน

3.7.2.3 การปล่อยให้สถานที่มีสิ่งกีดขวางทางเดิน

การปล่อยให้มีสิ่งของกีดขวางทางเดินเป็นอันตรายแม้กับคนตาดีก็ตาม ซึ่งจะอันตรายมากขึ้น เพราะคนตาบอดไม่สามารถมองเห็นทางตรงหน้าได้ หรืออาจมีการมองเห็นบิดเบือนไปในผู้ที่มีภาวะสายตาเลือนลาง ทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่ายมากขึ้น ดังนั้นการรักษาทางเดินให้ไม่มีสิ่งกีดขวางจะสามารถลดอุบัติเหตุในที่ทำงานได้ทั้งคนตาดี และผู้พิการทางสายตาเช่นกัน

3.7.2.4 การเคลื่อนย้ายสิ่งของโดยไม่บอกผู้พิการทางสายตา

ผู้พิการทางสายตาอาศัยความเคยชิน และการจดจำสภาพแวดล้อมรอบข้าง ดังนั้นการย้ายสิ่งของโดยไม่บอกกล่าวจะทำให้ผู้พิการมีความเดือดร้อนในการหาสิ่งของต่างๆ การบอกให้ผู้พิการทางสายตาทราบจึงเป็นสิ่งสำคัญ

3.7.2.5 การเดินจากผู้พิการทางสายตาไปโดยไม่บอกกล่าว

หากเป็นการสนทนากันเป็นกลุ่ม การบอกลา หรือทักทายผู้พิการเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะผู้พิการไม่สามารถรับรู้เจาะจงถึงบุคคลที่กำลังเดินออกจากบทสนทนาได้ ดังนั้น ก่อนออกจากวงสนทนา หรือการเข้าสู่วงสนทนา จึงเป็นสิ่งที่ควรทำต่อผู้พิการทางสายตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 ผลการสัมภาษณ์และการหาข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด รวมสรุปได้ว่าคนพิการสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี รวมถึงอาชีพที่คนตาดีคิดว่าคนพิการทางสายตาทำไม่ได้ก็สามารถทำได้เช่นกัน นายจ้างทุกคนต่างมีความกลัวที่ไปในทิศทางเดียวกัน คือ

1. กลัวความผิดพลาด
2. กลัวความล่าช้า
3. กลัวอุบัติเหตุ
4. กลัวการใช้ความพิการเป็นข้ออ้างต่างๆ
5. กลัวการเข้าสังคมร่วมกับคนตาดี
7. กลัวเรื่องการเดินทางมาทำงานของผู้พิการทางสายตา

4.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดคือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนายจ้าง เนื่องจากสิ่งที่ต้องการสื่อสารคือต้องการเปลี่ยนความคิดของนายจ้างให้มีความสนใจและเปลี่ยนความคิดเรื่องความพิการทางสายตาเป็นอุปสรรคในการทำงาน ดังนั้นจึงมีการเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นนายจ้างโดยตรง

4.3 แนวทางในการคิดโฆษณา และวิธีการเล่าเรื่อง

จากการสรุปข้อมูลที่ได้มาจากนายจ้าง มีการคิดวิธีเล่าเรื่องทั้งหมด 2 แบบ

4.3.1 แบบที่ 1 จับผิดภาพ

มีแนวคิดที่มาจากการจับผิดภาพ สิ่งที่ต้องการจะสื่อคือคนตาบอกสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี ความต้องการของผู้เขียนต้องการให้คนตาดีไม่สามารถแยกออกได้ ฝั่งใดคือฝั่งที่ผู้พิการทางสายตาเป็นคนทำขึ้นมา แต่หลังจากปรึกษากับอาจารย์ทุกๆท่าน ได้ความเห็นรวมถึงข้อสรุปว่า อาชีพที่จะนำมาใช้ประกอบโฆษณา จากอาชีพคนตาบอดที่ผู้จัดทำสามารถหาได้ ไม่สามารถนำมาใช้ในการจึงเปลี่ยนได้เปลี่ยนไปใช้แนวความคิดอีกแบบหนึ่ง โดยมีภาพร่าง และ สตอรี่บอร์ดโดยคร่าว ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1.1 ก็อปปี้ของวิธีเล่าแบบที่ 1 จับผิดภาพ

เนื่องจากอาชีพของคนพิการทางสายตาที่ได้ติดต่อไปในเบื้องต้นมีอาชีพที่แตกต่างกันทั้งหมด รวมถึงเป็นอาชีพที่มีความต้องใช้ความชำนาญจึงได้คิดก็อปปี้หลักของแคมเปญคือ “คนตาบอด ก็เป็น....อาชีพ.....ได้ ” ในวิดีโอ จะมีการใช้ภาพสลับกันไปมาและมีจังหวะสนุกสนาน จะมีการใช้ข้อความและการใช้ภาพถ่ายสลับกัน โดยภาพที่ใช้จะเป็นภาพสิ่งของที่ผู้พิการทางสายตาได้ทำขึ้นมา และให้คนดูลองทายว่าภาพสิ่งของชิ้นไหนคือภาพที่คนตาบอดคือคนทำขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

