อภินันทนาการ

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

สำนักหอสมุด

นฤมล ศรีกิ้ม

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน 17 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน 1603343X
เลขเรียกหนังสือ ว HM
263
น 2767
2555

ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ

การศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาออกแบบสื่อนวัตกรรม

มีนาคม พ.ศ.2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

THE PUBLIC RELATION MEDIA DESIGN FOR PATTARARESORT AND SPA

NARUEMON SRIKIM

Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University

in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Bachelor of Fine and Applied Arts Degree Innovative Media Design

March 2012

Copyright 2012 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์เรื่อง " การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธาราวีสอร์ท แอนด์ สปา " ของ นางสาว นฤมล ศรีกิ้ม เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ สาขาวิชาออกแบบสื่อนวัตกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร

.....

(อาจารย์ดนัย เรียบสกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

อนุมัติ

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เฉลิมชัย เงารังษี)

คณบดีคณะสถาปัตกรรมศาสตร์

มีนาคม พ.ศ. 2555

ชื่อเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ผู้วิจัย นางสาวนฤมล ศรีกิ้ม

ประธานที่ปรึกษา อาจารย์ดนัย เรียบสกุล

ประเภทสารนิพนธ์ ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบสื่อนวัตกรรม,

มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อสร้างแรง จูงใจให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่กำลังหาที่พักที่มีความสวยงามทางธรรมชาติที่โดดเด่น อยู่ใจกลางเมืองพิษณุโลก ได้เข้ามาใช้บริการกับทางรีสอร์ทแห่งนี้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และนำ เสนอความเป็นตัวตนที่ชัดเจนของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

การดำเนินงานวิจัยมีแนวทางในการออกแบบ โดยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลทางภาคเอกสาร และข้อมูลวิจัยทางภาคสนามที่เกี่ยวข้องกับภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา สำหรับปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์ของภัทธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา มีความสวยงามและความชัดเจน ในการสื่อความเป็นตัวตนของทางรีสอร์ทได้ระดับหนึ่ง ซึ่งสื่อยังขาดความหลากหลาย ในการจะประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลทั่วไปได้อย่างทั่วถึง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นให้กับทางรีสอร์ท จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการจะดึงดูดและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจจะหาที่พัก เมื่อมาจังหวัดพิษณุโลกได้อย่างทั่วถึงได้เห็นและเข้าใจความ เป็นตัวตนที่ชัดเจนของทางรีสอร์ท ผ่านสื่อก่อนเข้ามาใช้บริการในเรื่องของความสวยงามทางธรรมชาติซึ่งอยู่ใจกลางเมืองที่หาไม่ได้ง่ายๆ ความสะดวกในการให้บริการที่ครบครัน และบรรยากาศความเป็นส่วนตัวอย่าง แท้จริง จึงออกแบบโดยใช้ข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ของทางรีสอร์ท ที่มีอยู่เดิม มาเป็นแนวทางในการออกแบบเพิ่มเติม ให้หลากหลายและสื่อความหมายให้ได้มากยิ่งขึ้น ให้มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากการได้รับความอนุเคราะห์ จากผู้ที่มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบพระคุณ พ่อ แม่ ที่เคารพรัก เพื่อนๆ ทุกท่าน ที่มอบความรัก กำลังใจ คำแนะนำที่ดีและสนับสนุนในการศึกษาที่มอบให้กับผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ดนัย เรียบสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ที่ได้สละเวลา ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ และขอขอบพระคุณสำหรับคำติชมที่มีคุณประโยชน์อย่างยิ่งที่เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาในการศึกษาและ ทำการวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน มอบความรู้ ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาที่ดี ตลอดจนตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา ที่ได้ให้ข้อมูล คำแนะนำ และแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่างๆ ในการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูล ซึ่งเปรียบเสมือนครูผู้ให้ความรู้และข้อมูลเพื่อเป็นวิทยาทานแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ในภาควิชาศิลปะและการออกแบบในภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุขกัน คอยให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ให้ความช่วยเหลือกันเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมี ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแก่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

นฤมล ศรีกิ้ม

สารบัญ

บทที่ หน้า

1 บทนำ.....1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....2

ความสำคัญของการวิจัย.....2

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....2

ขอบเขตของการวิจัย.....2

วิธีดำเนินการวิจัย.....3

นิยามศัพท์.....3

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....5

1. เอกสารที่เกี่ยวกับสถานที่.....6

1.1 ประวัติความเป็นมาของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา.....6

1.2 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา.....7

2. เอกสารและงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....17

2.1 ความหมายของการออกแบบ.....17

2.2 ความสำคัญของการออกแบบ.....18

2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ.....18

2.4 ประเภทของการออกแบบ.....23

2.5 แนวคิดในการออกแบบ.....26

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์.....27

3.1 ประวัติของสื่อสิ่งพิมพ์.....27

3.2 ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์.....28

3.3 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์.....30

3.4 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์.....32

3.5 กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์.....32

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ **หน้า**

4. เอกสารที่เกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก.....40

4.1 ความหมายของกราฟิก.....42

4.2 ประเภทของกราฟิก.....42

4.3 งานกราฟิกบนสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป.....47

5. เอกสารที่เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดีย.....50

5.1 ความเป็นมาของสื่อมัลติมีเดีย.....50

5.2 องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย.....53

6 เอกสารเกี่ยวกับจดหมายทางตรง.....57

6.1 ความหมายของจดหมายทางตรง.....57

6.2 ลักษณะพิเศษของจดหมายทางตรง.....57

6.3 หน้าที่พิเศษต่างๆ ของจดหมายทางตรง.....57

6.4 รูปแบบของจดหมายทางตรง.....58

3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....60

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเว็บไซต์และเอกสารต่างๆ.....60

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม.....61

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....62

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาและการสร้างสรรค์.....62

ขั้นตอนที่ 5 สรุปและประเมินผล.....64

4. การวิเคราะห์และการออกแบบพัฒนา.....63

บทวิเคราะห์และข้อสรุป.....63

ขั้นตอนการร่างแบบ.....66

การพัฒนาและการสร้างสรรค์.....68

การจัดแสดงผลงานการออกแบบ.....80

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ **หน้า**

5. **สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**.....86

สรุปผลการออกแบบ.....86

ข้อเสนอแนะ.....87

บรรณนานุกรม.....90

ภาคผนวก.....91

ก. ภาพแสดงชิ้นงานแบบสมบูรณ์.....92

ข. ภาพแสดงการจัดโชว์ผลงาน ที่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จังหวัด พิษณุโลก.....97

ประวัติผู้วิจัย.....99

บัญชีภาพ

ภาพ **หน้า**

ภาพที่ 2.1 ภาพของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา.....6

ภาพที่ 2.2 สระว่ายน้ำ.....8

ภาพที่ 2.3 ห้องฟิตเนส.....8

ภาพที่ 2.4 ห้องสมุดและอินเตอร์เน็ต.....9

ภาพที่ 2.5 ห้องอาหารต้นตาล.....9

ภาพที่ 2.6 ห้องประชุมสัมมนาและรับรองจัดงานเลี้ยง.....10

ภาพที่ 2.7 สปา.....11

ภาพที่ 2.8 Superior room.....12

ภาพที่ 2.9 Deluxe room.....12

ภาพที่ 2.10 Fioat Villa.....13

บัญชีภาพ(ต่อ)

ภาพ **หน้า**

ภาพที่ 2.11 Pool Villa....13

ภาพที่ 2.12 กริด....35

ภาพที่ 2.13 เมนูสคริปต์กริด....37

ภาพที่ 2.14 คอลัมน์กริด....38

ภาพที่ 2.15 โมดูลาร์กริด....38

ภาพที่ 2.16 ไฮราซิคัลกริด....39

ภาพที่ 2.17 ภาพวาดกราฟิกมนุษย์โบราณ....41

ภาพที่ 4.1 Mood and Tone จากตราสัญลักษณ์....66

ภาพที่ 4.2 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 1....66

ภาพที่ 4.3 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 2....67

ภาพที่ 4.3 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 3....67

ภาพที่ 4.2 แสดงแบบ(Sketch) ใบปลิว....68

ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงใบปลิวแบบสมบูรณ์....68

ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงใบปลิวแบบสมบูรณ์....69

ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงนามบัตร....69

ภาพที่ 4.6 แสดงโปสเตอร์แบบป้ายญี่ปุ่น....70

ภาพที่ 4.7 แสดงปฏิทินแบบสมบูรณ์....71

ภาพที่ 4.8 แสดงปฏิทินแบบสมบูรณ์....72

ภาพที่ 4.9 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท....73

ภาพที่ 4.10 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท....74

ภาพที่ 4.11 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท....75

ภาพที่ 4.12 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา....76

ภาพที่ 4.13 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา....77

ภาพที่ 4.14 แสดง Direct mail....78

ภาพที่ 4.15 แสดงบรรจุซีดีภาพยนตร์โฆษณา....79

บัญชีภาพ(ต่อ)

ภาพ **หน้า**

ภาพที่ 4.16 แสดงแบบ(Sketch) บูธครั้งที่ 1.....80

ภาพที่ 4.17 แสดงแบบ(Sketch) บูธครั้งที่ 2.....80

ภาพที่ 4.18 แสดงบูธนิทรรศการ.....81

ภาพที่ 4.19 แสดงบูธนิทรรศการ.....82

ภาพที่ 4.20 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....83

ภาพที่ 4.21 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....83

ภาพที่ 4.22 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....82

ภาพที่ 4.23 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....82

ภาพที่ 4.24 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....83

ภาพที่ 4.25 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....83

ภาพที่ 4.26 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....84

ภาพที่ 4.27 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ.....84

ภาพที่ 4.26 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์และวีดิโอโฆษณา.....85

บทที่1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นรีสอร์ทขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก มีความโดดเด่นด้านบริการสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่หลากหลายมีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดด้วยรูปแบบโรงแรมที่เป็นรีสอร์ทธรรมชาติใจกลางเมือง สำหรับนักธุรกิจ ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกที่ต้องการใช้เวลา สำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง และต้องการสัมผัสบรรยากาศความเป็นส่วนตัว

ภัทธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา สร้างขึ้นด้วยรูปแบบทันสมัย เป็น Chic Resort แห่งแรกในจังหวัดพิษณุโลก มีรูปแบบที่ทันสมัย และความเป็นธรรมชาติผสมกันได้อย่างลงตัวด้วยบรรยากาศที่ให้ความรู้สึกสงบ มีความเป็นส่วนตัว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมอย่างครบครัน โดยไม่ต้องออกไปใช้บริการข้างนอก ทำให้โรงแรมแห่งนี้มีค่าเช่าห้องพักในราคาค่อนข้างสูง จุดเด่นของโรงแรมนี้อยู่ที่ความเป็นรีสอร์ททางธรรมชาติที่สวยงาม มีบรรยากาศที่ทำให้หลายคนที่มาพักมักหลงใหล ในความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริงแม้จะอยู่ใจกลางเมืองพิษณุโลก และยังเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยตลอดเวลา

จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ของทางโรงแรมที่มีอยู่ปัจจุบัน มีความสวยงามและมีความชัดเจนในเรื่องรูปลักษณ์ของรีสอร์ทได้อย่างดี แต่เนื่องด้วยสื่อที่มีอยู่ยังไม่หลากหลายมากพอประกอบกับรีสอร์ทแห่งนี้เพิ่งเปิดตัวได้ไม่นาน จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก ฉะนั้น การที่จะมีสื่อประชาสัมพันธ์ เพิ่มขึ้นที่มีความหลากหลายไปจากเดิม อาทิเช่น โปสเตอร์ ใบปลิว วีดิโอโฆษณา หนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท direct mail สื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา และสื่ออีกบางส่วนที่นำมาพัฒนาเพิ่มเติมจากสื่อที่มีอยู่ นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการจะประชาสัมพันธ์เชิญชวนและดึง ดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดพิษณุโลกอีกด้วย

2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

2.2 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

3. ความสำคัญของการวิจัย

3.1 ผลของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปใช้ได้จริงในการนำไปประชาสัมพันธ์ ให้กับภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

3.2 สื่อประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งให้ความสนใจ และรู้จักภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เพิ่มมากขึ้น

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

4.1 ส่งเสริมให้โรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มีผู้สนใจมาใช้บริการมากขึ้น

4.2 ส่งเสริมให้โรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้น

4.3 ผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มีความเข้าใจข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

5. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อแนะนำข้อมูลและสถานที่ของ ภัทธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา โดยมีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดังนี้

5.1 สื่อสิ่งพิมพ์

5.1.1 โปสเตอร์	ขนาด 80 x 30 cm.	จำนวน	1	ชิ้น
5.1.2 นามบัตร	ขนาด 8.5 x 5.5 cm.	จำนวน	30	ใบ
5.1.3 ใบปลิว	ขนาด 25 x 15 cm.	จำนวน	6	แผ่น
5.1.4 หนังสือแนะนำรีสอร์ท	ขนาด 63 x 29 cm.	จำนวน	1	เล่ม
5.1.5 ปฏิทินตั้งโต๊ะ	ขนาด 26 x 18 cm.	จำนวน	2	ชิ้น
5.1.6 สื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา	ขนาด 40 x 24 cm.	จำนวน	1	ชิ้น

5.2 สื่อภาพเคลื่อนไหวและภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์

5.2.1 ภาพยนตร์โฆษณา	ขนาดความยาว 1.40 นาที			
5.2.2 จดหมายทางตรง (Direct mail)	ขนาด 24 x 17 cm.	จำนวน	3	ชิ้น

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 การค้นคว้าข้อมูลด้านเอกสาร

6.1.1 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จากเว็บไซต์ของรีสอร์ท

6.1.2 ศึกษารายละเอียดเบื้องต้นจากสื่อสิ่งพิมพ์จากทางรีสอร์ท เช่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ

6.2 การหาข้อมูลภาคสนาม

6.2.1 สำรวจสถานที่ของโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

6.2.2 ศึกษาข้องมูลที่ได้จากโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

6.2.3 ถ่ายภาพสถานที่ในส่วนต่างๆ ของโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

6.3 การตรวจสอบข้อมูล

6.3.1 นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง

6.3.2 ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม และจัดลำดับข้อมูล

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

6.4.1 จำแนกข้อมูลตามหัวข้อวัตถุประสงค์ที่วางไว้

6.4.2 เข้าสู่กระบวนการออกแบบ ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

6.5 เรียบเรียงรายงานการวิจัย

7. นิยามศัพท์

การออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้วยการเลือกการจัดวัสดุและเครื่องมือ เพื่อสร้างงานศิลปะที่มีรูปลักษณ์ให้เหมาะสมกับหน้าที่ ในด้านความงาม และอัตถะประโยชน์หรือสร้างสรรค์งานศิลปะบริสุทธิ์ที่มีความมุ่งหมายในความงดงาม ความซาบซึ้ง ความกระเทือนใจ เพื่อให้เกิดความนิยม (วิรัตน์ พิชญไพบูลย์ 2527 หน้า 1)

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้ หลายประเภท หลายหลักเกณฑ์ แต่การกำหนดประเภทของสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึง ลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา หมายถึง รีสอร์ทแห่งหนึ่งสร้างขึ้น ด้วยรูปแบบทันสมัย เป็น Chic Resort แห่งแรกในจังหวัดพิษณุโลก ด้วยการจัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวภายในพื้นที่ 17 ไร่ ประกอบด้วยห้องพักเพียง 64ห้อง สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส, สปา, ห้องสมุด, ห้องอาหาร, โดยแยกห้องประชุมสัมมนาจัดเลี้ยง และพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรม ไว้อย่างเป็นสัดส่วนเพื่อมิให้รบกวนกับผู้ที่พักอยู่ในรีสอร์ท

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาถึงกระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา ผู้วิจัยได้ ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยจากเว็บไซต์ การสัมภาษณ์ และการสืบค้นจากสถานที่จริง ซึ่งประกอบไปด้วย

1. เอกสารที่เกี่ยวกับสถานที่

1.1 ประวัติความเป็นมาของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

1.2 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

2. เอกสารและงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

2.1 ความหมายของการออกแบบ

2.2 ความสำคัญของการออกแบบ

2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ

2.4 ประเภทของการออกแบบ

2.5 แนวคิดในการออกแบบ

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์

3.1 ประวัติของสื่อสิ่งพิมพ์

3.2 ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

3.3 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

3.4 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

3.5 กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

4. เอกสารที่เกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก

4.1 ความหมายของกราฟิก

4.2 ประเภทของกราฟิก

4.3 งานกราฟิกบนสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป

5. เอกสารที่เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดีย

5.1 ความเป็นมาของสื่อมัลติมีเดีย

5.2 องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย

6. **เอกสารเกี่ยวกับจดหมายทางตรง**

6.1 ความหมายของจดหมายทางตรง

6.2 ลักษณะพิเศษของจดหมายทางตรง

6.3 หน้าที่พิเศษต่างๆ ของจดหมายทางตรง

6.4 รูปแบบของจดหมายทางตรง

1. **เอกสารที่เกี่ยวกับสถานที่**

1.1 ประวัติความเป็นมาของโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

บริษัท ภัทรภิญโญ จำกัด หลังจากประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ " โรงแรมเดอะแกรนด์ริเวอร์ไซด์ " ที่ผ่านมา จึงทำให้ คุณธีรชาติ ภัทรภิญโญ กรรมการผู้จัดการ ลงทุนในโครงการ " ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา " มูลค่ากว่า 300 ล้านบาท เป็น รีสอร์ทธรรมชาติใจกลางเมือง อีกหนึ่งทางเลือก สำหรับนักธุรกิจ ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดพิษณุโลก ที่ต้องการใช้เวลาสำหรับการพักผ่อน อย่างแท้จริง และต้องการความเป็นส่วนตัว

"ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา" สร้างขึ้นด้วยรูปแบบทันสมัย เป็น Chic Resort แห่งแรก ในจังหวัดพิษณุโลก ด้วยการจัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวภายในพื้นที่ 17 ไร่ ประกอบด้วย ห้องพักเพียง 64 ห้อง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปา ห้องสมุด โดยแยกห้องประชุม สัมมนา จัดเลี้ยง และพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรม ไว้อย่างเป็นสัดส่วนเพื่อมิให้รบกวนกับผู้ที่พักอยู่ใน ภัทรธารารีสอร์ท แอนด์ สปา บริการท่านด้วยห้องพักทันสมัย รวมทั้งโปรแกรมปรนนิบัติเรือนร่างที่แสนผ่อนคลาย สระใหญ่ลอยฟ้าขนาดใหญ่ และอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรีทั่วทั้งโรงแรม ห้องพักที่ภัทรธารารีสอร์ทมีดีไซน์แบบร่วมสมัย มาพร้อมกับวิวสวนและทะเลสาบ แต่ละห้องติดตั้งเครื่องปรับอากาศ พร้อมระเบียงและเตียงนอนเล่น โทรทัศน์จอแอลซีดี และเครื่องเล่นดีวีดี สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับกิจกรรมสันทนาการของเรา รวมถึงห้องฟิตเนส และห้องสมุดที่เก็บรวบรวมหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ไว้มากมาย รวมทั้งสถานีบริการดีวีดี และอินเทอร์เน็ต ที่ร้านอาหาร Ton-Tan มีพื้นที่กลางแจ้งที่สามารถมองเห็นทะเลสาบ บริการอาหารตะวันออกและอาหารนานาชาติ มีทัศนียภาพที่งดงามภัทรธารารีสอร์ทแอนด์สปาอยู่ห่างจากสนามบินพิษณุโลกประมาณ 15 น. เมื่อเดินทางโดยรถยนต์ สถานที่ใกล้เคียงที่สามารถขับรถไปได้ใกล้ๆ เช่น พระพุทธชินราช และ ไนท์บาซาร์

ภาพที่ 2.1 ภาพของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

1. 2 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นโรงแรมสร้างใหม่สามารถเดินถึงย่านการค้าและธุรกิจได้ รีสอร์ทสร้างใหม่นี้ มีบริการห้องพักโอ่โถง 64 ห้อง ออกแบบอย่างทันสมัย ด้วยบรรยากาศอบอุ่นเป็นกันเอง ด้วยการออกแบบสวยเก๋สไตล์คนเมือง สร้างความลงตัวระหว่างความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และความสนุกสนาน ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มีความเหมาะเจาะลงตัวสำหรับเมืองที่มีชีวิตชีวาอย่างเมืองพิษณุโลก ด้วยการตกแต่งที่เก๋ไก๋และ เต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ออกแบบมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่รักความสนุกสนานสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรมประกอบไปด้วย ดังนี้

1.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

- 41"LCD TVs
- In-room DVD/CD player
- Mini Bar + Refrigerator
- Safe Deposit Box
- Free WiFi internet
- Bathrobes & Slipper
- International direct dial (IDD) Telephone
- Television with satellite channels
- In-room DVD/CD player
- Hairdryer
- Safe Deposit Box
- Security keycard
- Bathrobes & Slipper
- Tea & Coffee making facilities
- Full set of barthroom amenities
- Large bathtub with separate shower

1.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ภายในโรงแรม มีดังนี้

1.2.2.1 สระว่ายน้ำ

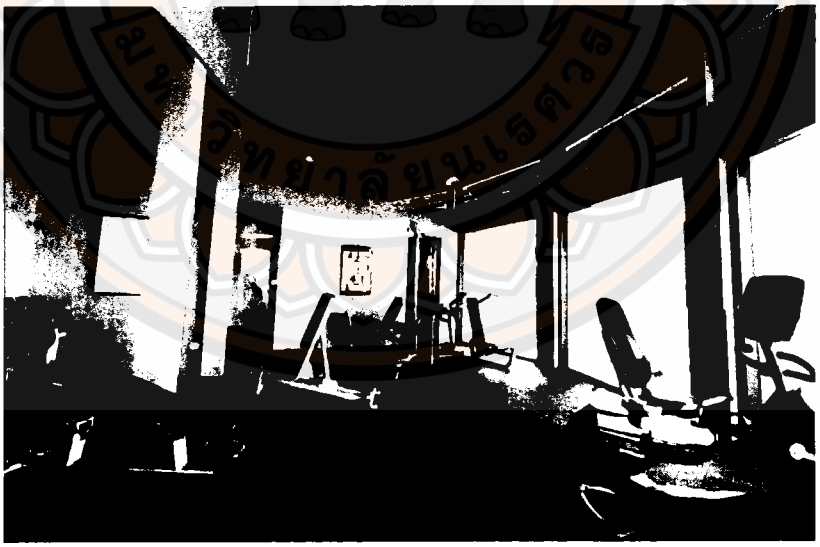
ขนาด 1.2x28x30 เมตร พร้อมจากุซซี่ สนุกไปกับสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ ที่แทบจะมองไม่เห็นขอบสระ โดยรายล้อมไปด้วยบ่อน้ำอันสวยงามและสระว่ายน้ำของเด็กที่ พร้อมจะให้บริการ

ตลอดเวลาสำหรับผู้ใช้บริการตัวน้อยๆ ของเราจะได้เล่นน้ำกันได้อย่างมีความสุขและปลอดภัย

ภาพที่ 2.2 สระว่ายน้ำ

1.2.2.2 ฟิตเนส

มีเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้มาตรฐาน ห้องปรับอากาศที่เต็มไปด้วยอุปกรณ์ออกกำลังกาย รุ่นใหม่ล่าสุด ที่จะทำให้คุณสามารถบริหารกล้ามเนื้อของคุณได้อย่างสมบูรณ์แบบ

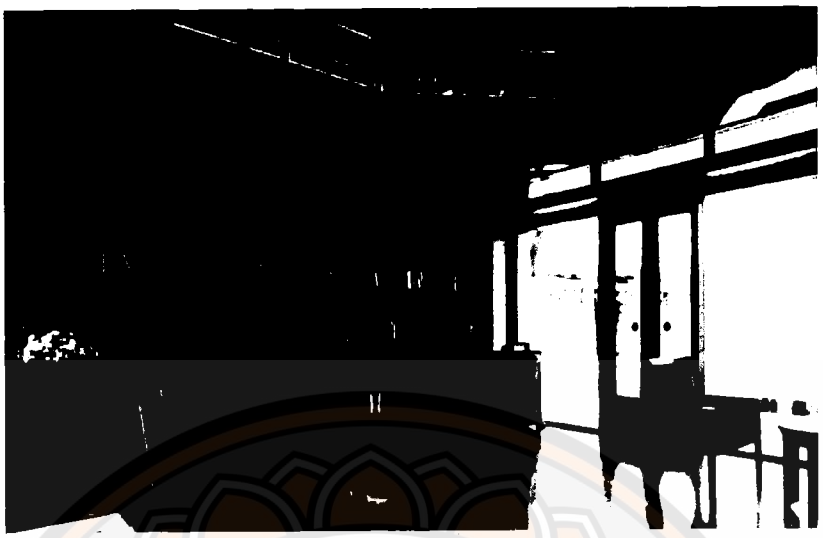


ภาพที่ 2.3 ห้องฟิตเนส

1.2.2.3 ห้องสมุดและอินเตอร์เน็ท

ให้บริการหนังสือต่างๆ มากมาย และยังมีมุมสำหรับผู้ที่ต้องการใช้บริการอินเตอร์เน็ท หากคุณต้องการหลบหลีกจากแดดในช่วงตอนกลางวัน ห้องสมุดที่เต็มไปด้วยนิตยสาร หนังสือ ดีวีดีและ

ห้องอินเตอร์เน็ต แห่งนี้เปิดให้บริการคุณตลอดเวลา พร้อมกับของว่างและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 2.4 ห้องสมุดและอินเตอร์เน็ต

1.2.2.4 ห้องอาหารต้นตาล

ลักษณะแบบครัวเปิด ที่ทำให้ท่านสามารถมองเห็นการทำอาหารจากพ่อครัว ทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ โดยสามารถเลือกนั่งได้ทั้งด้านในห้องอาหา ที่มีเครื่องปรับอากาศหรือ นั่งสบายๆ ด้านนอก เพื่อดูบรรยากาศโดยรอบที่สวนอาหารต้นตาล ทุกมื้อเย็นเป็นมื้อพิเศษเสมอ ภัตตาคารแห่งนี้สามารถมองเห็นทะเลสาบสำคัญได้ โดยรอบทั้งรีสอร์ท รวมทั้งยังตกแต่งด้วยศิลปะแห่งชาวตะวันออก ที่นั่งเล่นต้นตาลเราเสิร์ฟอาหารกลางวัน ของว่างให้คุณตลอดทางริมสระน้ำ

ภาพที่ 2.5 ห้องอาหารต้นตาล

1.2.2.5 รูมเซอร์วิส

ทางรีสอร์ทได้เตรียมรายการอาหารและเครื่องดื่มพิเศษต่างๆ ไว้ให้ท่านเลือกสำหรับท่านที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ภายในห้องพัก

1.2.2.6 พูล ไซด์ บาร์

มีเครื่องดื่มและอาหารว่างไว้คอยบริการ

1.2.2.7 ห้องประชุม-สัมมนา

ตาลโตนด ขนาด 192 ตารางเมตร การประชุมในห้องประชุมตาลโตนดนั้น สามารถอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนได้ตั้งแต่ 10 - 150 คน อีกทั้งหากมีหัวข้อการจัดเลี้ยงแบบพิเศษยัง สามารถจัดเตรียมขึ้นได้ในหลากหลายสถานที่โดยรอบรีสอร์ท เพื่อให้เหมาะกับการจัดเลี้ยงนั้น

1.2.2.8 รองรับการจัดงาน

จัดเลี้ยง 150 ท่าน

ประชุมสัมมนาตั้งแต่ 100 – 160 ท่าน

ภาพที่ 2.6 ห้องประชุมสัมนาและรับรองจัดงานเลี้ยง

1.2.2.9 สปา

เปิดให้บริการครบวงจร เพื่อสุขภาพและความงาม นวดแผนไทย และแบบต่างๆ พวกเรายินดีต้อนรับ คุณสู่ประสบการณ์ที่เหนือกาลเวลา เมื่อคุณก้าวเข้ามาในโลกของภัทรสปาการเดินทางสู่วิถีแห่งสปาจะนำ พาคุณให้พบกับโลกแห่งการพักผ่อนที่จะคืนความอ่อนเยาว์ เพิ่มเสน่ห์และความกระชุ่มกระชวยให้กับคุณ รับรองว่าคุณจะต้องประหลาดใจอย่างแน่นอน ขอให้พวกเราได้ดูแลคุณ ทั้งร่างกาย และจิตใจ ในสถานที่ ที่งดงามอย่างไม่มีจุดสิ้นสุดแห่งนี้ กับคอร์สการดูแลความงาม และบำบัดฟื้นฟูอันแสนสบายของเรา ดื่มด่ำไปกับแก่นแท้ของร่างกายที่สมบูรณ์ พร้อมไปด้วยสมดุลทางจิตใจพวกเรา รอที่จะบริการ คุณอยู่ที่นี่

ภาพที่ 2.7 สปา

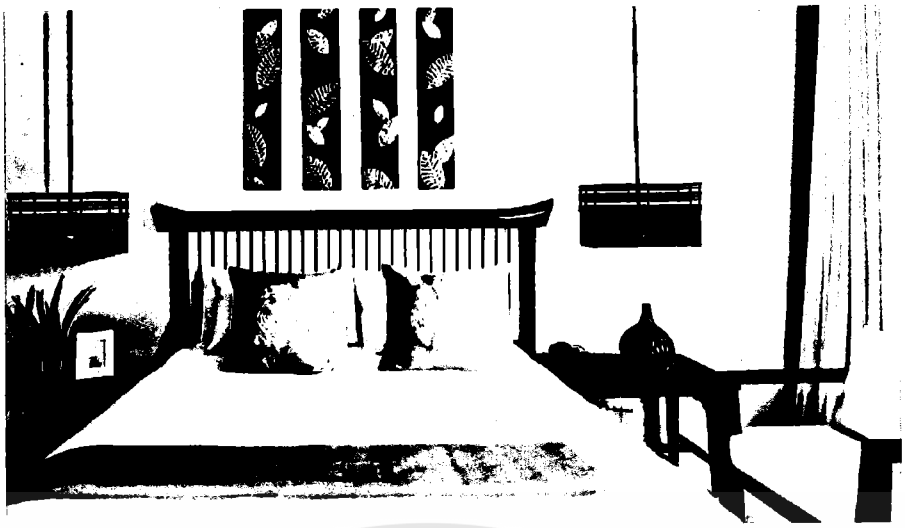
1.2.2.10 บริการต่างๆ

บริการซัก – รีด , แพทย์ ในกรณีฉุกเฉิน , บริการ รับ – ส่ง

1.2.3 ข้อมูลห้องพักแบบต่างๆ

1.2.3.1 Superior room

ห้องชั้นดีของเราประกอบไปด้วย ห้องขนาด 45 ตารางเมตร ที่สวยงาม เตียงนอนแบบคู่ขนาดใหญ่ ห้องน้ำแยก โดยมีฝักบัวที่หรูหรา โทรทัศน์แบบระบบดาวเทียม และยังมีระบบอินเตอร์แบบไฮสปีดให้บริการอีกด้วย



ภาพที่ 2.8 Superior room

1.2.3.2 Deluxe room

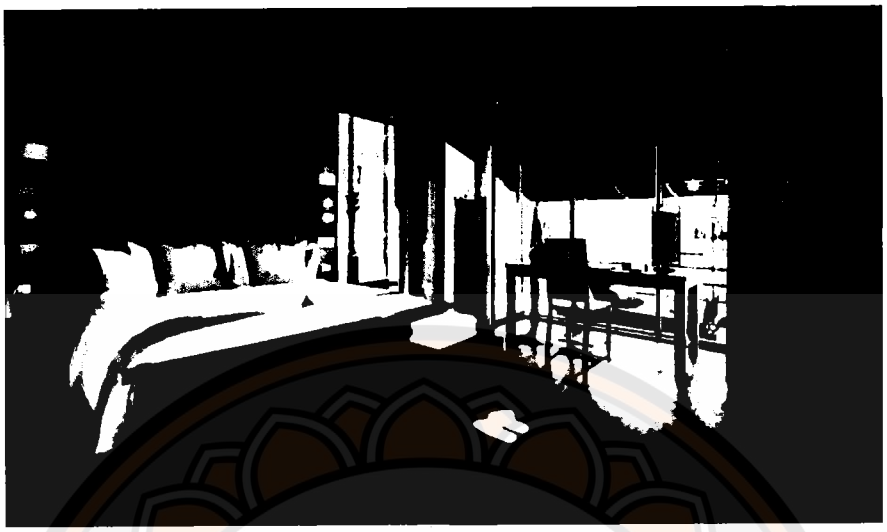
เน้นความสะดวกสบาย และรื่นรมย์ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เบื่อหน่าย และต้องการจะพัก ผ่อนหลังจากทำงานหนักด้วยห้องขนาด 56 ตารางเมตร ผ่อนคลายไปกับเตียงนอนขนาดใหญ่พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย รวมถึงตู้เย็นที่เต็มไปด้วยเครื่องดื่มหลากหลายชนิด ที่มีให้คุณเลือกตามรสนิยมที่คุณต้องการ

ภาพที่ 2.9 Deluxe room

1.2.3.3 Fioat Villa

เป็นบ้านแพลอยน้ำมีอยู่ 2 แห่งด้วยกัน ภายในเป็นห้องพักสุดหรู โดยมีพื้นที่กว่า 100 ตารางเมตร ซึ่งสามารถเห็นดอกบัวอันสวยงามในทะเลสาบได้อย่างสวยงามไม่มีอะไรมาบดบังทัศนียภาพบ้านแต่ละหลัง