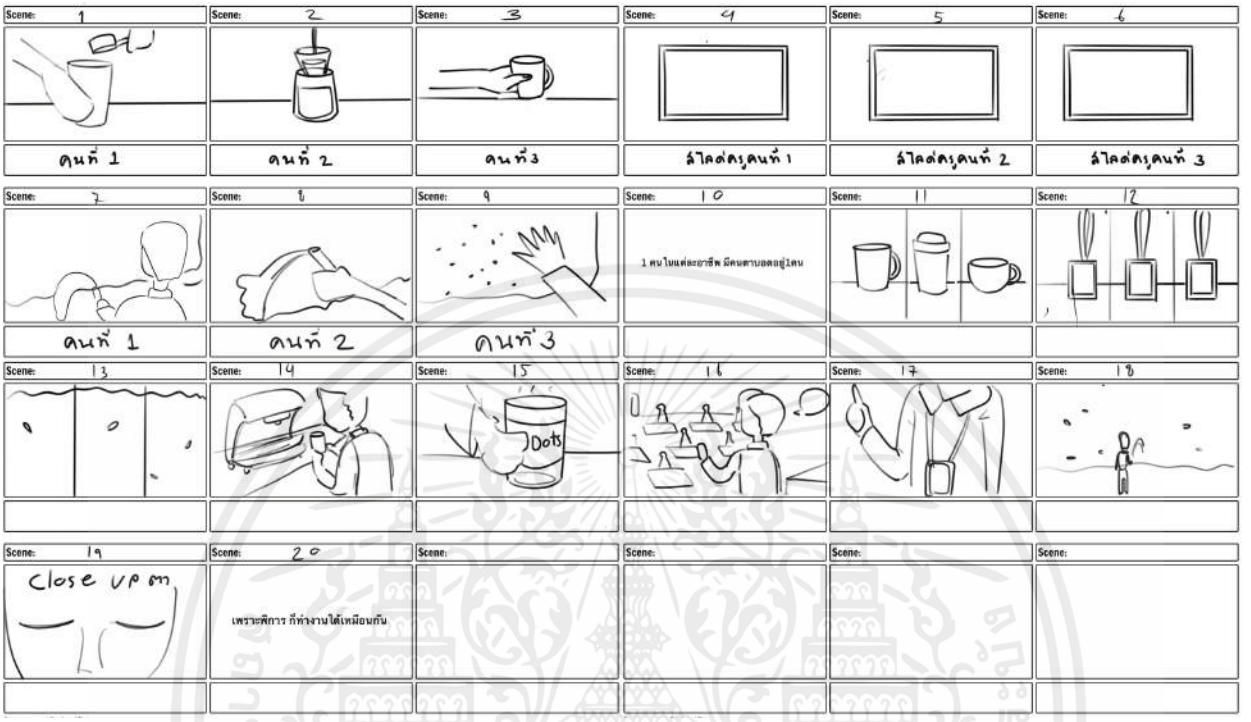
4.3.1.2 สตอรี่บอร์ดคลิปโฆษณาของวิธีเล่าแบบที่ 1

สตอรี่บอร์ดร่าง ครั้งที่ 1

ภาพที่ 4.1 สตอรี่บอร์ดร่างของวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 1 ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สตอรี่บอร์ดร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 4.2 สตอรี่บอร์ดร่างของวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 1 ครั้งที่ 2

หลังจากปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาได้มีการปรับเปลี่ยนสตอรี่บอร์ด
เพราะมีความเหมือนกับโปสเตอร์ในแคมเปญมากเกินไป รวมถึงการใช้
ภาพถ่ายของสิ่งของ จะมีความอิมแพคที่น้อยกว่าการใช้ภาพจริงของผู้พิการ
ทางสายตามาประกอบด้วย จึงได้เปลี่ยนวิธีการถ่ายออกมาเป็นภาพคนตาบอดผสมกับสิ่งของโฆษณา ซึ่งจะใช้คนตา
ดี 2 คน และคนตาบอด 1 คน โดยถ่ายไม่เห็นใบหน้าและตาเพื่อให้คนดูไม่ได้เห็นว่า
คนที่ทำงานทุกคน มีคนตาบอด 1คน ใน 3 คน แต่จะมีการเฉลยในทีหลังสุด
และจบด้วยก็อปปี้หลักของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1.3 สเก็ตช์โปสเตอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1

โปสเตอร์ทั้ง 2 ชิ้น จะใช้ภาพกราฟฟิกเป็นหลัก และมีการใช้คำถามประกอบในโปสเตอร์ เหมือนกับเกมส์จับผิดภาพ และแก้วแต่ละใบก็จะเป็นแก้วแต่ละยี่ห้อแตกต่างกันไป
แต่จะมี 1 ในแก้วทั้งหมดที่เป็นกาแฟยี่ห้อ Dots Coffee เพราะเป็นร้านกาแฟ
ที่มีพนักงานเป็นผู้พิการทางสายตาภายในร้าน

แบบร่างโปสเตอร์แบบที่ 1

ภาพที่ 4.3 แบบร่างโปสเตอร์ของวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 1 แผ่นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสเก๊ตช์โปสเตอร์แบบที่ 2

ภาพที่ 4.4 แบบร่างโปสเตอร์ของวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 1 แผ่นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1.4 ภาพร่างแบนเนอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1

สเก็ตช์แบนเนอร์ชิ้นที่ 1 อาชีพครู

ภาพที่ 4.5 ภาพร่างแบนเนอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1 อาชีพครู

สเก็ตช์แบนเนอร์ชิ้นที่ 2 ของอาชีพโปรแกรมเมอร์

ภาพที่ 4.6 ภาพร่างแบนเนอร์ของวิธีเล่าแบบที่ 1 อาชีพโปรแกรมเมอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 แบบที่ 2 สิ่งที่เห็น และ ความเป็นจริง

สิ่งที่ต้องการจะสื่อ คือสิ่งที่เราเห็นในความเป็นจริงแล้วอาจจะไม่ได้เป็นเหมือนที่คิด อย่างเช่น เราคิดว่าคนพิการทางสายตาจะต้องทำงานผิดพลาด แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไม่จำเป็นจะต้องผู้พิการทางสายตา ก็สามารถทำงานผิดพลาดได้เช่นกัน

4.3.2.1 สตอรี่บอร์ดคลิปโฆษณาของวิธีเล่าแบบที่ 2

ในคลิปของโฆษณาของวิธีการเล่าแบบที่ 2 จะเล่าถึงชีวิตการทำงาน ของพนักงานออฟฟิศคนหนึ่ง หลังจากที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่ออกแบบมาจาก คำตอบของนายจ้างเรื่องความกลัวในการจ้างงานผู้พิการทางสายตาและได้นำเรื่องการใช้ อุปกรณ์อิเล็กโทรนิคส์ของผู้พิการมาออกแบบเป็นโฆษณาและกลัวผู้พิการ จะทำงานผิดพลาดซึ่งความจริงแล้วไม่ว่าจะผู้พิการทางสายตาหรือคนตาดีสามารถ ทำผิดพลาดได้

โดยสรุปแล้วผู้จัดทำได้เลือกใช้แนวคิดที่ 2 เนื่องจากแนวคิดแบบที่ เพื่อมาใช้ในการออกแบบแคมเปญโฆษณา และสื่อชิ้นอื่นต่อๆไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.7 สตอรี่บอร์ดร่างของวิธีเล่าเรื่องในแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การคิดชื่อแคมเปญ

ชื่อแคมเปญ INVISIBLE EMPLOYEE ได้แนวคิดมาจากการถูกมองข้ามของผู้พิการทางสายตาในด้านทางการทำงาน เพราะผู้พิการทางสายตามักถูกคิดว่าทำไม่ได้ จึงไม่ได้รับความสนใจ หรือมีความคิดที่จะให้โอกาสผู้พิการ จึงเปรียบเทียบเป็นพนักงานที่(นายจ้าง) มองไม่เห็น ซึ่ง INVISIBLE สามารถแปลได้ว่ามองไม่เห็นด้วยเช่นกัน ในตอนแรก ได้ตั้งชื่อแคมเปญว่า INVISIBLE POSSIBLE โดยตั้งใจจะสื่อว่าถึงคนพิการทางสายตาจะไม่สามารถมองเห็น แต่ก็ทำงานได้ แต่คำว่า INVISIBLE ไม่ได้ใช้กับคำว่ามองไม่เห็น แต่สื่อถึงคำว่า ล่องหน มากกว่าซึ่งอาจเกิดการเข้าใจผิด จึงใช้ชื่อ INVISIBLE EMPLOYEE ในที่สุด

4.5 สื่อต่างๆในแคมเปญ

เนื่องจากเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารเป็นเรื่องที่ค่อนข้างเกี่ยวกับสังคม รวมถึงเป็นเรื่องที่มีความไกลตัวของคนตาดีหลายๆคน บางคนไม่เคยมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา จึงเลือกที่จะใช่สื่อ 3 อย่างดังนี้

1. วีดีโอโฆษณา จำนวน 2 ชิ้น เพื่อช่วยแก้ความเข้าใจผิดของนายจ้าง
2. บุ๊คเลท จำนวน 1 ชิ้น เพื่อให้ความรู้แก่นายจ้างและเพื่อนร่วมงาน
3. โปสเตอร์ จำนวน 3 ชิ้น เพื่อช่วยในการเข้าถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

5.1 แนวคิดในการออกแบบ

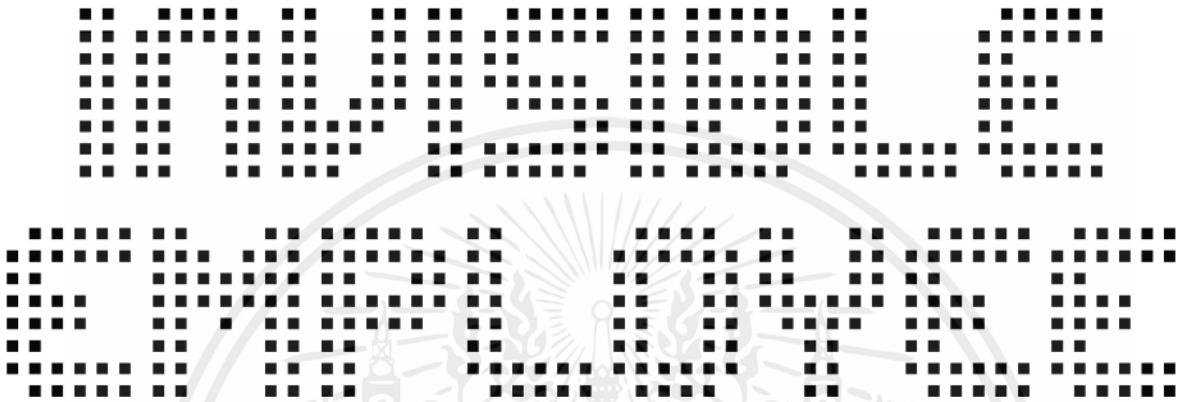
เนื่องจาก INVISIBLE EMPLOYEE เป็นแคมเปญที่เข้าถึงนายจ้างและเป็นแคมเปญรณรงค์เพื่อให้ผู้พิการทางสายตามีโอกาสในการเข้าทำงานมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ออกแบบ
ออกมาควรสื่อถึงความจริงจัง และเป็นวัยทำงาน ดังนั้นรูปภาพทั้งหมดที่นำมาใช้
ในชิ้นงานจึงเป็นภาพถ่าย และวีดีโอทั้งหมด เพราะจะสามารถสื่ออารมณ์ได้มากกว่า
การใช้ภาพกราฟฟิก

5.2 โลโก้

เนื่องจากผู้พิการทางสายตามีภาษาเบรลล์เป็นภาษาที่ใช้ในการอ่านและการเขียน
ดังนั้นจึงมีความคิดที่จะนำภาษาเบรลล์มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในโลโก้ ในตอนแรก
มีการลองจัดวางโลโก้ของชื่อ INVISIBLE POSSIBLE แต่เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนชื่อของแคมเปญโฆษณาในภายหลัง จึงทำให้ต้องมีการเปลี่ยนโลโก้ไปจากการคุยกับอาจารย์
ที่ปรึกษา ชื่อ INVISIBLE POSSIBLE สามารถก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้
หลังจากทำการเปลี่ยนชื่อของแคมเปญ จึงได้มีการจัดวางโลโก้แบบใหม่มีความต้องการออกแบบให้เห็นถึงความคิดที่เป็นไปไม่ได้ แต่จริงๆแล้วเป็นไปได้ จึงทำการแยกคำว่า I
M จากคำว่า POSSIBLE