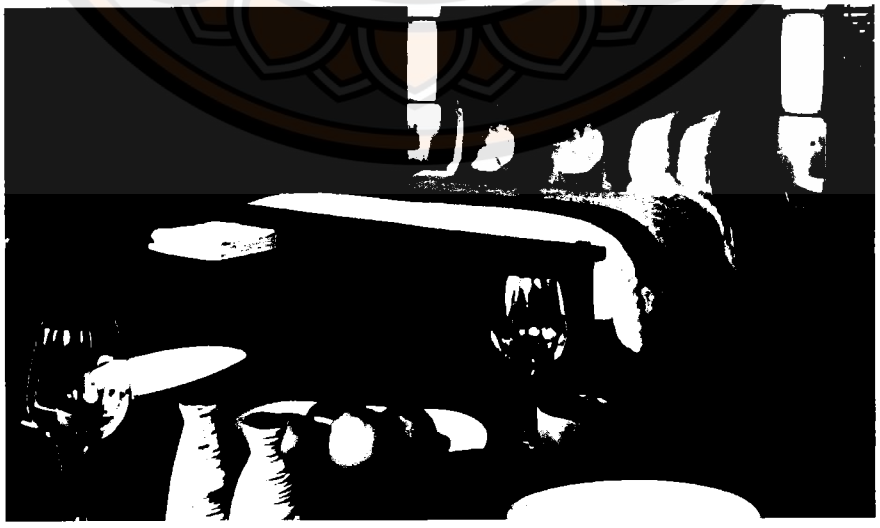
ถูกตกแต่งไปด้วยเตียงขนาดใหญ่และเตียงนอนเล่นส่วนตัวที่เหมาะสม กับคู่รักที่มาฮันนีมูนกัน การออกแบบของบ้านนั้นได้นำแบบอย่างมาจากบ้านลอยน้ำดั้งเดิมของพิษณุโลก โดยเฉพาะ



ภาพที่ 2.10 Fioat Villa

1.2.3.4 Pool Villa

ไม่มีอะไรดีไปกว่าพักอยู่ในบ้านมีสระน้ำของเรา ด้วยพื้นที่กว่า 351 ตารางเมตร จะทำให้วันหยุดของคุณนั้นเต็มไปด้วย ความโรแมนติก ดูเรียบง่ายแต่มีสไตล์ที่โดดเด่น พร้อมทั้งสระ และอ่างอาบน้ำส่วนตัวกลางแจ้งของคุณหมู่บ้านกลางน้ำและสระที่เต็มไปด้วยดอกลีลาวดี พร้อมที่จะมอบความสนุก ให้กับคุณแล้ว



ภาพที่ 2.11 Pool Villa

1.2.4 สถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับโรงแรม

1.2.4.1 วัดพระศรีรัตนะมหาธาตุวรมหาวิหาร

คนท้องถิ่นเรียกว่า "วัดใหญ่" เป็นวัดที่มีประวัติมายาวนาน และถือเป็นวัดที่สำคัญมากที่สุดในจังหวัดพิษณุโลกเพราะเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธชินราชอันมีชื่อเสียงของประเทศไทยวัดใหญ่ตั้งอยู่ที่ปลายสะพานสมเด็จพระนเรศวรที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำของตัวเมือง วัดนี้ถูกสร้างขึ้นในสมัยของพระมหาธรรมราชาที่ 1 (พระยาลิไท) ในปี 1357 นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ขนาดเล็ก ซึ่งแสดงพระพุทธรูปในยุคสมัยอยุธยา และสุโขทัยเอาไว้ รวมถึงสิ่งของสำคัญทางพระพุทธศาสนาเอาไว้ เหมาะแก่การเข้าชมเป็นอย่างมากผู้ที่จะเข้าชมแนะนำให้แต่งกายให้สุภาพถูกกาลเทศะ วัดพระศรีรัตนะมหาธาตุวรมหาวิหาร เปิดทุกวัน ตั้งแต่ 6.30 น. จนถึง 18.00 น. ส่วนพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพระพุทธชินราช นั้นจะเปิดทำการในวันพุธถึงวันอาทิตย์ ตั้งแต่ 9.00 น. จนถึง 16.00 น. และพิพิธภัณฑ์ยังปิดในวันหยุดนักขัตฤกษ์อีกด้วย

1.2.4.2 พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา

ตั้งอยู่ตรงข้ามกับโรงหล่อพระพุทธรูปบูรณาไทย ถนนวิสุทธิ์กษัตริย์ อ. เมือง พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นที่รู้จักกันดี เพราะเป็นที่เก็บรวบรวมศิลปะพื้นบ้าน งานฝีมือ เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา และ เครื่องครัวโบราณ รวมไปถึงเครื่องมือที่ใช้สำหรับประกอบอาชีพทางการเกษตร และอุปกรณ์ที่ใช้กันในครัวเรือนมาจัดแสดงไว้ที่พิพิธภัณฑ์นี้ด้วย

1.2.4.3 วัดนางพญา

ตั้งอยู่ริมแม่น้ำน่านฝั่งตะวันออก ทางใต้ของวัดพระศรีมหาธาตุ พระอุโบสถมีลักษณะพิเศษคือ ที่ชายคาตกแต่งด้วยนาค 3 เศียร มีลักษณะอ่อนช้อยงดงาม พิจารณาดูตามชื่อแล้ว วัดราชบูรณะน่าจะเป็นวัดที่พระมหากษัตริย์ทรงสร้าง เชื่อว่าเป็นสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนารถ เนื่องจากทรงประทับอยู่ที่เมืองพิษณุโลกถึง 25 ปี และทรงมีบทบาททางบำรุงพระศาสนาที่พิษณุโลกมากที่สุด

ตั้งอยู่บริเวณเดียวกับวัดราชบูรณะถัดไปทางทิศตะวันออก มีลักษณะสถาปัตยกรรมสมัยเดียวกับวัดราชบูรณะ ต่างกันที่วัดนางพญาไม่มีพระอุโบสถมี แต่วิหารวัดนี้มีชื่อเสียงในด้านพระเครื่องเรียกว่า พระนางพญา ซึ่งเล่าลือกันถึงความศักดิ์สิทธิ์ พระนางพญาเป็นสุดยอดพระหนึ่งในชุดเบญจภาคี พระเครื่องนางพญามีชื่อเสียงทางด้านเมตตามหานิยมโดยเฉพาะสุภาพสตรีที่เป็นนักปกครองและหัวหน้างาน ต้องดูแลลูกน้องจำนวนมาก โดยจะมีความเชื่อว่าจะทำให้ผู้ใต้ปกครองยำเกรงประดุจ “นางพญา”

ปัจจุบันหาได้ยากมาก มีก็แต่ที่ได้สร้างจำลองขึ้นภายหลัง มีการพบกรุพระเครื่องครั้งแรกใน พ.ศ. 2444 และครั้งหลังเมื่อ พ.ศ. 2497

1.2.4.4 เทศกาลการแข่งเรือ

เทศกาลการแข่งเรือยาวนั้นได้ถูกจัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ ปี โดยจัดขึ้นช่วงเข้าพรรษาของไทย (ประมาณเดือนกันยายน หรือตุลาคม) ในวันที่มีน้ำขึ้นสูงสุด เทศกาลนี้ถูกจัดขึ้นในจังหวัดที่มีแม่น้ำขนาดใหญ่ไหลผ่าน โดยคนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ เช่น จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดพิจิตร ที่มีแม่น้ำน่านและ จังหวัดอ่างทอง จังหวัดอยุธยา จังหวัดปทุมธานี ที่มีแม่น้ำเจ้าพระยา เรือที่ใช้ในการแข่งนั้นผู้แข่งขันจะเลือกทำจากไม้มงคล ตามความเชื่อของแต่ละท้องที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมแข่งขันจะทำการฝึกซ้อม และคัดเอาฝีพายที่มีความเหมาะสม ที่พร้อมมากที่สุดเป็นตัวแทน เพื่อเข้าร่วมการแข่งขันในเทศกาลนี้ การแข่งขันเรือยาว ถือเป็นเทศการหนึ่งของไทย ที่มีการจัดอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่สมัยอยุธยา (ประมาณ 600 ปีก่อน) ซึ่งการเตรียมความพร้อมสร้างเสริมขวัญ เพิ่มพลังใจ และความกล้า ให้กับฝีพายนั้น ก็เปรียบเหมือนกับการสร้างเสริมพลังให้แก่คนไทยทุกคนในประเทศ มีความพร้อมที่จะทำสงครามกับศัตรูที่มารุกรานได้ทุกเวลา

ณ ปัจจุบันนี้ เทศกาลแข่งขันเรือยาวถือเป็นกีฬาของประเทศไทยอย่างหนึ่ง มีรางวัลเป็นถ้วยพระราชทานจากพระมหากษัตริย์ในราชวงจักรีหรือตัวแทน เป็นคนมอบให้รวมถึงได้ทั้งชื่อเสียงและเกียรติยศอีกด้วย ดังนั้นมันเป็นรางวัลแห่งชัยชนะที่ทุกคนพยายามที่จะไขว่คว้าให้ได้มาแต่อย่างไรก็ตามการแข่งนี้ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสุขสนุกสนานที่ไม่ใช่เฉพาะฝีพายเท่านั้น ที่ได้รับแต่รวมไปถึงประชาชนในท้องที่และผู้เข้าชมโดยรอบด้วยที่จะได้รับความสุขนี้ ดังนั้นการแข่งขันเรือยาว ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ ปี ในจังหวัดที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปีนี้จังหวัดพิจิตร ได้จัดขึ้นในวันที่ 2 - 3 กันยายน และ จังหวัดพิษณุโลก ปีนี้ได้จัดขึ้นในวันที่ 16-17 กันยายน จึงถือเป็นเทศกาลที่น่าสนใจ และน่าเข้าร่วมมากที่สุดของประเทศไทย ซึ่งผู้ชมคนไทย และนักท่องเที่ยว สามารถสัมผัสได้ นอกจากนี้ผู้ชมยังสามารถชมความสวยงามในการตกแต่งเรือยาวที่ถูกสร้างขึ้นตามความเชื่อของแต่ละท้องที่รวมถึงร่วมลุ้นไปกับความพร้อมเพรียง และความตั้งมั่นที่จะคว้าเอาชัยชนะมาสู่ท้องถิ่นของตัวเองของฝีพายได้อีกด้วย

1.2.4.5 สุโขทัย

ตั้งอยู่ทางใต้ของภาคเหนือโดยจากกรุงเทพมายังทิศเหนือ 427 กิโลเมตร หรือ ประมาณ 298 กิโลเมตรมาทางใต้ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทั้งจังหวัดปกคลุมไปด้วยพื้นที่ 6596 ตารางกิโลเมตรและแบ่งเป็น 9 อำเภอ ประกอบไปด้วย อำเภอเมืองสุโขทัย อำเภอบ้านด่านลานหอย อำเภอคีรีมาศ อำเภอกงไกรลาศ อำเภอสวรรคโลก อำเภอศรีนคร อำเภอศรีสำโรง อำเภอศรีสัชนาลัย อำเภอทุ่งเสลี่ยม สุโขทัย เป็นอาณาจักรแรกของคนไทยในคาบสมุทรนี้ โดยมี 2 ขุนศึก พ่อขุนผาเมือง และ พ่อขุนบางกลางหาว รวมกำลังทหารคอยต่อสู้กับเขมรซึ่งมีจักรวรรดิ ที่กว้างขวางตลอดแนวของซีกโลกนี้เป็นผู้บังคับบัญชาอยู่พวกเขาขับไล่เขมรออกไปจากสุโขทัย และได้ยึดเอาชายแดนที่สำคัญของเขมรมาเป็นเมืองหลวงของพวกเขา

ในปี 1238. พ่อขุนบางกลางหาว ถูกยกย่องโดยประชาชนให้เป็นกษัตริย์ เมื่อปราบดาภิเษกเป็นกษัตริย์ แล้วได้มีชื่อใหม่ว่า "พ่อขุนศรีอินทราทิตย์" พ่อขุนศรีอินทราทิตย์มีพระโอรส 2 องค์ คือ พ่อขุนบานเมือง และพ่อขุนรามคำแหง หลังจากที่สวรรคต พ่อขุนบานเมืองก็ได้ครองราชย์ต่อและปกครอง เช่นเดียว กับพ่อขุนศรีอินทราทิตย์ และหลังจากนั้นพ่อขุนรามคำแหง ได้ขึ้นครองราชย์ต่อจากพ่อขุนบานเมืองในปี 1278 เป็นเวลาถึง 40 ปีซึ่งพ่อขุนรามคำแหงถือ เป็นกษัตริย์องค์แรกของประเทศไทยที่ยอดเยี่ยมที่สุด

1.2.4.6 ล่องแพ

ลำน้ำเข็ก เป็นลำน้ำที่กำเนิกจากเทือกเขาเพชรบูรณ์ ในเขตอำเภอ เขาค้อ แล้วไหลผ่านอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวงเป็นน้ำตกศรีดิษฐ์ น้ำตกแก่งโสภาที่เลื่องชื่อของพิษณุโลกน้ำตกปอยน้ำตกแก่งซอง และน้ำตกวังนกแอ่นแล้วไหลผ่านอำเภอวังทอง ก็ถูกเปลี่ยนชื่อเป็นแม่น้ำวังทอง ไปรวมกับแม่น้ำที่อำเภอบางกระทุ่ม

เมื่อลำน้ำเข็กไหลเชี่ยวมากที่สุด มันแทบจะคาดเดาระดับความเชี่ยวกรากไม่ได้เลยทีเดียว และนี่จะสร้างการกระเด็นกระดอน ซึ่งเกือบจะถูกเรียกได้ว่า มีการสลับสับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องรวดเร็วแบบ ไร้ทิศทางมากที่สุด โดยนักล่องแก่งส่วนมากจะให้คะแนนจากความสนุกและระยะทางความสั้นยาวของการล่องแก่งที่ลำน้ำเข็กนี้ มีช่วงที่กระแสน้ำรุนแรงแบ่งออกเป็น แก่งเล็กแก่งน้อยอย่างชัดเจน ที่แก่งปากยางจะผ่านไปอย่างรวดเร็วมากตลอดระยะทาง 100 มิเตอร์ ขณะที่แก่งรัชมังคลาจะมีการกระเด็นกระดอนอย่างมาก ,ที่แก่งซางจะเป็นชั้นน้ำตกอยู่หนึ่งชั้น และ ที่แก่งโสภารามจะเป็นแก่งรูปตัวเอส โดย

การล่องแก่งจะสิ้นสุดที่วังน้ำเย็นรีสอร์ทโดยอัตราค่าบริการจะอยู่ที่ 750 ต่อคน (4 คนเป็นอย่างต่ำ) สำหรับการอุปกรณ์การล่องแก่ง และการขนส่ง จะอยู่ที่ 5,500 บาท สำหรับเรือที่จุคนได้8 คน (8 คนสูงสุด)

เอกสารและงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

2.1 ความหมายของการออกแบบ

ความหมายของการออกแบบ ได้มีผู้ให้คำนิยามคำว่า การออกแบบ ต่างๆกันดังนี้

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น เราจะทำเก้าอี้นั่งซักตัวจะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอนโดยต้องเริ่มเลือกวัสดุที่จะใช้ทำเก้าอี้นั้นจะใช้วัสดุอะไรที่เหมาะสม วิธีการต่อยึดนั้นควรใช้กาว ตะปูนอต หรือใช้ข้อต่อแบบใด คำนวณสัดส่วนการใช้งานให้เหมาะสม ความแข็งแรงของเก้าอี้นั่งมากน้อยเพียงใด สีสันควรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม และทนทานกับการใช้งาน เป็นต้น

การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและ ความสวยงาม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ เป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากเป็นการสร้างค่านิยมทางความงาม และสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน การออกแบบ เป็นศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างน่าพึงพอใจ

สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสัสดิ์กุล (2529) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ เป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิด อันอาจจะเป็นโครงการหรือรูปแบบที่นักออกแบบกำหนดขึ้นด้วยการจัด ท่าทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง รูปแบบ และวัสดุต่างๆ โดยมีกฎเกณฑ์ทางความงาม

วิรุณ ตั้งเจริญ (2527) ให้ความเห็นว่าการออกแบบคือ การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยวาง แผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยวัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น

อารี สุทธิพันธุ์ (2527) ให้ความหมายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบ หมายถึงการรู้จักวางแผน เพื่อที่จะลงมือกระทำตามที่ต้องการและรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ สำหรับการออกแบบ

อีกความหมายหนึ่งที่ให้ไว้ หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบผลงานที่มีอยู่แล้ว หรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม ให้มีความแปลกความใหม่เพิ่มขึ้น

พาศนา ตัณฑลักษณ์ (2526,หน้า293) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ เป็นการสร้างสรรค์ โดยมีแบบแผนตามความประสงค์ที่กำหนดไว้