ภาพที่ 5.1 ภาพร่างของโลโก้แคมเปญ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2 ภาพร่างของโลโก้แคมเปญ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 วีดีโอโฆษณา

จากการออกแบบจากข้อมูลที่ได้ทำการรวบรวมจากนายจ้างและแนวคิด
วิธีการเล่าจากแบบภาพร่างแรกโฆษณาทั้ง 2 ได้มีการเปลี่ยนเนื้อเรื่องในวิดีโอโฆษณา
เล็กน้อย และมีการเปลี่ยนมุมกล้องให้เห็นถึงการทำงานของผู้พิการทางสายตามากขึ้น

5.3.1 ชื่อเรื่องของคลิปโฆษณา

เนื่องจากต้องการเล่าว่าผู้พิการสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี
จึงเลือกตั้งชื่อที่ไม่ได้แสดงความพิการทางสายตา Normal life office man
ก็คือชีวิตการทำงานของพนักออฟฟิศคนหนึ่งและดูมีชีวิตการทำงานที่มีความธรรมดา

5.3.2 เนื้อเรื่องและการเล่าเรื่องของคลิปโฆษณา

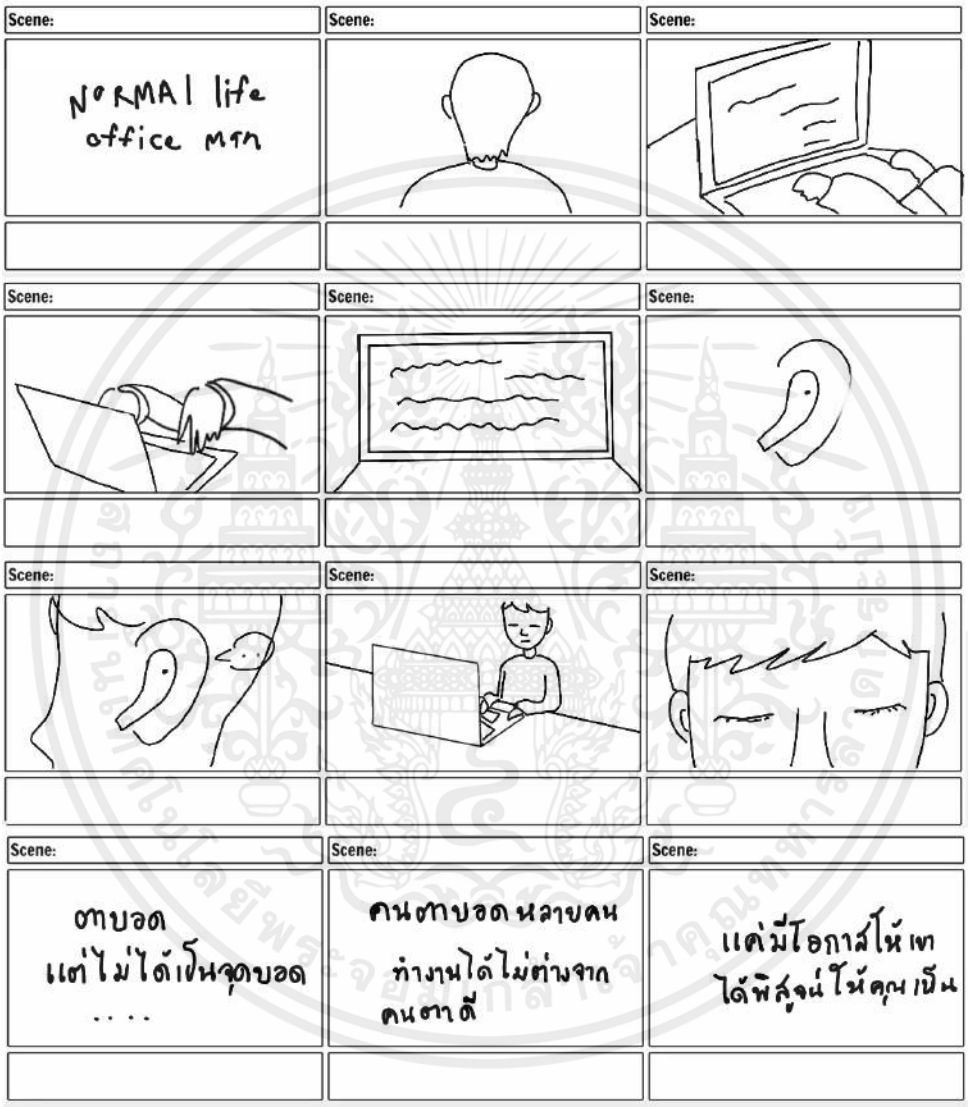
5.3.2.1 ในโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 1 มีความต้องการที่จะเล่าถึงการใช้
โน้ตบุ๊คในการทำงานของผู้พิการทางสายตาว่าผู้พิการสามารถใช้อุปกรณ์
อิเล็กโทรนิคส์ในการทำงานได้ไม่ต่างกัน

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 1 - 5 : ตอนแรกสุดของวิดีโอจะใช้มุมกล้องในการถ่ายทำที่ไม่เห็นใบหน้า
ของคนตาบอด (แต่จะถ่ายเน้นที่มือพิมพ์คีย์บอร์ด ช่องที่ 4 ในสตอรี่บอร์ด)
ในตอนแรกของวิดีโอจะเป็นเสียงพิมพ์คีย์บอร์ดปกติ ยังไม่มีเสียงของ voice over และถ่าย
โคลสอัพ ให้เห็นใบหูของพนักงานที่กำลังใส่หูฟัง