Goldstein (1968) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ คือการเลือก และการจัดสิ่งต่างๆ (วัตถุสิ่งของหรือเรื่องราวเนื้อหา) ด้วยจุดมุ่งหมายสองอย่าง คือ เพื่อให้มีระเบียบ และให้มีความงาม

2.2 ความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบมีความสำคัญและคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของเราทั้งทางด้านร่างกายอารมณ์และทัศนคติ ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของเรา เช่น

2.2.1 การวางแผนการการทำงาน งานออกแบบ จะช่วยให้การทำงานเป็นไป ตามขั้นตอนอย่างเหมาะสม และประหัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบคือ การวางแผนการทำงานที่ดี

2.2.2 การนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ ตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจ ระหว่างกัน

2.2.3 สามารถอธิบายรายละเอียด เกี่ยวกับงาน งานบางประเภท อาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบ จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

2.2.4 แบบ จะมีความสำคัญมาก ถ้าผู้ออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกช่างก่อสร้างนักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้วนักออกแบบก็เหมือนกับคน

2.3 องค์ประกอบของการออกแบบ

องค์ประกอบการออกแบบ (Elements)

.องค์ประกอบในความคิด(Conceptual Elements)

องค์ประกอบในความนึกคิดไม่สามารถมองเห็นได้ไม่มีตัวตนแต่ดูเหมือนจะคงอยู่โดยทั่วไป เช่น เรารู้สึกว่ามีจุดอยู่ตรงมุมของรูปร่างมีเส้น อยู่บริเวณรูปร่างของวัตถุมีระนาบหุ้มห่อ ปริมาตรและ ปริมาตรครอบคลุมพื้นที่ว่าง แต่ว่าความจริงแล้วองค์ประกอบเหล่านั้นไม่ได้อยู่ที่บริเวณดังกล่าวอย่างแท้จริง เราเรียกลักษณะขององค์ประกอบทั้งหมดนี้ว่า"องค์ประกอบในความนึกคิด"

2.3.1 จุด (Point) จุดชี้ให้เห็นถึงตำแหน่งในที่ว่าง ไม่มีความกว้าง ความยาว ความลึก จุดให้ ความรู้ สึกคงที่ (Static) ไม่มีทิศทาง(Directionless) ไม่ครอบคลุมพื้นที่ว่าง

2.3.1.1 เส้น (Line) เป็นส่วนประกอบที่เกิดจากการลาก การขีด การเสก็ตซ์ ด้วยดินสอ หรือปากกา หรือเส้นที่เกิดจากการใช้สีด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นรอยบนพื้นระนาย เช่น การเป่า การป้าย ปาด การเท การพ่น ฯลฯ รวมถึงเส้นในรูปต่างๆ เช่น เส้นโครงสร้างสะพาน เส้นในโครงสร้างของอาคาร สิ่งก่อ สร้าง เส้นในรูปทรงของประติมากรรม เป็นต้น คุณสมบัติของเส้นที่มีต่อศิลปกรรมต่างๆ ดังนี้

เส้นที่ให้ความรู้สึก

- เส้นดิ่ง (Vertical line) ให้ความรู้สึกสง่า เที่ยงตรง ความมีระเบียบ มั่นคง แข็งแรง มีความสูง ยุติธรรม
- เส้นนอน (Horizontal line) ให้ความรู้สึกสงบ ความนิ่งเฉย ความรู้สึกเป็นฐาน ความรู้สึกต่ำ
- เส้นเฉียง (Diagonal line) ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง กำลังจะล้ม ไม่มีความสมดุล การไม่อยู่นิ่ง การเคลื่อนไหว อันตราย ห้าม
- เส้นโค้ง (Curves line) ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน อ่อนน้อม ความไม่แน่นอน การเคลื่อนไหวที่ละมุนละไม ความร่าเริง
- เส้นขาด (Broken line, Dots line) ให้ความรู้สึกแตกแยก ความตื่นเต้น ความสับสน ความไม่เป็นระเบียบ
- เส้นหยัก(Zigzag line) ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ตื่นเต้น ไม่เป็นระเบียบ

อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกของเส้นพวกนี้ อาจเปลี่ยนแปลงตามลักษณะของงาน สภาพแวดล้อม หรืออาจเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะการมองเห็นของมนุษย์

- เส้นเมื่อนำมาประกอบกันให้เกิดรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้น เช่น รูปคน รูปสัตว์ รูปดอกไม้ รูปเรขาคณิต รูปตามจินตนาการ ฯลฯ
- เส้นที่ทำให้เกิดลักษณะ ผิวแตกต่างกัน แสดงถึง ความหมาย หรือรายละเอียดของพื้นผิว แสดงถึงน้ำหนักอ่อน แก่ ของพื้นผิวในภาพ
- เส้นที่ทำให้เกิดทิศทางการเคลื่อนไหวต่างๆ
- เส้นเมื่อประกอบกันทำให้เกิดลวดลาย (Pattern) ต่างๆ

2.3.1.2 ระนาบ (Plane) ระนาบเกิดจากการเคลื่อนไหว ของแนวของเส้นในทิศทาง ที่ไม่มีทิศทางของตัวเส้นเอง ทำให้เกิดความกว้างแต่ไม่มีความหนา มีตำแหน่ง และทิศทางที่กำหนดขอบเขตเส้นขนานสองเอ้นอธิบายได้ถึงความเป็นระนาบ ซึ่งเกิดจากแนวเส้นที่มองไม่เห็นระหว่างสองเส้นขนานนั้น ซึ่ง

ให้ความ รู้สึกที่ต่อเนื่องกันด้วยสายตา เมื่อเส้นขนานแคบเข้าความรู้สึกของระนาบจะเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับถ้ามีเส้นขนานจำนวนมากที่ถี่ขึ้นๆ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อช่องว่างระหว่างแนวเส้นขนานที่ถี่มากจะเป็นเพียง สิ่งที่มาขัดจังหวะพื้นผิวระนาบเท่านั้น

2.3.1.3 ปริมาตร (Volume) เมื่อระนาบเคลื่อนที่ในทิศทางต่างๆ เป็นปริมาตรซึ่งมีตำแหน่งในที่ว่างและล้อมรอบโดยระนาบ ปริมาตรหรือมวล(mass) นี้สามารถลวงตาได้เป็น 3 มิติ

2.3.2 องค์ประกอบที่มองเห็นได้ (Visual Elements) องค์ประกอบที่มองเห็นได้ (Visual Elements) จะเป็นตัวแทนขององค์ประกอบในความนึกคิ(Conceptual Elements) โดยเมื่อเราเขียนจุด เส้น ระนาบ หรือปริมาตรลงบนกระดาษ เราจะไม่เพียงแต่มองเห็นความกว้างยาวเท่านั้น แต่จะเห็นถึงสีและพื้นผิว ซึ่งขึ้นอยู่กับวัสดุที่เราใช้และวิธีใช้ เมื่อองค์ประกอบในความนึกคิดเปลี่ยนเป็นมองเห็นได้ จะแสดงให้เห็นถึงรูปร่าง ขนาด สี ผิวสัมผัสซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ

2.3.2.1 รูปร่าง, รูปทรง(Shape, form) รูปร่างมีลักษณะ 2 มิติ มีผิวราบแบน ไม่มีปริมาตร

รูปทรง มีลักษณะ 3 มิติ มีปริมาตร มีมวล (Mass) มีน้ำหนักและกินเนื้อที่สามารถมองเห็นได้ทั้งทางกว้าง ยาว และมีความหนาหรือลึก เช่น รูปทรงของคน ของรถยนต์ รูปทรงของเครื่องบิน ฯลฯ อาจเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปร่างกับรูปทรงได้ดังนี้ การลากเส้นให้เกิดรูปทรงกลมบนกระดาษ รูปวงกลมที่เกิดจากการวาด คือ รูปร่าง แต่วงกลมของลูกฟุตบอลคือ รูปทรง รูปทรงอาจแบ่งได้ตามลักษณะการเกิดได้ดังนี้

ก. รูปทรงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ รูปทรงของคน สัตว์ ต้นไม้ ดอกไม้ ภูเขา เป็นต้น

ข. รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่

- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form)
- รูปทรงเหมือนจริงหรือรูปทรงที่เลียนแบบจากธรรมชาติ (Organic form)
- รูปทรงอิสระ (Free form)
- รูปทรงตัดทอนดัดแปลง
- รูปทรงบิดเบี้ยวให้ผิดไปจากความเป็นจริง
- รูปสัญลักษณ์

2.3.2.2 ขนาด (Size) แสดงระยะจริงของ รูปทรง ความยาว กว้าง สูง ให้วัดได้ระยะ เป็นสิ่ง กำหนด สัดส่วน (Proportion) ของรูปทรงในสภาพแวดล้อมองค์ประกอบที่เห็น เป็นรูปเป็นร่างจะมีขนาดซึ่งแสดงถึงความใหญ่เล็ก

2.3.2.3 สี (Color) เป็นองค์ประกอบของการออกแบบที่มีความสำคัญมาก เพราะสีจะมีผล

ด้านอารมณ์ และความรู้สึก สียังทำให้เกิดภาพ ดึงดูดความสนใจ และบอกความรู้สึกของสิ่งต่าง ๆ ก่อนจะเลือก ใช้สีต้องพิจารณาก่อนว่าต้องการใช้สีทำให้เกิดผลในลักษณะใด และสีใดที่เหมาะกับวัตถุประสงค์นั้น ๆ

<u>คำจำกัดความเกี่ยวกับสี</u>

Hue คือ สีแท้ที่ยังไม่ถูกผสมด้วยสีขาวหรือสีดำ

Tone หมายถึง คุณสมบัติของสีที่เกี่ยวกับน้ำหนักอ่อน แก่ (Lightness-Darkness)

Tint คือ การทำให้สีอ่อนหรือจางลง โดยการผสมด้วยน้ำหรือสีขาว

Shade คือ การทำให้สีมีความเข้มหรือมีน้ำหนักแก่ขึ้นโดยการผสมด้วยสีตรงข้ามหรือสีดำ

Monochrome บางทีเรียกว่าการใช้สีเอกรงค์ หมายถึง การใช้สีเดียวแต่หลายน้ำหนัก

Tonality หมายถึงสภาพสีส่วนรวม เช่น การใช้สีหลายๆ สีแต่ดูส่วนรวมเป็นสีเดียว

Intensity คือ ความเข้ม ความสดใส ของสีแท้ การใช้สีแท้บางสีท่ามกลางสีที่มีคุณค่าต่างๆ

Neutral คือ สีกลาง เกิดจากการผสมของแม่สี 3 สี ซึ่งจะมีสีเทา

Local color คือสีจริงของวัตถุ สีจริงของวัตถุจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา

Discord คือ การใช้สีตรงข้ามแต่ค่าของสี เช่น การใช้สีเขียวกับสีแดง การใช้สีแดง 30 % และการใช้สีเขียว 70% แต่กลับให้ค่าสีเขียวให้อ่อนลง ซึ่งจะช่วยให้สีแดงเด่นชัดมากขึ้น

Warm tone คือ สีวรรณะอุ่น ได้แก่ สีแดง สีส้ม สีส้มแดง สีส้มเหลือง สีเหลือง สีม่วง-แดง

Cool tone คือ สีวรรณะเย็น ได้แก่ สีน้ำเงิน สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีเขียวเหลือง สีม่วง-น้ำเงิน สีม่วง

Complementary หมายถึง สีตรงข้าม ได้แก่ สีส้ม ตรงข้าม สีน้ำเงิน, สีเขียว ตรงข้าม สีแดง, สีเหลือง ตรงข้าม สีม่วง, สีส้มแดง ตรงข้าม สีเขียวน้ำเงิน

2.3.2.4 ผิวสัมผัส (Texture) ลักษณะผิวสัมผัสของรูปทรง จะมีผลต่อความแตกต่างในการรับรู้ด้วยการสัมผัส และการสะท้อนแสง ผิวสัมผัสเรียบจะให้ความรู้สึกอยากสัมผัส ผิวสัมผัสหยาบ จะให้ความ รู้สึกขรุขระหรือแหลมคมไม่น่าสัมผัส เหมาะที่จะดูด้วยตาเพียงเดียว ดังนั้น การเลือกใช้หรือการตกแต่งพื้นผิวอย่างถูกต้องเหมาะสมจะช่วยให้ศิลปกรรมนั้นๆ มีคุณค่าทางสุนทรียภาพและคุณค่าด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดีขึ้น

ความรู้สึกเกี่ยวกับลักษณะผิว

- ลักษณะผิวให้ความรู้สึกเกี่ยวกับน้ำหนักได้ เช่น ผิวหยาบ ขรุขระ จะให้ความรู้สึกหนักกว่าผิวเรียบ
- ลักษณะผิวให้วามรู้สึกเกี่ยวกับความแข็งแรง ผิวหยาบ ขรุขระจะให้ความรู้สึกแข็งแรงกว่าผิวเรียบ เช่น ส่วนฐานหรือเสาของอาคารหากใช้ผิวหยาบขรุขระจะให้ดูรู้สึกแข็งแรงยิ่งขึ้น

- ลักษณะผิวจะช่วยสร้างความรู้สึกสนใจ เช่น ผิวเรียบเป็นมันสะท้อนจะรู้สึกน่าสนใจกว่า ผิวหยาบ

- ลักษณะผิวให้ความรู้สึกเกี่ยวกับ ความสะดวกสบายและความปลอดภัย เช่น ผิวเรียบในสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ จะทำให้รู้สึกน่าใช้และปลอดภัยกว่าผิวหยาบ

- ลักษณะผิวให้ความรู้สึกระยะใกล้ได้ เช่น ผิวหยาบ จะให้ความรู้สึกใกล้กว่าผิวละเอียดหรือผิวเรียบ

- ลักษณะผิวใกล้เคียงกลมกลืนกัน

- ลักษณะผิวต่างกันตัดกัน

2.3.2.5 แสงและเงา (Light & Shade) เป็นองค์ประกอบของศิลป์ที่อยู่คู่กัน แสงเมื่อกระทบวัตถุจะทำให้เกิดเงา แสงและเงา เป็นตัวกำหนดระดับของค่าน้ำหนักความเข้มของเงา จะขึ้นอยู่กับความเข้มของแสง ในที่ๆ มีแสงสว่างมากแสงจะเข้มขึ้น และในที่ที่แสงสว่างน้อย เงาจะไม่ชัดเจน ในที่ที่แสงสว่างจะไม่มีเงา และเงาจะอยู่ตรงข้ามกับแสงเสมอ

2.3.3 องค์ประกอบที่สัมพันธ์ (Relational Elements)

องค์ประกอบตั้งแต่หนึ่งองค์ประกอบขึ้นไป จำเป็นจะต้องควบคุมการจัดวาง โดยคำนึงถึง ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบนี้ ทิศทางและตำแหน่งการจัดวางสามารถรับรู้ได้ บางประเภทต้องอาศัยความรู้สึกจากการวิเคราะห์ โดยเฉพาะเรื่องของที่ว่างและแรงดึงดูด

2.3.3.1 ทิศทาง (Direction) ทิศทางของรูปร่างขึ้นอยู่กับว่า รูปร่างนั้นสัมพันธ์กันกับผู้ดูอย่างไร สัมพันธ์กันกับกรอบที่บรรจุอยู่อย่างไร หรือสัมพันธ์กับรูปร่างใกล้เคียงอย่างไร

2.3.3.2 ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งของรูปร่างพิจารณาโดย ความสัมพันธ์กันของ รูปร่างกับกรอบ รูปร่างจะอยู่ห่างจากกรอบโดยรอบเท่ากัน หรือชิดกรอบด้านใดด้านหนึ่ง รูปร่างจะสัมพันธ์กับโครงสร้างในการออกแบบด้วย หากได้มีการออกแบบเบื้องต้นโดยคำนึงถึงโครงสร้างเป็นหลัก

2.3.4 ที่ว่าง (Space) บางทีเรียกว่าพื้นที่ว่างหรือช่องว่าง การใช้บริเวณว่างในงานศิลปกรรมต่าง ๆ จะมีความแตกต่างกัน เช่น ในการประดิษฐ์ตัวอักษร การจัดบริเวณว่างหรือการจัดช่องไฟระหว่างตัวอักษรให้มีความเหมาะสม จะช่วยให้ดูมีระเบียบและงดงาม ส่วนบริเวณว่างในสถาปัตยกรรม ก็คือที่ว่างภายในตัวอาคารและช่องว่างระหว่างสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งเป็นบริเวณว่างที่มุ่งประโยชน์ใช้สอยและความงามควบคู่กันไป เป็นต้น

ความรู้สึกเกี่ยวกับบริเวณว่าง

- บริเวณว่างให้ความรู้สึกเป็นระเบียบ

- บริเวณว่างให้ความรู้สึกเกี่ยวกับความกว้าง

- บริเวณว่างให้ความรู้สึกเบา

- บริเวณว่างช่วยลดความรู้สึกสับสนยุ่งเหยิงและวุ่นวาย

2.3.5 แรงดึงดูด (Gravity) แรงดึงดูดไม่สามารถมองเห็นได้ แต่ผู้ดูสามารถรู้สึกได้ถึง การดึงดูดของโลก เราจะรู้สึกถึงความหนัก เบา มั่นคง หรือไม่มั่นคง ของรูปร่างเดียวหรือกลุ่มของรูปร่างได้

2.3.6 องค์ประกอบที่นำมาใช้ประโยชน์ (Practical Elements)

2.3.6.1 งานที่เหมือนจริง (Representation) เมื่อรูปร่างในงานศิลปะ ได้ถ่ายทอดมาจากธรรมชาติหรือโลกที่มนุษย์สร้างขึ้น เราจะเรียกงานนั้นว่างานที่เหมือนจริง (Representation) ซึ่งอาจจะดูเหมือนจริงจนใกล้จะเป็นงานนามธรรม

2.3.6.2 ความหมาย (Meaning) ความหมายของงานศิลปะแต่ละขั้นจะแสดงออกเพื่อสื่อสาร สามารถแนวคิดในการออกแบบ

2.3.4.3 ประโยชน์ใช้สอย (Function) ประโยชน์ใช้สอยในการออกแบบจะแสดงออกเมื่องานออกแบบนั้น สนองความต้องการทางด้านการใช้สอยของมนุษย์

2.4 ประเภทของการออกแบบ

2.4.1 การออกแบบสร้างสรรค์

เป็นการออกแบบเพื่อนำเสนอความงามความพึงพอใจเน้นความคิดสร้างสรรค์ แปลกๆ ใหม่ๆ ให้เกิดความสะเทือนใจ เร้าใจ ซึ่งการสร้างสรรค์นี้อาจเป็นการพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่เดิมหรือสร้างขึ้นใหม่ก็ได้

งานออกแบบสร้างสรรค์นี้มี 5 ลักษณะ คือ

2.4.1.1 งานออกแบบจิตรกรรม (Painting) คืองานศิลปะด้านการวาดเส้น ระบายสี เพื่อแสดงอารมณ์และความรู้สึกในลักษณะสองมิติจำเป็น ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในผลงานแต่ละชิ้นของผู้สร้าง

2.4.1.2 งานออกแบบประติมากรรม (Sculpture) คืองานศิลปะด้านการปั้น แกะสลัก เชื่อมต่อ ในลักษณะสามมิติคือมีทั้งความกว้าง ยาว และหนา

2.4.1.3 งานออกแบบภาพพิมพ์ (Printmaking) คืองานศิลปะใช้กระบวนการพิมพ์มาสร้างสรรค์รูปแบบด้วยเทคนิคการพิมพ์ต่างๆ เช่น ภาพพิมพ์ไม้ โลหะ หิน และอื่นๆ

2.4.1.4 งานออกแบบสื่อประสม (Mixed Media) คืองานศิลปะ ที่ใช้วัสดุหลากหลายชนิด เช่น กระดาษ ไม้ โลหะ พลาสติก เหล็ก หรือวัสดุอื่นๆ นำมาสร้างความผสานกลมกลืน ให้เกิดผลงานที่แตกต่างอย่างกว้างขวาง

2.4.1.5 งานออกแบบภาพถ่าย (Photography) ยุคนี้เป็นยุคที่การถ่ายภาพกลายเป็นเรื่องง่าย สำหรับผู้ที่สร้างสรรค์งานถ่ายภาพ เพราะเทคโนโลยีการถ่ายภาพ มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วด้วยการลงทุนสร้างสรรค์ที่ไม่แพงมาก การถ่ายภาพอาจเป็นภาพ คน สัตว์ สิ่งของ ธรรมชาติทั่วๆ ไปโดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์เนื้อหาที่แปลกใหม่เพื่อสนองความต้องการของผู้ถ่ายภาพ

2.4.2 การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbol & Sign)

เป็นการออกแบบเพื่อสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย ที่ทำความเข้าใจกับผู้พบเห็นโดยไม่จำเป็นต้องมีภาษากำกับ เช่น ไฟแดง เหลือง เขียว ตามสี่แยกหรือเครื่องหมายจราจรอื่น ๆ เครื่องหมาย (Symbo) คือสื่อความหมายที่แสดงความนัย เพื่อเป็นการชี้เตือนหรือ กำหนดให้สมาชิกในสังคมรู้ถึงข้อกำหนดอันตราย เช่น เครื่องหมายจราจร เครื่องหมายสถานที่ เครื่องหมายที่ใช้กับ เครื่องกล เครื่องหมายที่ใช้กับเครื่องไฟฟ้าเครื่องหมายตามลักษณะสิ่งของ เครื่องใช้ ฯลฯ สัญลักษณ์ คือสื่อความหมายที่แสดงความนัย เพื่อบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่มีผลในทางปฏิบัติเหมือนเครื่องหมาย แต่มีผลทางด้านการรับรู้ ความคิดหรือทัศนคติที่พึงมีต่อสัญลักษณ์นั้นๆ เช่น สัญลักษณ์ของชาติ เช่น ธงชาติ ฯลฯ สัญลักษณ์ขององค์กรต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา กระทรวง สมาคม พรรคการเมืองฯลฯ สัญลักษณ์ของบริษัทห้างร้านทางธุรกิจเช่น ธนาคาร บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ สัญลักษณ์ของสินค้างและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตจำหน่าย ตามท้องตลาด ฯลฯ สัญลักษณ์ที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ในสังคม เช่น การกีฬา การร่วมมือในสังคม การทำงาน ฯลฯ

2.4.3 การออกแบบโครงสร้าง

เป็นการออกแบบเพื่อใช้เป็นโครงยึดเหนี่ยว ให้อาคารสิ่งก่อสร้างสามารถทรงตัวและรับน้ำหนัก อยู่ได้อาจเรียกว่าการออกแบบสถาปัตยกรรม คือการออกแบบสิ่งก่อสร้างประเภทต่าง ๆ ออกแบบอาคาร เช่น การออกแบบที่พัก อาศัย ออกแบบเขื่อน ออกแบบสะพาน ออกแบบอาราม , โบสถ์ อื่น ๆ ที่คงทนและถาวรนักออกแบบเรียกว่าสถาปนิกผู้ให้ความสำคัญกับงานด้านนี้เป็นอย่างมากนอกจากนั้นการออกแบบโครงสร้าง ยังเป็นส่วนหนึ่งของงานประติมากรรมที่เน้นคุณภาพของการออกแบบสามมิติ และยังหมายถึงการออกแบบเครื่องเรือน ฉากและเวที อีกด้วย

2.4.4 การออกแบบสิ่งพิมพ์

เป็นการออกแบบเพื่อการผลิตงานสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ ปกหนังสือ ปกราย

สำนักหอสมุด
17 ก.ค. 2555
1.6033437
ป.
ศ.
263
ณ 2555

งาน หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ นามบัตร การ์ดอวยพร หัวกระดาษจดหมาย แผ่นพับ แผ่นปลิว ลายผ้า สัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายหน่วยงาน ฯลฯ

2.4.5 การออกแบบโฆษณา

เป็นการออกแบบเพื่อชี้แนะและชักชวนทางด้านผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดจากความคิดของคนคนหนึ่งไปยังกลุ่มชนโดยส่วนรวม ซึ่งการโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็น สำหรับการดำรงชีวิตของประชาชน และธุรกิจเพราะจะช่วยกระตุ้น หรือผลักดันอย่างหนึ่งในสังคม เพื่อให้ประชาชนเกิดความต้องการและเปรียบเทียบสิ่งที่โฆษณาแต่ละอย่างเพื่อเลือกซื้อ เลือกใช้บริการหรือ เลือกแนวคิดนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของเราการโฆษณาผลิตภัณฑ์ เช่น โฆษณาขายอาหาร ขายสิ่งก่อสร้าง ขายเครื่องไฟฟ้า ขายผลิตผลทาง เกษตรกรรม การโฆษณาบริการ เช่น โฆษณาบริการท่องเที่ยว บริการซ่อม เครื่องจักรกล บริการหางานทำ บริการของสายการบิน การโฆษณาความคิด เช่น โฆษณาความคิดเห็น ทางวิชาการ ข้อเขียน ข้อคิดเห็นในสังคม ความดีงามในสังคม นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาชวนเชื่อที่เสนอความคิดเห็นเกลี้ยกล่อม สร้างอิทธิพลทางความคิดหรือทัศนคติ เช่น การโฆษณาทางศาสนา โฆษณา ให้รักษากฎจราจร โฆษณาให้รักชาติ การโฆษณาเหล่านี้มี สื่อที่จะใช้กระจายสู่ประชาชน ได้แก่ สื่อกระ จายเสียงและภาพ เช่น วิทยุ ทีวี โรงภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร สื่อบุคคล เช่น การแจกสินค้าส่งคนไปขายส่งสินค้าไปตามบ้าน

2.4.6 การออกแบบศิลปะประดิษฐ์

เป็นการออกแบบที่แสดงความวิจิตรบรรจงมีความสวยงาม เพื่อให้เกิดความสุขสบายรื่นรมย์ มากกว่าการแสดงออกซึ่ง ความรู้สึกนึกคิดอื่นใด ความวิจิตรบรรจงในที่นี้หมายถึง การตกแต่งสร้างสรรค์ลวดลาย หรือรูปแบบด้วยความพยายาม เป็นงานฝีมือที่ละเอียดประณีต เช่น การจัดผักซึ่งเป็นเครื่องจิ้มอาหารคาวของไทยแทนที่จะจัดพริก มะเขือ แตงกวา ต้นหอมลงในจานเท่านั้นแม่ครัวระดับฝีมือบางคนจะประดิษฐ์ตกแต่งพืช ผักเหล่านั้นอย่างสวยงามมาก เช่น ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ รูปสัตว์หรือลวดลายต่าง ๆ งานศิลปะประดิษฐ์มีหลายประเภท เช่น งานแกะสลักของอ่อนเช่นผัก ผลไม้ สบู่ เทียน งานจัดดอกไม้ ใบ ตองเช่น ร้อยมาลัย จัดพวงระย้าดอกไม้ โคมดอกไม้ งานเย็บปักถักร้อยตกแต่งเช่น ปักลวดลายต่างๆ ถักโครเชท์ เครื่องตกแต่งร่างกายเช่น แหวน กำไล ต่างหู เข็มกลัด งานกระดาษ เช่น ฉลุกระดาษ ประดิษฐ์กระดาษเป็นดอกไม้งานประดิษฐ์เศษวัสดุ เช่น ใบไม้ เปลือกหอย ดอกหญ้า หลอดกาแฟ งานแกะสลักของ แข็ง เช่น แกะสลักหน้าบัน คันทวย บานประตู โลหะ

2.4.7 การออกแบบผลิตภัณฑ์

เป็นการออกแบบเพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวันโดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ในรูปสินค้าเพื่อให้ผ่านไปยังผู้ซื้อ ผู้บริโภคในวงกว้างคือการผลิต ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ซึ่งมีขอบเขตกว้างขวางมากและแบ่งออกได้มากมาย หลายลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ งานออกแบบ ประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์
- งานออกแบบครุภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่างๆ
- งานออกแบบเครื่องประดับอัญมณี
- งานออกแบบเครื่องแต่งกาย
- งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์
- งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ

2.5 แนวคิดในการออกแบบ

ผู้ออกแบบจะต้องรู้จักการเลือกใช้รูปทรงของสิ่งต่างๆ มาเป็นสิ่งดลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบต่างๆ ในทางวิชาการถือว่ารูปทรงของสิ่งต่างๆ นั้นเป็นครู ซึ่งแบ่งไว้ดังนี้

2.5.1 รูปทรงของธรรมชาติเป็นสิ่งดลใจ (Natural's Inpiration) ได้แก่

2.5.1.1 พืช (Plant's Inspiration)

- ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ กิ่ง ก้าน ฯลฯ
- ต้นไม้ทรงสูง เตี้ย เลื้อย ฯลฯ
- ใบเหลี่ยม ในกลม ในแฉก ใบฝอย ฯลฯ

2.5.1.2 สัตว์ (Animal's From Inspiration)

- สัตว์บก 2 เท้า 4 เท้า
- สัตว์ปีกทุกชนิด
- สัตว์น้ำ ปู ปลา กุ้ง หอย ฯลฯ

2.5.1.3 รูปทรงของมนุษย์ (Human's From Inspiration) ได้แก่

- รูปทรงของเด็ก

- รูปทรงของผู้ใหญ่
- รูปทรงของคนแก่
- รูปทรงของผู้ชาย
- รูปทรงของผู้หญิง

2.5.1.4 รูปทรงของสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น (Man Maid's Form Inspiration) ได้แก่

- สิ่งของที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น มีชื่อและรูปทรงโดยเฉพาะ ได้แก่ เก้าอี้ รถยนต์ ไวโอลิน

2.5.1.5 รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form Inspiration)

- เป็นรูปทรงที่ตัดขึ้นใช้โดยเฉพาะและเป็นที่ยอมรับกันในรูปทรงเหล่านั้น ได้แก่ รูปวงกลม รูปสี่เหลี่ยม รูปกรวย รูปทรงกระบอก ฯลฯ

2.5.1.6 รูปทรงอิสระ (Free-Form Inspiration)

- เป็นรูปทรงที่ไม่สามารถจะบอกได้ว่าเป็นรูปทรงของอะไรในศิลปะสมัยใหม่ นิยมใช้กันมากเกือบทุกวงการ

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์

3.1 ประวัติของสื่อสิ่งพิมพ์

วัสดุสิ่งพิมพ์ (printed material) นับได้ว่าเป็นประดิษฐ์กรรมของมนุษย์ที่มีวิวัฒนาการสืบทอดกันมาเป็นเวลานานกว่า 2,000 ปี จากหลักฐานทางการพิมพ์ที่มีอายุเก่าแก่ที่สุด ได้แก่การพิมพ์หนังสือวัชรสูตรด้วยเทคนิคแม่พิมพ์แกะไม้ ซึ่งมีลักษณะเป็นม้วนย่อมทำให้เกิดปัญหาในความไม่สะดวกต่อการค้นหาข้อความที่ต้องการและเปลืองเนื้อที่ในการค้นหามากชาวจีนจึงได้คิดทำหนังสือเล่มในลักษณะการพับ (fold book) ด้วยการพับไปพับมาคล้ายสมุดข่อยของไทย ในปี ค.ศ.950 ทำให้เกิดความสะดวกต่อการเปิดอ่านมากขึ้นและเป็นต้นแบบหนังสือแบบเย็บเล่ม (stitched book) เป็นครั้งแรก ปี ค.ศ.1116

ต่อมากิจการพิมพ์ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางในทวีปยุโรป จากการพัฒนาตัวพิมพ์และ เครื่องพิมพ์โดยกูเตนเบิร์กเมื่อปี ค.ศ.1440 การจัดรูปเล่มของหนังสือจะมีลักษณะเป็นเล่มขนาดใหญ่เนื่องจากตัวพิมพ์มีขนาดใหญ่และยังไม่มีการตกแต่งหน้าหนังสือให้สวยงามเพราะมุ่งประโยชน์เพียงการเสนอเนื้อหาสาระเท่านั้น

ในปี ค.ศ. 1499 เอลดัส มานูเทียส (Aldus Manutius) ช่างพิมพ์ชาวเวนิสได้ ออกแบบตัวพิมพ์ให้มีขนาดเล็กลงจึงมีผลทำให้หนังสือมีขนาดเล็กลงใกล้เคียงกับหนังสือที่พิมพ์ในปัจจุบันทำให้การพิมพ์

หนังสือได้รับความนิยม จากผู้อ่านอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น แต่ในการจัดหน้าหนังสือ ก็ยังมิได้เน้นความประณีตงดงามในทางศิลปะเพราะมุ่งแสดงข้อความเท่านั้น

จนใน ค.ศ. 1888 วิลล์เลียม มอริส (William Moris) นักเขียนและศิลปินชาวอังกฤษ ได้จัดตั้งสำนัก พิมพ์เคล์มสก๊อตต์ (Kelmscott press) และมีการจัดทำหนังสือ ให้มีความงดงามแตกต่างจากสิ่งพิมพ์ในยุคก่อน โดยใช้แรงบันดาลใจ จากศิลปะยุคกลาง และลวดลายพฤษชาติ มาใช้เป็นกรอบหน้าหนังสือ

ตลอดจนการออกแบบตัวพิมพ์ที่งดงามขึ้นมาใหม่ 3 แบบ ได้แก่ แบบโกลเด้น (golden) แบบทรอย (troy) และแบบชัวเซอร์ (Chaucer) ซึ่งยังคงนิยมใช้กันมาถึงปัจจุบัน