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 6 - 9 : หลังจากถ่ายโคลสอัพหูฟัง จะมีเสียง voice over
ของการพิมพ์คีย์บอร์ด และหลังจากนั้นจะถ่ายพนักงานว่าคนที่กำลังพิมพ์งาน
คือผู้พิการทางสายตาซึ่งดูไม่ได้มีความผิดปกติใดๆในการทำงาน
โดยถ่ายจากระยะไกลปานกลาง

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 10 -12 : ก็อปปี้ของโฆษณาหลัก และรวมถึงก็อปปี้ที่เปลี่ยนไป
ตามเนื้อเรื่องของโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 สตอรี่บอร์ดร่าง Normal life office man ตัวที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

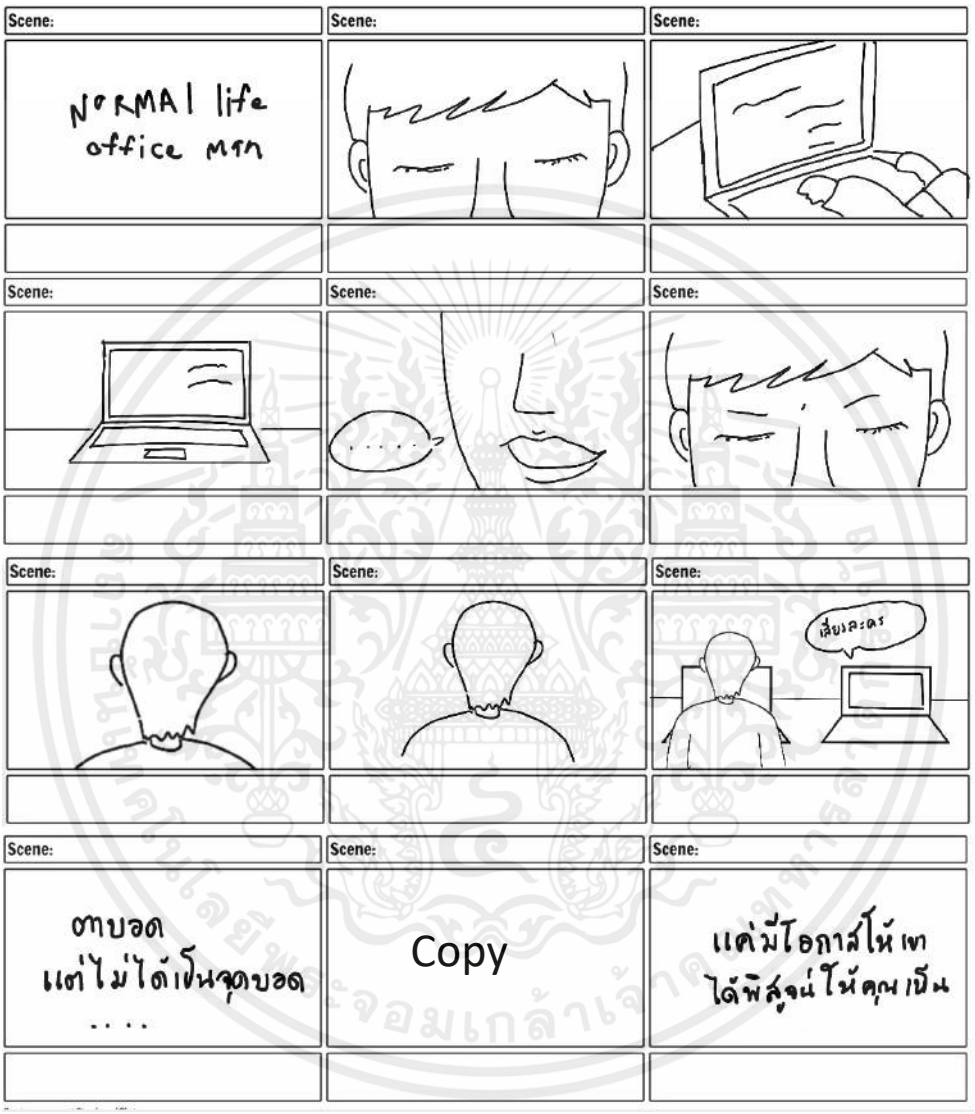
5.3.2.2 ในโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 2 มีความต้องการที่จะเล่าถึงการทำงานผิดพลาดของผู้พิการทางสายตา และต้องการสื่อว่าไม่ว่าผู้พิการทางสายตา หรือตาดีก็สามารถทำงานผิดพลาดได้ไม่ต่างกัน โดยเล่าผ่านการถูกตำหนิในด้านทำงานผิดพลาดของผู้พิการ แต่ในความจริงแล้วไม่ใช้เสียงของคนในบริษัท แต่เป็นเสียงของวิดีโอ

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 1 - 4 : ในตอนแรกจะถ่ายทำให้เห็นพนักงานพิการทางสายตาพิมพ์งานบนโน้ตบุ๊ค

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 5 - 8 : มีเสียงผู้หญิงที่ตำหนิการทำงาน พนักงานผู้พิการทางสายตาจึงเริ่มที่จะขมวดคิ้วและรู้สึกแย่ หลังจากนั้นจะมีการเปลี่ยนมุมกล้องไปถ่ายด้านหลังของพนักงาน และค่อยๆซูมออกเรื่อยๆ

สตอรี่บอร์ด ช่องที่ 9 -12 : หลักจากซูมออก จะเฉลยว่าเสียงที่พนักงานพิการทางสายตาได้ยินและคนผู้ชมได้เห็น เป็นแค่หนังสั้นในอินเตอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 สตอรี่บอร์ดร่าง Normal life office man ตัวที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.3 ก็อปปี้ที่ใช้ในโฆษณา