นักออกแบบสิ่งพิมพ์ได้พัฒนา รูปแบบของสิ่งพิมพ์ จากการเริ่มต้นของมอริส โดยการผสมผสานศิลปะ แบบยุโรปและศิลปะภาพพิมพ์แกะไม้ของญี่ปุ่นเข้าด้วยกันโดยเน้นลายเส้นที่อ่อนหวานและการตัดกันระหว่างรูปเรขาคณิตกับรูปธรรมชาติ จนเกิดเป็นศิลปะของการออกแบบกลุ่มอาร์นูโวในปลายศตวรรษที่ 19 และก่อให้เกิดการตื่นตัวในการออกแบบตกแต่งสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ หนังสือ ภาพโฆษณา สูจิบัตร แผ่นพับ ฯลฯ อย่างกว้างขวางตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

สมัยทศวรรษที่ 20 โลกเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม การออกแบบสิ่งพิมพ์ได้นำแนวความคิดที่เป็นระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรมเข้ามาใช้งานออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอย คำนึงถึงความก้าวหน้าทางวัสดุ เวลา และแรงงาน ผลจากการก่อตั้งสถาบันการออกแบบบาวเฮ้าส์ขึ้นในเยอรมันเมื่อปี ค.ศ. 1919 ทำให้เกิดแนวทางในการสร้างแม่พิมพ์จากภาพถ่าย ซึ่งแต่เดิมใช้วิธีวาดภาพประกอบเท่านั้นมีการทำ " ตารางกริด"(grid scale) มาใช้เป็นหลักในการจัดวางหน้าการใช้ตัวอักษรวางชิดเสมอหน้าและเสมอหลังเป็นต้น

ในปัจจุบันได้มีการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์งานออกแบบสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเรียงพิมพ์ตัวอักษร การจัดหน้าด้วยคอมพิวเตอร์ การออกแบบภาพประกอบและการผสมภาพโดยใช้เครื่อง โครมาคอม เป็นต้น ทำให้การออกแบบสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันสามารถขยายขอบข่ายปฏิบัติงานได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

3.2 ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์

ความหมายของคำว่า "สื่อ" (media) ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน 2525 หน้า 842) ให้ความหมายไว้ว่า (กริยา) " ทำการติดต่อให้ถึงกัน, ชักนำให้รู้จักกัน " (นาม) " ผู้หรือสิ่งที่ทำการติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน" คำว่า "สื่อ" เป็นคำกลางๆที่มีความหมายครอบคลุมไปยังสื่อทุกสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ความหมายของคำว่า "สิ่งพิมพ์" (printed matter) ปรากฏในเอกสารต่างๆ เช่น ทางกฎหมาย พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 ได้บัญญัติความหมายไว้ว่า สิ่งพิมพ์ หมายถึง "สมุด" แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆที่พิมพ์ขึ้นรวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผนผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดที่มีลักษณะเช่นเดียวกัน" (พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช : 2541,207)

ความหมายของคำว่า "สื่อสิ่งพิมพ์" พิจารณาได้จากความหมายของคำว่า "สื่อ" และคำว่า "สิ่งพิมพ์" มาประกอบกัน

สื่อ + สิ่งพิมพ์ = สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์จึงหมายถึง (printed media) จึงหมายถึง สื่อที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตลงบนกระดาษ โดยการพิมพ์จากต้นแบบให้ได้เหมือนกันจำนวนมากๆ ในเวลาที่รวดเร็ว มีแนวคิดการกำหนดเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายที่จะรับข่าวสารอย่างเป็นระบบ และชัดเจนโดยมุ่งหวังผลทางการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อการโฆษณา เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจ เพื่อการศึกษาเพื่อการรณรงค์ เป็นต้น

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ใช้การพิมพ์เป็นหลัก จึงไม่ได้หมายถึงแต่หนังสือพิมพ์และนิตยสารเท่านั้น แต่มีความหมายรวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท (สุรัตน์ นุ่มนนท์ : 2539, หน้า 6) ได้แก่ สื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกันโดยภาษาเขียน โดยใช้วัสดุกระดาษพิมพ์ออกมาพร้อมกัน เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่านได้ครั้งละมากๆ สื่อสิ่งพิมพ์นั้นอาจเป็นหนังสือ นิตยสาร วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ หนังสือคู่มือ และโปสเตอร์ เป็นต้น

สื่อสิ่งพิมพ์ในความหมายตามนักวิชาการวารสารศาสตร์ มุ่งเน้นพิจารณาว่าสื่อสิ่งพิมพ์ชิ้นนั้นๆ ประกอบด้วยอะไรบ้างเป็นหลักเกณฑ์ ซึ่งโดยหลักการใหญ่แล้วเหมือนๆ กันนอกจารการแบ่งแยกประเด็นปลีกย่อยอาจมีความแตกต่างกันบ้าง เช่น แบบหนึ่งอาจพิจารณาว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม แผ่นพับ โปสเตอร์โฆษณา ส่วนอีกแบบหนึ่งอาจพิจารณาว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม และ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ซึ่งได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว จดหมายข่าว หนังสือเล่มเล็ก และ คู่มือ เป็นต้น

3.3 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

หลักเกณฑ์การแบ่งรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ข้างต้นเป็นเกณฑ์ทั่วๆ ไป อย่างไรตาม สื่อสิ่งพิมพ์แต่ละรูปแบบยังสามารถนำหลักเกณฑ์เฉพาะมาแบ่งออกไปได้อีกมาก โดยอาศัยหลักเกณฑ์การแบ่งที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม

สุรัตน์ นุ่มนนท์ (2539,หน้า 26) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีความแตกต่างในรูปลักษณะที่เห็นจากภายนอก เช่น หนังสือมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ หนังสือมีขนาดเล่มเล็ก มีปกหุ้มและเย็บเล่ม ในขณะที่หนังสือพิมพ์มีขนาดใหญ่ วางกระดาษซ้อนกัน ไม่มีปก เป็นต้น นอกจากนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีความแตกต่างกันทางด้านเนื้อหา ตลอดจนวัตถุประสงค์ในการจัดทำ ลักษณะ และการจำแนกสื่อสิ่งพิมพ์นั้น บางประเภทสามารถ แยกออกได้อย่างชัดเจนในขณะที่ บางประเภทไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างเด่นชัด อาจแยกลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ในส่วนที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้อ่านได้ดังนี้

3.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

- หนังสือสารคดี ตำรา แบบเรียน

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่แสดงเนื้อหาวิชาการในศาสตร์ความรู้ต่างๆ เพื่อสื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจ ความหมาย ด้วยความรู้ที่เป็นจริง จึงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นความรู้อย่างถูกต้อง

- หนังสือบันเทิงคดี

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้น โดยใช้เรื่องราวสมมติ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับ ความเพลิดเพลินสนุก สนาน มักมีขนาดเล็ก เรียกว่า หนังสือฉบับกระเป๋า หรือ Pocket book ได้

- หนังสือพิมพ์

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอเรื่องราว ข่าวสาร ภาพ และความคิดเห็นในลักษณะของแผ่นพิมพ์แผ่นใหญ่ที่ใช้วิธีการพับรวมกันซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนี้ได้พิมพ์ออกเผยแพร่ทั้งลักษณะหนังสือพิมพ์รายวัน, รายสัปดาห์ และรายเดือน

- วารสาร, นิตยสาร

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอสาระ ข่าว ความบันเทิง ที่มีรูปแบบการนำเสนอ ที่โดดเด่น สะดุดตา และสร้างความสนใจให้กับผู้อ่าน ทั้งนี้การ

ผลิตนั้น มีการกำหนดระยะเวลาการออกเผยแพร่ที่แน่นอน ทั้งลักษณะวารสาร, นิตยสารรายปักษ์ (15วัน) และรายเดือน

- จุลสาร

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นแบบ ไม่มุ่งหวังผลกำไร เป็นแบบให้เปล่าโดยให้ผู้อ่านได้ ศึกษาความรู้ มีกำหนดการออกเผยแพร่เป็นครั้งๆ หรือลำดับต่างๆ ในวาระพิเศษ

3.3.2 สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา

- แผ่นพับ (Brochure) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิต โดยเน้นการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาที่นำ เสนอนั้นเป็นเนื้อหา ที่สรุปใจความสำคัญ ลักษณะมีการพับเป็นรูปเล่มต่างๆ

- ใบปลิว (Leaflet, Handbill) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ใบเดียว ที่เน้นการประกาศหรือโฆษณา มักมีขนาด A4 เพื่อง่ายในการแจกจ่าย ลักษณะการแสดงเนื้อหาเป็นข้อความที่ผู้อาน อ่านแล้วเข้าใจง่าย

- ใบปิด (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาโดยใช้ปิดตามสถานที่ต้างๆ มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ ซึ่งเน้นการนำเสนออย่างโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ

3.3.3 สื่อสิ่งพิมพ์มีค่า

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำไปใช้เป็นหลักฐานสำคัญต่างๆ ซึ่งเป็นกำหนดตามกฎหมาย เช่น ธนาณัติ, บัตรเครดิต, เช็คธนาคาร, ตั๋วแลกหนัง, หนังสือเดินทาง, โฉนด เป็นต้น

3.3.4 สื่อสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์มีการผลิตขั้นตาม ลักษณะพิเศษแล้วแต่ การใช้งาน ได้แก่ นามบัตร, บัตรอวยพร, ปฏิทิน, บัตรเชิญ, ใบสงของ, ใบเสร็จรับเงิน, สิ่งพิมพ์บนแก้ว, สิ่งพิมพ์บนผ้า เป็นต้น

3.3.5 สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้น เพื่อใช้งานในคอมพิวเตอร์ หรือระบบเครือข่าย อินเตอร์เน็ต ได้แก่ Document Formats, E- book for Palm/PDA เป็นต้น

3.4 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

3.4.1 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์มีความสำคัญ ในด้านการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สาระ และความบันเทิง ซึ่งเมื่องานสื่อมวลชนต้องเผยแพร่ จึงต้องผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์, วารสาร, นิตยสาร เป็นต้น

3.4.2 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในสถานศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ถูกนำไปใช้ในสถานศึกษาโดยทั่วไปซึ่งทำให้ผู้เรียน ผู้สอนเข้าใจในเนื้อหามากขึ้น เช่น หนังสือตำราแบบเรียน แบบฝึกหัด สามารถพัฒนาได้เป็นเนื้อหาในระบบ เครือข่ายอินเตอร์เน็ตได้

3.4.3 บทบาทสื่อสิงพิมพ์ในงานด้านธุรกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกนำไปใช้ในงานธุรกิจประเภทต่างๆ เช่น งานโฆษณา ได้แก่ การผลิต หัวจดหมาย/ซองจดหมาย, ใบเสร็จรับเงิน/ใบส่งของ,โฆษณาหน้าเดียว, นามบัตร เป็นต้น

3.4.4 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานธนาคาร ซึ่งรวมถึง งานการเงิน และงานที่เกี่ยวกับหลักฐานทางกฎหมาย ได้นำสื่อสิ่งพิมพ์หลายๆ ประเภทมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น ใบนำฝาก, ใบถอน, ธนบัตร, เช็คธนาคาร, ตั๋วแลกหนัง และหนังสือเดินทาง

3.4.5 บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทางห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านค้า ปลีกใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ใบปิดโฆษณาต่างๆ ใบปลิว, แผ่นพับ, จุลสาร

3.4.6 สื่อสิ่งพิมพ์ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจโครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทย ได้มุ่งเน้นการเปลี่ยน แปลงจากเศรษฐกิจ การเกษตรมาสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตทุกด้าน นอกจากนั้นการเพิ่มจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้เกิดความต้องการการใช้ผลิต ภัณฑ์ทางการพิมพ์ เช่นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่อง ซองป้ายปิด(ฉลาก)และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือการใช้ เป็นต้น สามารถสร้างงาน สร้างเทคโนโลยี สร้างรายได้ให้กับประชาชาติมหาศาล(วิชัย พยัคฆโส, 2542 :1)

3.5 กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

3.5.1 การทำต้นฉบับ (Manuscript หรือ Copy) เป็นผลงานของผู้แต่ง หรือผู้เขียนในต้นฉบับประกอบด้วยหัวเรื่อง เนื้อเรื่อง และอาจมีภาพตารางแผนภูมิ (Chart) หรือแผนภาพ (Diagram)

ประกอบเรื่องด้วยก็ได้ ต้นฉบับควรใช้กระดาษหน้าเดียวจะเขียนด้วยลายมือก็ได้แต่ต้องเขียนให้เรียบร้อย อ่านง่าย

3.5.2 การทำต้นแบบร่าง (Dummy) นิยมเรียกกันว่า "ดัมมี่" ซึ่งหมายถึงการจัดหน้าของสิ่งพิมพ์ทั้งฉบับ มีลักษณะเหมือนการจำลองสิ่งพิมพ์ทั้งเล่ม เพื่อใช้ในการกำหนดจำนวนหน้าในสิ่งพิมพ์นั้นๆ ในทาง ปฏิบัติ เมื่อผู้ออกแบบสิ่งพิมพ์ได้รับเนื้อหาต้นฉบับมาครบเรียบร้อยแล้ว ก็จะคำณวนว่าเนื้อหาจากต้นฉบับทั้งหมดเมื่อนำมาพิมพ์เป็นหนังสือทั้งเล่มจะได้จำนวนหน้าทั้งสิ้นกี่หน้า ซึ่งจะทำให้ผู้ออกแบบได้ทราบต่อ ไปว่าจะต้องใช้กระดาษจำนวนกี่ยกต่อเล่ม

3.5.3 การกำหนดตำแหน่งพื้นที่หน้าพิมพ์หรือการจัดหน้าพิมพ์ (Layout)นิยมเรียกกันโดยทั่วไปว่า "เลย์เอาท์" หมายถึงการกำหนดพื้นที่ของสิ่งพิมพ์ในแต่ละหน้าว่าจะประกอบไปด้วยอะไรบ้าง โดยอาจเป็นตัวอักษร ภาพประกอบ ว่าควรจะอยู่ในตำแหน่ง บริเวณใด จึงจะเกิดความเหมาะสม งดงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์และสามารถเร้าความสนใจจากผู้ดูสิ่งพิมพ์บางอย่าง เช่น ตำรา ซึ่งมีแต่ตัวพิมพ์ล้วนๆ ไม่มีภาพประกอบเมื่อผ่านขั้นตอนการทำต้นแบบร่าง (Dummy) ผู้พิมพ์ก็สามารถดำเนินการ จัดพิมพ์ได้ตามวัตถุประสงค์ แต่สิ่งพิมพ์บางอย่างเช่น นิตยสาร แผ่นพับ จุลสาร อนุสาร ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่มีอักษณลักษณะพิเศษและภาพประกอบมีความ ต้องการให้เป็นสิ่งพิมพ์ที่งดงาม สะดุดตา ต้องมีการจัดหน้าหรือเลเอาท์ ในทางปฏิบัติหลังจากที่ผู้ออกแบบทำต้นแบบร่างหรือดัมมีแล้ว จะนำดัมมี่นั้นมาจัดทำเลเอาท์ทีละหน้า

3.5.4 ภาพร่าง (Sketgh) จะใช้วิธีสเก็ตซ์ไปบนหน้าสิ่งพิมพ์แบบคร่าวๆ เช่น ลากเส้นขยุกขยิกแทนภาพใช้ดินสอแรเงาเป็นผันปลาแทนอักษร ในขั้นภาพร่างนี้เรื่องที่สำคัญ ว่าความละเอียดของภาพคือเรื่องสัดส่วน ไม่ว่าจะเป็นสัดส่วนของรูปภาพและขนาดอักษร

3.5.5 รูปแบบสำเร็จ (Finished Layout) เป็นการทำเลเอาท์ขั้นละเอียด มากกว่าภาพร่างแต่ก็ยังไม่ละเอียดที่สุดในขั้นนี้มีการออกแบบตัวอักษรที่พาดหัวชัดทั้งรูปแบบ สไตล์และขนาด สำหรับภาพก็ไม่ใช้เส้นขยุกขยิกแสดง สัดส่วนของภาพเท่านั้น แต่เป็นการแสดงภาพ ซึ่งอาจจะเป็นภาพวาด ภาพถ่ายก็ได้เหมือนกัน ขนาดของตัวอักษรตลอดจนกรอบเนื้อเรื่องก็กำหนดอย่างถูกต้อง

3.5.6 รูปแบบสมบูรณ์ (Comprehensives) เป็นการออกแบบพื้นที่ที่ละเอียดกว่าขั้นที่ 2 เพราะต้อง การนำเสนอ เพื่อพิจารณารายละเอียดที่สมบูรณ์ในขั้นนี้ตัวอักษรหรือภาพต้องมีลักษณะเหมือนจริงทุกประ การ หากเป็นภาพถ่ายก็จะถูกปะไว้ในจุดที่เป็นจริง ตัวอักษรก็จะต้องทำให้เห็นถึงขนาดเนื้อที่ที่ถูกต้อง ซึ่งถ้าไม่พิมพ์ให้เหมือนจริงก็ต้องลากเส้นคู่ แสดงขนาดตัวอักษรให้แน่นอน

3.5.7 การจัดเลย์เอ้าท์โดยใช้กริด เลย์เอ้าท์ (Layout) คือการจัดวางภาพ ตัวอักษรตลอดจนสิ่งประกอบอื่น ๆ เพื่อประกอบกันเป็นหน้าแต่ละหน้า ของงานพิมพ์อย่างคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวในการจัดทำ ต้นฉบับงานพิมพ์ ใช้ทดสอบปฏิกิริยาต่อการดึงดูดและการนำสายตาของผู้ดูต่อ สิ่งพิมพ์ที่จะเตรียมจัดทำขึ้น ไม่มีกฎตายตัวในการจัดทำเลย์เอ้าท์ สิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ เลย์เอ้าท์ที่ดีจะช่วยให้ผู้ดูผ่านสายตาไปบนงานพิมพ์ได้อย่างง่ายดาย มีความน่าสนใจ น่าติดตาม แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงข้ามคือผู้ดูต้องประสบกับความยากลำบาก ในการดูงานพิมพ์นั้น ก็อาจลงท้ายด้วยการเลิกดูไปเลย ในการทำเลย์เอ้าท์นั้น ควรจัดลำดับ ความสำคัญของสิ่งที่จะนำเสนอ ควรทำให้สิ่งที่จะนำเสนอมีความชัดเจนและ เรียงตามลำดับความสำคัญ

<u>ข้อแนะนำในการทำเลย์เอ้าท์</u>

- ศึกษาภาพรวมของงาน สิ่งพิมพ์ที่กำลังจัดทำขึ้น อาจเป็นส่วนหนึ่งของงานทั้งหมด เช่น แผ่นพับโฆษณาสินค้าชิ้นหนึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของสื่อการโฆษณาอื่น ๆ อาทิเช่น สื่อทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ ดังนั้นการออกแบบสิ่งพิมพ์ จึงควรดูภาพรวมของงานทั้งหมด เพื่อให้ชิ้นงานพิมพ์ออกมาสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่ออื่น ๆ รวมทั้งให้คำนึงถึงภาพลักษณ์ และวัตถุประสงค์ของการจัดทำ

- จัดหมวดหมู่ของเนื้อหา สิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม เช่น หนังสือ โบรชัวร์ แคตตาล็อก จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา แยกเป็นบท ๆ แต่ละบทจัดส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหา ภาพประกอบให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อน คำนวณจำนวนหน้าสำหรับแต่ละบท รวมจำนวนหน้าทั้งหมดประกอบกันเป็นเล่ม สำหรับงานพิมพ์ที่เป็นชิ้น เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ก็ต้องจัดกลุ่มเนื้อหาภาพประกอบให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อนเช่นกัน

- สร้างโครงแบบหรือกริด (Grid) หนึ่งในวิธีการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้กัน คือใช้กริดช่วยในการออกแบบ เริ่มจากการจัดทำโครงแบบ ซึ่งประกอบด้วยเส้นในแนวตั้งและแนวนอนเป็นผังสำหรับวางเนื้อหา ภาพประกอบและองค์ประกอบอื่น ๆ ของแบบ (รายละเอียดของกริดจะกล่าวในหัวเรื่องถัดไป)

<u>ลงรายละเอียดแต่ละหน้า</u>

เมื่อได้โครงแบบ ก็สามารถทำการออกแบบแต่ละหน้า

- จัดทำจุดสนใจหลักให้โดดเด่นโดยขยายขนาดให้ใหญ่ใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจ รำลึกเสมอว่าจะต้องให้ผู้ดูเห็นเป็นสิ่งแรกเมื่อมองมาที่สิ่งพิมพ์หน้านั้น ส่วนสิ่งที่ไม่สำคัญหรือรายละเอียดให้มีขนาดเล็ก

- ตำแหน่งที่เป็นจุดสนใจจุดแรกของหน้าจะอยู่ด้านบนซ้ายเป็นที่ๆ เหมาะสมในการวางส่วนสำคัญหลักของข้อมูล

- เลือกใช้สีในการเน้นข้อความที่สำคัญ ทดสอบการใช้สีสด ๆ บนพื้นดำ สีคู่ สีตรงข้าม ฯลฯ

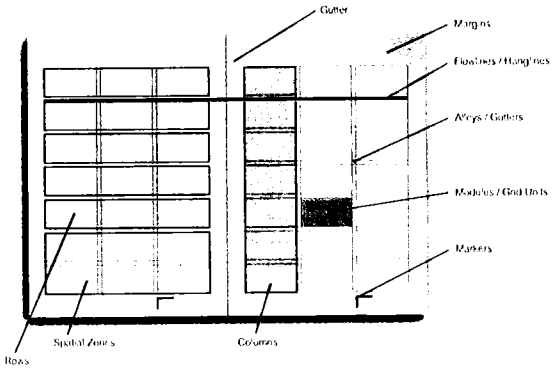
- พิจารณาในการตัดขอบ (Crop) ภาพประกอบให้ภาพนั้นดูน่าสนใจขึ้น ดูดีขึ้น

- ใช้เส้นในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนใส่กรอบให้กับภาพเท่าที่จำเป็น การใช้เส้นสายมากจะทำให้ดูรกและรบกวนสายตา ควรมีแนวคิดให้ใช้เส้นสายและกรอบภาพให้น้อยที่สุดแต่สามารถทำให้งานออกมาดูดี

- การดำเนินจัดทำแบบแต่ละหน้าสำหรับงานประเภทหนังสือ นิตยสาร โบรชัวร์ แคตตาล็อก ควรมีการวางแผนให้สอดรับกันทั้งเล่ม อาจมีความแตกต่างบ้างเพื่อความไม่จำเจแต่ไม่ควรมีความต่างกันอย่างสิ้นเชิง และให้วางรูปแบบเป็นหน้าคู่ที่ติดกันแทนที่จะคิดเป็นหน้าเดี่ยว ๆ

- ควรมีความรู้ความเข้าใจในข้อจำกัดต่าง ๆ ของการพิมพ์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น(ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ ข้อคิดในการออกแบบสิ่งพิมพ์) ทักษะในการจัดทำเลย์เอ้าท์สามารถฝึกฝนได้ โดยศึกษาจากผลงานที่มีชื่อเสียง เช่น หนังสือรวบรวมผลงานการออกแบบ (โดยส่วนใหญ่เป็นหนังสือที่จัดทำจากต่างประเทศ) นิตยสารต่าง ๆ ที่มีจำหน่ายตามแผงหนังสือซึ่งก็มีนิตยสารหลาย ๆ หัวก็มีการจัดแบบได้ดีโดยเฉพาะหน้าโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถค้นคว้าหรือดูตัวอย่างจากเวปต่าง ๆ ผ่านทางอินเตอร์เน็ต

3.5.8 กริด (Grid) คือตารางของเส้น (โดยส่วนใหญ่เส้นเหล่านี้ จะไม่ปรากฏให้เห็นในชิ้นงานพิมพ์จริง) ที่จัดอย่างเป็นแบบแผนใช้เพื่อเป็นโครงในการกำหนดตำแหน่งขอบเขตบริเวณสำหรับบรรจุภาพ เนื้อหา ช่องว่างเปล่าและส่วนประกอบต่าง ๆ ในการจัดรูปแบบแต่ละหน้าของงานพิมพ์ การสร้างกริดเป็นพื้นฐานของสื่อสิ่งพิมพ์ แทบทุกรูปแบบเพื่อจัดรูปร่างของ เนื้อหาให้อยู่ในสัดส่วนที่สวยงาม แม้ว่าจะมีผู้กล่าว ว่าการใช้กริด ทำให้จำกัดความอิสระในการออกแบบ แต่การใช้กริดเป็นการวางโครงแบบหลวม ๆ เป็นเครื่องมือในการทำงาน โดยเฉพาะงานออกแบบเป็นชุดเป็นเล่มที่ต้องการความต่อเนื่อง ความเป็นเอกภาพ ผู้ใช้สามารถพลิกแพลงแบบได้ตลอดเวลา ไม่มีกฎบังคับให้องค์ประกอบต่าง ๆ อยู่แต่เพียงภายในกรอบที่จัดไว้ แต่ให้ดูผลงานสุดท้ายเป็นหลัก การใช้กริดไม่ใช่สิ่งใหม่ นักออกแบบและศิลปินได้ใช้โครงสร้างกริดกันมานานนับศตวรรษแล้ว



ภาพที่ 2.12 กริด

- มาร์จิ้น/ช่องว่างรอบขอบกระดาษ (margins) มาร์จิ้นคือช่องว่างที่อยู่ระหว่างขอบของพื้นที่ทำงานซึ่งมีตัวอักษรหรือ ภาพปรากฏอยู่กับขอบของกระดาษทั้งสี่ด้าน ความกว้างจากขอบกระดาษของช่องว่างนี้ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน ทั้งสี่ด้านแต่ควรเป็นแบบแผนเดียวกันทุก ๆ หน้าในเล่มเพื่อความต่อเนื่อง มาร์จิ้นเป็นจุดพักสายตา แต่สามารถใช้เป็นที่ใส่เลขหน้า หัวเรื่อง คำอธิบายต่าง ๆ หรือบทความขยายสั้น ๆ และอาจใช้เป็นที่ดึงดูดความสนใจ

- โมดูล/หน่วยกริด (Module/Grid Units) โมดูลคือช่องที่เกิดจากการแบ่งหน้าออกแบบด้วยเส้นกริดตามแนวตั้งและแนวนอนออกเป็นส่วน ๆ สำหรับกำหนดใช้เป็นพื้นที่ใส่ตัวอักษรหรือภาพการแบ่งส่วนระหว่างโมดูลจะมีการเว้นช่องว่างไว้ไม่ให้โมดูลติดชิดกัน อนึ่งการใช้พื้นที่ในการวางตัวอักษรหรือภาพไม่จำเป็น ต้องถูกจำกัดอยู่ภายในแต่ละโมดูล แต่สามารถกินพื้นที่หลาย ๆ โมดูลอาล์ลีย์ / ช่องว่างระหว่างโมดูล (Alleys) อาล์ลีย์คือช่องว่างระหว่างโมดูลที่ติดกัน ช่องว่างดังกล่าวอาจทอดยาวเป็นแนวตั้งหรือแนวนอน หรืออาจเป็นทั้งแนวตั้งและแนวนอนก็ได้ ช่องว่างนี้มีผู้เรียกอีกชื่อว่า "กัตเตอร์ (Gutter)" อาล์ลีย์แต่ละแนวอาจมีความกว้างที่ต่างกันในหน้าหนึ่ง ๆ ก็ได้แล้วแต่ผู้ออกแบบ

- อาล์ลีย์/ช่องว่างระหว่างโมดูล (Alleys) อาล์ลีย์คือช่องว่างระหว่างโมดูลที่ติดกัน ช่องว่างดังกล่าวอาจทอดยาวเป็นแนวตั้ง หรือแนวนอน หรืออาจเป็นทั้งแนวตั้งและแนวนอนก็ได้ ช่องว่างนี้มีผู้เรียกอีกชื่อว่า "กัตเตอร์ (Gutter)" อาล์ลีย์แต่ละแนวอาจมีความกว้างที่ต่างกันในหน้าหนึ่ง ๆ ก็ได้แล้วแต่ผู้ออกแบบ

- กัตเตอร์/ช่องว่างระหว่างหน้าตามแนวพับ (Gutters) กัตเตอร์ คือช่องว่างระหว่างโมดูล ของหน้าสองหน้าที่ต่อกัน โดยมีแนวพับอยู่ตรงกลาง ในการออกแบบหน้าหนังสือ ให้ระวังอย่าให้ความกว้างของกัตเตอร์แคบเกินไปจนทำให้ข้อความตามแนวสันหนังสือขาดหายหรืออ่านลำบาก

- คอลัมน์/แถวในแนวตั้ง (Columns) คอลัมน์คือโมดูลที่ต่อ ๆ กันในแนวตั้ง ซึ่งช่องว่างระหว่างคอลัมน์ก็คืออาล์ลีย์/กัตเตอร์นั่นเอง ในหน้าออกแบบหนึ่งหน้าสามารถแบ่งคอลัมน์ได้กี่แถวก็ได้ และความกว้างของแต่ละคอลัมน์ก็ไม่จำเป็นต้องเท่ากันแล้วแต่ผู้ออกแบบ

- คอลัมน์/แถวในแนวตั้ง (Columns) คอลัมน์คือโมดูลที่ต่อ ๆ กันในแนวตั้ง ซึ่งช่องว่างระหว่างคอลัมน์ก็คืออาล์ลีย์/กัตเตอร์นั่นเอง ในหน้าออกแบบหนึ่งหน้าสามารถแบ่งคอลัมน์ได้กี่แถวก็ได้ และความกว้างของแต่ละคอลัมน์ก็ไม่จำเป็นต้องเท่ากันแล้วแต่ผู้ออกแบบ

- โรว์/แถวในแนวนอน (Rows) โรว์คือโมดูลที่ต่อ ๆ กันในแนวนอนซึ่งต่างจากคอลัมน์ที่ต่อกันในแนวตั้ง และถูกแบ่งแยกจากกันด้วยอาล์ลีย์/กัตเตอร์เช่นกัน

- สเปเชียวโซน/พื้นที่ครอบคลุม (Spatial Zones) สเปเชียวโซนคือกลุ่มของโมดูลที่ต่อติดกัน ทั้งแนวตั้งและแนวนอนทำให้เกิดพื้นที่ที่ใหญ่ขึ้น ถูกนำไปใช้ในการแสดงข้อมูล โดยใส่เป็นข้อความตัวอักษรหรือภาพก็ได้

- โฟลว์ไลน์/แฮงไลน์/เส้นขวาง (Flowlines/Hanglines) โฟลว์ไลน์ คือเส้นแบ่งในแนวนอน ใช้เหนี่ยว นำสายตาจากส่วนหนึ่งไปอีกส่วนหนึ่ง หรือเป็นตัวคั่นเมื่อจบเรื่องราว/ภาพหนึ่งและกำลังขึ้นต้น

เรื่องราว/ภาพอีกชุดหนึ่ง

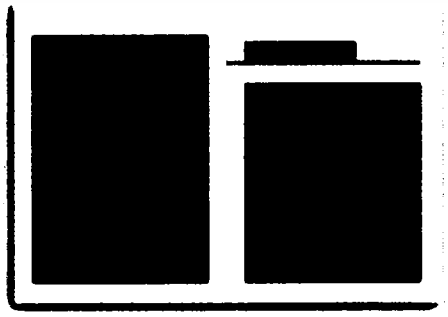
- มาร์คเกอร์/ตัวชี้ตำแหน่ง (Markers) มาร์คเกอร์คือเครื่องหมายที่กำหนดตำแหน่งบริเวณไว้สำหรับใส่ข้อความสั้น ๆ ที่ระบุหมวดหมู่ หัวเรื่องที่เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ มักมีตำแหน่งเดียวในแต่ละหน้า

3.5.8.1 ระบบกริด (Grid System) คือรูปแบบของกริดที่ใช้เป็นแม่แบบ ในการจัดทำจัดเลย์เอ้าท์โดยสามารถตกแต่งดัดแปลงเพิ่มเติมจนได้แบบหลาย ๆ แบบที่ดูแตกต่างกันแต่ยังคงเคล้าโครงของกริดต้นแบบไว้ได้ ซึ่งยังผลให้แบบต่าง ๆ ที่ได้มีความเป็นเอกภาพ มีความเกี่ยวเนื่องกันมีความสอดคล้องกัน มีความเหมือนในบางประการ สิ่งพิมพ์ประเภท โบรชัวร์ นิตยสาร รายงานประจำปี หนังสือ มักจะมีแบบจัดหน้าแต่ละหน้าที่ดูมีความคล้ายกัน เช่น มีจำนวนคอลัมน์เท่ากัน หัวเรื่อง ภาพประกอบ ตำแหน่งเลขหน้า แบบเดียวกันหรือคล้ายกัน ด้วยการสร้างระบบกริดทำให้สะดวกสำหรับผู้ออกแบบในการจัดหน้าต่าง ๆ ในเล่มได้รวดเร็วขึ้น อนึ่งการออกแบบระบบกริดที่ สามารถใช้พลิกแพลงเป็นแบบต่าง ๆ ได้เป็นศิลปะอันหนึ่ง ระบบกริดที่ดีทำให้งานออกมาดูดีมีรูปแบบที่หลากหลาย ในขณะเดียวกันระบบกริดที่ไม่ดีหรือซับซ้อนเกินไปทำให้ใช้ยากและจำกัดการเสนอรูปแบบที่ต่างออกไป ทำให้รู้สึกขาดความอิสระได้

<u>รูปแบบต่าง ๆ ของกริด</u> (Grid types)