โฆษณาทั้งสองตัวจะมีก็อปปี้หลักของคลิปโฆษณาเป็นก็อปปี้เดียวกัน
คือ “ตาบอดไม่ได้เป็นจุดบอดในการทำงาน ” และ “แค่มีโอกาสให้เขาพิสูจน์ให้คุณเห็น”
นอกเหนือจากก็อปปี้สองประโยคนี้ จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเรื่องที่เล่าในโฆษณา

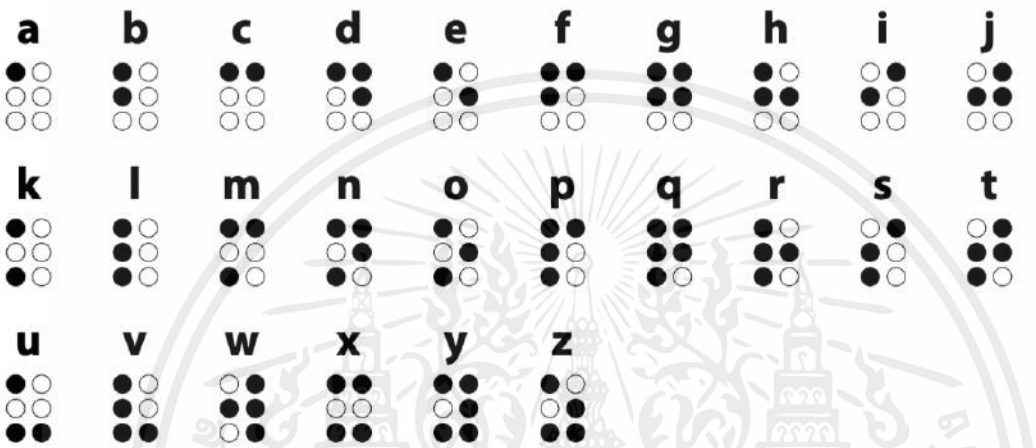
5.2.3.1 ในโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 1 มีความต้องการที่จะเล่าถึงการใช้โน้ตบุ๊คในการทำงานของผู้พิการทางสายตาว่าผู้พิการสามารถใช้อุปกรณ์
อิเล็กโทรนิคส์ในการทำงานได้ไม่ต่างกัน จึงเลือกที่จะใช้ก็อปปี้ “คนตาบอดสามารถทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดี”

5.2.3.2 ในโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 2 มีความต้องการที่จะเล่าถึงการทำงานผิดพลาดของผู้พิการทางสายตา และต้องการสื่อว่าไม่ว่าผู้พิการทางสายตา หรือคนตาดีก็สามารถทำงานผิดพลาดได้ไม่ต่างกัน จึงเลือกที่จะใช้ก็อปปี้ “ความผิดพลาดเกิดขึ้นได้กับทุกคน ไม่ใช่แค่คนตาบอด”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 บุ๊คเลท

ในส่วนของบุ๊คเลท ต้องการเป็นสื่อที่ให้ความรู้กับนายจ้างที่สนใจรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน ดังนั้นจึงมีการใช้จุด เพื่อสื่อถึงอักษรเบรลล์ มาใช้ประกอบในการออกแบบเล่มบุ๊คเลท



ภาพที่ 5.5 ตัวอย่างอักษรเบรลล์

ในด้านเนื้อหา มีต้องการให้นายจ้างได้ทราบถึงความสามารถของผู้พิการทางสายตา ถึงอาการ และการมองเห็นของผู้พิการทางสายตาแบบสายตาเลือนลาง การปฏิบัติต่อผู้พิการทางสายตา จำนวนสถิติของผู้พิการและผู้พิการทางสายตาที่ได้รับโอกาสในการเข้าทำงาน ความรู้สึกของผู้พิการทางสายตาที่มีต่อนายจ้าง ความกลัวของนายจ้าง

โดยเนื้อหาที่มีในเล่มบุ๊คเลทจะมีดังนี้

1. อาการตาบอดมีอะไรบ้าง
2. ภาวะสายตาเลือนรางมองเห็นเป็นแบบไหน
3. ผู้พิการทางสายตาและการทำงานด้วยอุปกรณ์อิเล็กโทรนิคส์
4. สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำต่อพนักงานพิการทางสายตา
5. ข้อความจากคนตาบอดถึงนายจ้าง
6. ข้อความจากนายจ้างที่เคยจ้างผู้พิการทางสายตาเข้าทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.1 ชื่อเล่มบุ๊คเลท

ในตัวเล่มบุ๊คเลท จะใช้ชื่อ GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOUR EMPLOYEE มีความหมายว่า รู้จักพนักงานของคุณให้”มาก”ขึ้นอีก เนื่องจากต้องการให้นายจ้างมีความรู้เกี่ยวกับ พนักงาน และการทำงานของผู้พิการทางสายตามากขึ้น และในตัวเล่มมีการบอกข้อมูลที่ จำเป็นต้องรู้ของผู้พิการทางสายตา รวมถึงการปฏิบัติต่อผู้พิการทางสายตาที่ควรปฏิบัติ

และไม่ควรปฏิบัติตัวผู้จัดทำเชื่อว่ามีนายจ้างหลายคนที่สนใจในการจ้างผู้พิการทางสายตา

แต่ยังมีบางข้อมูลที่นายจ้างไม่รู้เกี่ยวกับผู้พิการทางสายตา ดังนั้นถ้าหากรู้ข้อมูลของผู้พิการทางสายตามากขึ้น อาจเกิดความสนใจมากขึ้นได้

5.5 โปสเตอร์

โปสเตอร์ของงานทั้งหมด มี 3 ตัว ด้วยกันซึ่งในโปสเตอร์จะใช้ภาพจริงทั้งหมด 3 ภาพ ซึ่งในแต่ละภาพจะมีก็อปปี้ที่แตกต่างกัน ที่เป็นข้อเท็จจริงนำมาจากข้อมูลส่วนที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของนายจ้างทุกคน รวมถึงการคุยกับบริษัทจัดหางานของผู้พิการ

ก็อปปี้ที่จะใช้ในงานมีทั้งหมด 4 ประโยค ก็อปปี้ประโยคต่างกันบนโปสเตอร์จำนวน 3 แผ่น และอีก1 ประโยคคือก็อปปี้รวมของแคมเปญ

ก็อปปี้รวม : ตาบอดไม่ใช่จุดบอดในการทำงาน

ก็อปปี้ แผ่นที่ 1 : การตาบอดไม่ได้เป็นปัญหาในการเข้าสังคม

ก็อปปี้ แผ่นที่ 2 : คนตาบอดทำงานได้ แค่มีวิธีที่แตกต่าง

ก็อปปี้ แผ่นที่ 3 : ทำงานผิดพลาดเกิ40ดขึ้นได้กับทุกคนไมาใช่แค่คนตาบอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6
ผลงานจริง

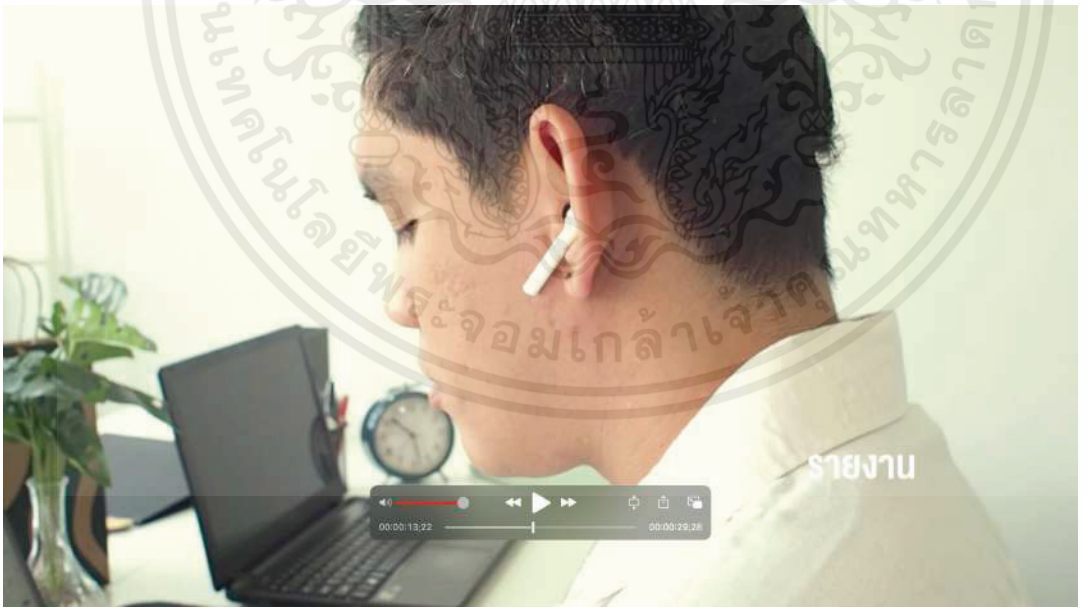
6.1 โลโก้

ภาพที่ 6.1 โลโก้ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 โฆษณาวิดีโอ

ภาพที่ 6.2 คลิปโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 1



ภาพที่ 6.3 คลิปโฆษณา Normal life office man ตัวที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 โปสเตอร์

ภาพที่ 6.4 โปสเตอร์ INVISBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.5 โปสเตอร์ INVISBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.6 โปสเตอร์ INVISBLE EMPLOYEE แผ่นที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

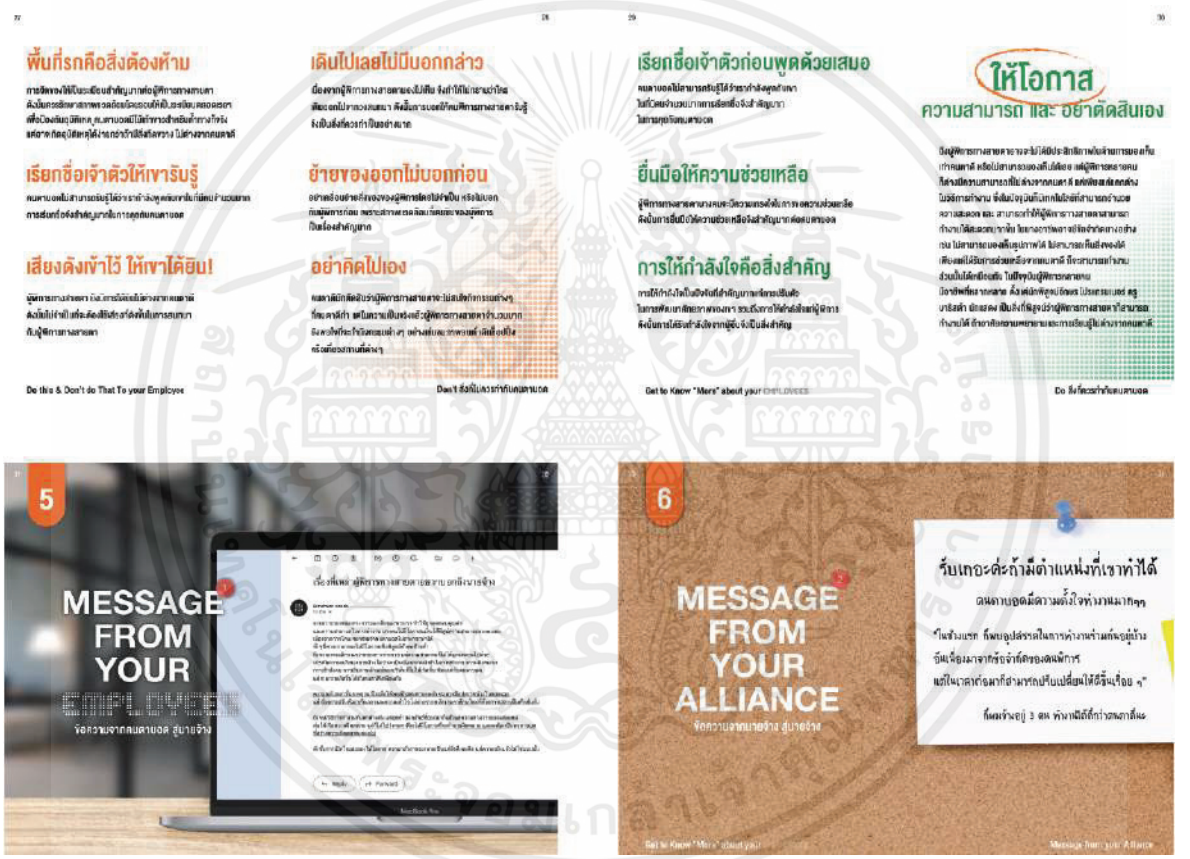
6.4 บุ๊คเลท

ภาพที่ 6.7 บุ๊คเลท GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOU EMPLOYEE 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.8 บุ๊คเลท GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOU EMPLOYEE 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.9 บุ๊คเลท GET TO KNOW “MORE” ABOUT YOU EMPLOYEE 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7
บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

แคมเปญ INVISIBLE EMPLOYEE เป็นแคมเปญที่ตั้งใจเพื่อให้นายจ้างมีความรู้เกี่ยวกับผู้พิการมากขึ้น และกล้าที่จะรับจ้างผู้พิการเข้าทำงานเนื่องจากความสามารถทางการมองเห็นเป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อการใช้ชีวิต รวมถึงด้วยความเป็นเรื่องไกลตัวของคนตาดี เกี่ยวเนื่องด้วยการศึกษาของในประเทศไทยที่ให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผู้พิการน้อย จึงทำให้ยังมีนายจ้างรวมถึงคนทั่วไปอีกจำนวนมากที่อาจจะไม่ได้มีความรู้ในด้านการทำงานของผู้พิการ จึงไม่กล้าที่จะรับผู้พิการเข้าทำงานเพราะคิดว่าผู้พิการทางสายตาไม่มีทางทำได้ เพราะไม่รู้ถึงความสามารถต่างๆของผู้พิการทางสายตา

7.2 ปัญหา และข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากประเทศไทยมีข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตาแบบเลือนรางน้อย จึงทำให้มีการหาข้อมูลยากขึ้น ไม่มีภาพจำลองการมองเห็นของผู้พิการทางสายตาแบบเลือนราง และการหาข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพที่รับผู้พิการเข้าทำงานค่อนข้างเป็นเรื่องยาก เพราะส่วนมากจะให้ความเห็นในด้านการความสนใจและการสนับสนุน แต่นายจ้างที่เคยรับผู้พิการทางสายตาเข้าทำงานจริงๆมีจำนวนไม่มากนัก รวมถึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน จึงต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้พิการทางสายตาและการปฏิบัติตัวกับผู้พิการทางสายตาก่อนเข้าสัมภาษณ์กับผู้พิการทางสายตา แต่ผ่านมาได้ด้วยดีและเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์เป็นอย่างมาก

7.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้พิการทางสายตามีความสามารถไม่ต่างจากคนตาดี ซึ่งทางผู้จัดทำอยากให้นายจ้างเปิดใจที่จะจ้างผู้พิการทางสายตา ในแง่ทุกความกลัวของนายจ้างคือเรื่องที่สามารถเกิดขึ้นได้ไม่ว่ากับใครก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการเกิดอุบัติเหตุ การทำงานผิดพลาดการเข้าสังคมในที่ทำงาน ทุกอย่างขึ้นกับตัวบุคคล ทุกคนย่อมต้องมีความเรียนรู้และใช้เวลากว่าจะชำนาญและผู้จัดทำเชื่อว่าถ้าผู้พิการทางสายตาทำงานได้ไม่ต่างจากคนตาดีหากนายจ้างให้เวลาปรับตัว ยื่นความช่วยเหลือและให้โอกาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้ในด้านความสามารถและการใช้ชีวิตของผู้พิการทางสายตา
รวมถึงการมองเห็น ทำให้มีความเข้าใจในผู้พิการทางสายตามากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ฐิติพร รัตนพจนารถ .2547 . สายตาเลือนราง. การใช้สายตาให้ได้ประโยชน์สูงสุด เวชสารแพทย์ทหารบก เข้าถึงได้จาก: https://rtamedj.pmk.ac.th/Vol_57/57-3-8.pdf

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ .2565. รายงานข้อมูลด้านสถานการณ์ผู้พิการในประเทศไทย ใเข้าถึงได้จาก : https://dep.go.th/images/uploads/files/Situation_mar65.pdf

ARIZONA CENTER FOR THE BLIND AND VISUALLY IMPAIRED, INC.2011 - 2014 . Perception of Blindness. เข้าถึงได้จาก http://vision.acbvi.org/slide3.html

กรเกล้า สวัสดีสวนีย์. 2006 . JOURNAL OF NURSING SCIENCE Vol.24 No.2 May-August https://ns.mahidol.ac.th/english/journal_NS/pdf/vol24/Issue2/kornglow.pdf

อาจารย์ ณัฐพล วงษ์คำช้าง .การดูแลผู้ป่วยสายตาเลือนราง . เข้าถึงได้จาก . http://www.tec.in.th/news/news_170556_02.pdf

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล บุณยวีร์ วัฒนะนิธิวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด 5 ธันวาคม 2543
ที่อยู่ 61 พุทธมณฑลสาย 2 ซอย 21/1 แยก 8 แขวงศาลาธรรมสพน์
เขตทวีวัฒนา กรุงเทพ 10170
ข้อมูลติดต่อ โทร. 0957506964
Boonyavee.w2543@gmail.com

ประวัติการศึกษา

2555 - 2559 (ปีการศึกษา2554 - 2558) โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
2566 (ปีการศึกษา2565) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้