รูปแบบพื้นฐานของกริดมีอยู่ 4 ประเภท รูปแบบพื้นฐานทั้งสี่แบบนี้สามารถนำไปพัฒนาสร้างแบบทั้งที่เรียบง่ายจนถึงแบบที่พลิกแพลงซับซ้อนขึ้น

- เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) เป็นกริดที่มีโครงสร้างเรียบง่าย เป็นบล็อกใหญ่บล็อกเดียวหรือคอลัมน์เดียว มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า บล็อกกริด (Block Grid) โดยทั่วไป รูปแบบกริดประเภทนี้ใช้กับสิ่งพิมพ์ที่มีแต่เนื้อหาเป็นหลักเช่น หนังสือนวนิยาย ตำรา จดหมายข่าว ฯลฯ แต่ก็สามารถนำภาพมาวางประกอบ แม้จะเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายแต่ก็สามารถปรับแต่งเลย์เอ้าท์ให้ดูน่าสนใจได้ และไม่จำแจเมื่อเปิดหน้าต่อหน้า

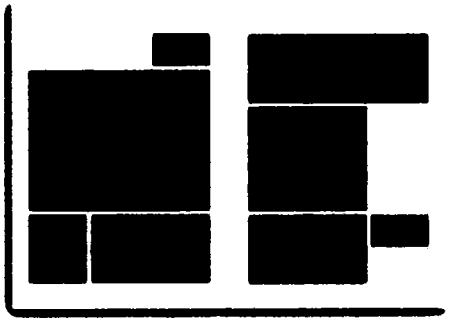


ภาพที่ 2.13 เมนูสคริปต์กริด

- คอลัมน์กริด (Column Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีคอลัมน์มากกว่าหนึ่งคอลัมน์ในหนึ่งหน้าของแบบ มักมีความสูงเกือบสุดขอบของชิ้นงาน ความกว้างของแต่ละคอลัมน์ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน กริดในรูป แบบนี้มักถูกนำไปใช้ใน นิตยสาร แคตตาล็อก โบรชัวร์ การวางภาพในรูปแบบกริดประเภทนี้อาจจะจัดวางให้มีความกว้างเท่ากับหนึ่งคอลัมน์หรือมากกว่าก็ได้

ภาพที่ 2.14 คอลัมน์กริด

- โมดูลาร์กริด (Modular Grid) เป็นรูปแบบกริดที่ประกอบด้วยโมดูลหลาย ๆ โมดูลซึ่งเกิดจาก การตีเส้นตามแนวตั้งและแนวนอน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือรูปแบบที่ เกิดจากการแบ่งคอลัมน์ในคอลัมน์กริดตามแนวนอนทำให้เกิดเป็นโมดูลย่อย โมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปจัดเลย์เอ้าท์ได้หลากหลาย สามารถประสมประสานภาพกับข้อความเป็นชุด ๆ จัดแบ่งเรื่องราวหลาย ๆ เรื่องมาอยู่ในหน้าเดียวกัน จัดภาพประกอบพร้อมคำบรรยายหลาย ๆ ชุดในหนึ่งหน้า เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ที่ต้องการรูปแบบที่ปรับเปลี่ยนง่าย เมื่อมีการจัดทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ และยังเหมาะกับงานพิมพ์ประเภทแคตตาล็อกสินค้าหรือบริการแผ่นพิมพ์โฆษณา ที่ต้องแสดงรายการสินค้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากโมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่ประกอบด้วยโมดูลย่อย ๆ มีความอิสระในการปรับแต่งเลย์เอ้าท์ได้สูง จึงมีการนำมาใช้ในการออกแบบหน้าโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสารและหนังสือประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2.15 โมดูลาร์กริด

- ไฮราซิคัลกริด (Hierarchical Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีโครงสร้างซับซ้อน ประกอบด้วยโมดูลได้ทั้งที่มีขนาดเท่ากันหรือแตกต่างกันมาจัดวางในหน้าเดียวกัน และอาจมีการเกยกันของโมดูลบางชิ้น ไฮราซิคัลกริด เป็นรูปแบบที่ยากต่อการใช้งานในการที่จะทำให้เลย์เอ้าท์ที่ออกมาดูดีและลงตัวมักใช้ต่อเมื่อไม่สามารถใช้กริดรูปแบบอื่น ส่วนหนึ่งที่เลือกใช้ เนื่องจากขององค์ประกอบต่าง ๆ ของเลย์เอ้าท์มีความแตกต่างค่อน ข้างมาก เช่น อัตราส่วนของด้านกว้างกับ ด้านยาวของภาพประกอบแต่ละภาพมีความแตกต่างกันมาก ข้อแนะนำในการจัดทำรูปแบบไฮราซิคัลกริดวิธีหนึ่งคือ นำองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบทั้งหมด เช่น ภาพประกอบ เนื้อหา หัวเรื่อง ฯลฯ มากองไว้ พิจารณาภาพรวม ค่อย ๆ ทดลองจัดวางโดยขยับปรับขนาดแต่ละองค์ประกอบจนดูแล้วลงตัว พอมีแนวเป็นหลักใน การสร้างกริดใช้ร่วมกันทั้งชุด / เล่มของงานพิมพ์แล้วจึงลงมือทำงานรูปแบบกริดประเภทนี้มีใช้ในการออกแบบหน้าหนังสือ โปสเตอร์ และฉลากผลิตภัณฑ์เป็นต้น

ภาพที่ 2.16 ไฮราซิคัลกริด

<u>ข้อแนะนำในการออกแบบด้วยกริด</u>

- ก่อนเลือกรูปแบบของกริด ให้ศึกษาว่างานที่จะทำส่วนใหญ่หนักไปทางเนื้อหา หรือภาพ มีหัวเรื่องและหมวดหมู่กี่ชั้นตลอดจนมีตาราง กฎเกณฑ์อะไรบ้างที่เกี่ยวข้อง ดูบทความต่าง ๆ ว่าเป็นบทความยาว ๆ หรือสั้น ๆ หรือเป็นแบบผสม ภาพประกอบสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ และจัดสัดส่วนให้เท่า ๆ กันได้หรือไม่ มีภาพที่มีกรอบเป็นรูปทรงอื่น ๆ ที่ไม่ใช่รูปทรงสี่เหลี่ยมไหม

- รูปแบบกริดที่มีโมดูลมาก จะทำให้การเสนอแบบได้หลากหลาย แต่หากมีการแบ่งซอยโมดูลมากจนเกินไป จะทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในการจัดทำเลย์เอ้าท์สำหรับงานที่เป็นเล่มหรือเป็นชุด

- งานที่มีเนื้อหามากและมีภาพประกอบน้อยควรใช้เมนูสคริปต์กริดหรือคอลัมน์กริดที่มีคอลัมน์ 1 – 3 แถว งานที่มีภาพประกอบมากขึ้นมักจะใช้คอลัมน์กริด ส่วนงานที่มีภาพประกอบมากขึ้นไปอีก จะใช้โมดูลาร์กริด

- คอลัมน์กริดที่มีจำนวน 1 ถึง 3 แถวจะพบเห็นได้บ่อยๆ เหมาะกับงานที่มีเนื้อหามากๆ คอลัมน์กริดที่มีจำนวนตั้งแต่ 4 แถวขึ้นไปเหมาะกับงานที่มีการผสมผสานระหว่างเนื้อหา ภาพประกอบ และงานที่มีบทความทั้งสั้นและยาวคละกัน

- คอลัมน์กริดที่มีจำนวนแถวเป็นเลขคู่ มักจะทำให้เลย์เอ้าท์ของหน้าต่าง ๆ ดูจำแจโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมัวยึดติดที่จะจัดวางให้ข้อความและภาพให้กินพื้นที่เสมอกับแนวขอบของคอลัมน์

- ให้ระลึกเสมอว่ารูปแบบกริดควรจัดให้เข้ากับองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบ มากกว่าที่จะบังคับให้องค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบให้เข้ากับรูปแบบของกริด อนึ่งการออกแบบโดยวิธีการ ใช้กริดก็ไม่ใช่เป็นสูตรสำเร็จสำหรับการออกแบบได้ทุก ๆ กรณี

- การวางภาพประกอบไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ภายใน 1 โมดูล ควรทดลองวาง 2 – 3 โมดูล หรือ 2 ½ โมดูล แล้วปล่อยส่วนที่เหลือให้ว่างเปล่า

- ในการวางเลย์เอ้าท์แต่ละหน้า ส่วนที่เป็นอัลลีย์ กัตเตอร์ หรือมาร์จิ้นไม่จำเป็นต้องเป็นช่องว่างเปล่าเสมอไป สามารถขยายภาพประกอบให้ล้นมาในบริเวณเหล่านี้ได้ ในขณะเดียวกันส่วนที่เป็นโมดูลหรือคอลัมน์บางช่องก็อาจจัดเป็นพื้นที่ว่างเปล่าก็ได้

- สามารถใช้รูปแบบกริดมากกว่าหนึ่งรูปแบบในหนึ่งงาน เช่น เลือกใช้รูปแบบกริดสำหรับบทความยาวรูปแบบหนึ่งและบทความสั้นอีกรูปแบบหนึ่ง หน้าแทรกใช้รูปแบบกริดที่ต่างจากรูปแบบที่ใช้ในหน้าปกติอื่น

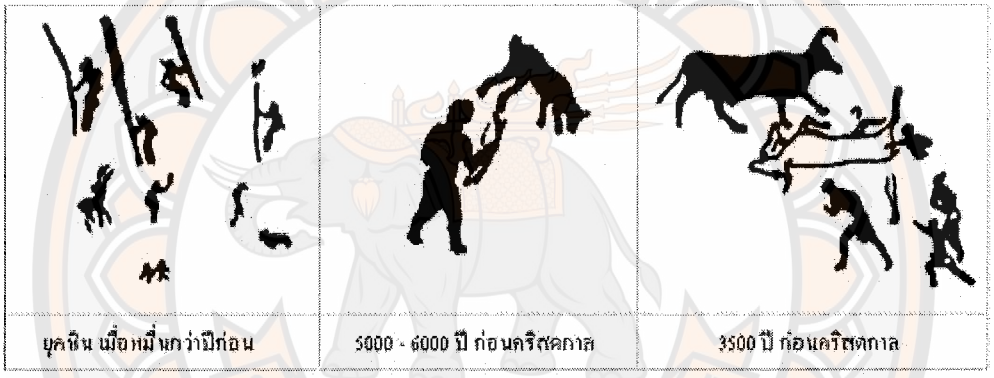
- สำหรับรูปแบบกริดที่มีเพียง 1 – 2 คอลัมน์ ให้ทดลองแบ่งคอลัมน์แต่ละคอลัมน์ ออกเป็น 2 คอลัมน์ย่อย แล้วนำไปใช้เลย์เอ้าท์ในบางหน้าบางโอกาส จะทำให้งานที่ออกมาดูไม่จำเจ

4. เอกสารที่เกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก

4.1 ความหมายของกราฟิก

งานกราฟิกมีบทบาท ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ ดังตัวอย่างที่พบคือ ภาพวาดบนผนังถ้ำของมนุษย์ได้ใช้งานกราฟิกในเกือบทุกกิจกรรม เช่น การศึกษา การออกแบบการทดลอง การนำเสนอข้อมูลการแสดงออกทางศิลปะ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ ภาพยนตร์ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มีผลทำให้การสร้างและใช้งานกราฟิกสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก งานกราฟิกจึงมีความสำคัญและมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์การสื่อสาร ความหมายระหว่างมนุษย์เป็นกิจกรรมทางสังคมของมนุษย์ มาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์

มนุษย์รู้จักใช้เครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมาย และมีความแตกต่างกันตามความเจริญของสังคม มนุษย์ในแต่ละยุคสมัยมนุษย์ยุคเริ่มแรกยังไม่มีภาษาและสัญลักษณ์จึงใช้ใช้ของจริง และสภาวะจริงรอบตัวในการสื่อความหมายต่อกัน เช่น การบอกแหล่งอาศัยของสัตว์ จะใช้วิธีวิ่งนำหน้า เพื่อนไปยังแหล่งที่มีสัตว์อยู่แล้วชี้ให้เห็นวิธีการนี้ยุ่งยากและเยิ่นเย้อ เพราะไม่มีสัญลักษณ์หรือเครื่องมือช่วยให้กระบวนการสื่อความหมายสั้นและกระชับจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พบว่า เมื่อประมาณล้านปีมาแล้ว มนุษย์โฮโมอีเร็คทุส (Homo Erectus) ซึ่งจัดอยู่ในประเภทสัตว์ลำตัวตั้งตรง ยังไม่มีภาษาใช้ ได้ใช้ท่าทางและสิ่งของตามธรรมชาติ เช่น ก้อนหิน กิ่งไม้ และกระดูกสัตว์ต่างๆ เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายต่อกัน เช่น การสื่อสารความหมาย ถึงแหล่งล่าสัตว์ชนิดใดจะทำ โดยการยกชูกระดูกของสัตว์ชนิดนั้น แล้วชี้ไปยังทิศทางที่มีสัตว์ชนิดนั้นอาศัยอยู่



รูปที่ 2.17 ภาพวาดกราฟิกมนุษย์โบราณ

เมื่อประมาณแสนปีมาแล้ว เผ่าพันธุ์ของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า โฮโมซาเปี้ยน (Homo Sapiens) รู้จักรวมกันเป็นกลุ่มอาศัยในถ้ำ ได้ใช้สีตามธรรมชาติ เขียนลายเส้นบนหน้าตาและร่างกายเพื่อเป็นเครื่องหมายสื่อความหมายบอกบทบาท บอกหมู่เหล่า ลายเส้นบนเครื่องมือบอกวิธีใช้และความเป็นเจ้าของและเขียนภาพเหมือนของคน สัตว์ และสิ่งของบนผนังถ้ำ เพียงการชี้ไปยังภาพบนผนังถ้ำก็จะสื่อความหมายต่อกันได้ว่า สัตว์ชนิดใด ใช้อาวุธอะไร ใช้คนเท่าไร ทำให้การล่าสัตว์ทำได้ดีขึ้นและปลอดภัยมากขึ้น ภาพเหล่านี้ช่วยในการสื่อสารความหมายทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สามารถใช้อธิบายและสื่อความหมาย เป็นเรื่องราวและเป็นพื้นฐานในการวิวัฒนาการมาเป็น ภาษาพูด และภาษาเขียนในสมัยต่อมา

4.2 ประเภทของกราฟิก

การออกแบบกราฟิกในงานใดๆ ก็ตามย่อมมี วัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ แตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะหรือเงื่อนไขต่างๆ ของงาน และวิธีการดำเนินการจะต้องสอดคล้องกับ ปัจจุบันทุกด้านในการสร้างงานออกแบบจึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญหลายๆ ด้าน แนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปร เปลี่ยนไปตามลักษณะ ของสื่อหรืองานแต่ละประเภทที่มีข้อกำหนดเฉพาะ ซึ่งพอที่ จะจัดหมวดหมู่ออกได้ดังนี้

4.2.1 งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์

4.2.1.1 กราฟิกบนโปสเตอร์ (Poster)

โปสเตอร์ (poster) เป็นแผ่นภาพโฆษณา หรือประกาศบอกข่าวสารที่มีมาแต่สมัยโบราณ เช่น ที่ชาวฟินิเชียน และชาวเมืองปอมเปอิ ได้วาดภาพบนผนังข้างนอกอาคารร้านค้าของตนเพื่อบอกกล่าวว่าร้านตนเป็นร้านขาย จนมปัง ไวน์ หรือเครื่องปั้นดินเผานับได้ว่าโปสเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในสมัยโบราณอีกประการหนึ่ง นอกเหนือไปจากการบอกข่าวบ่าวร้องด้วยคำพูดจากปาก ต่อมาเมื่อถึงยุคกำเนิดการพิมพ์ ทำให้มีการพิมพ์ใบปลิวเผยแพร่ข่าวสารขึ้น โปสเตอร์ ก็ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างมาเป็นรูปแบบใบปลิวด้วย และเมื่อมีการค้นพบวิธีการพิมพ์หินขึ้นอีกในประเทศเยอรมนี ก็เป็นการเปิดทางแนวใหม่ให้โปสเตอร์เปลี่ยนรูปลักษณะมาเป็นโปสเตอร์ใน ปัจจุบัน คือทำให้ให้สมาชิกสามารถพิมพ์เป็น "รูปภาพ" ออกมาได้คราวละเป็นจำนวนมาก

โปสเตอร์ ได้มีพัฒนาการเรื่อยมาจนถึงระหว่าง ค.ศ.1960-1970 ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่โปสเตอร์มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากทั้งในด้านศิลปะการออกแบบ เรื่องความคิดสร้างสรรค์ตลอดจนเทคนิควิธีการผลิต โปสเตอร์ถูกใช้ให้เป็นประโยชน์ในกิจกรรมนานา ประการ เช่น ส่งเสริมการศึกษาส่งเสริมการท่องเที่ยว การกีฬา และดนตรี โดยเฉพาะโปสเตอร์ขนาดเล็กใช้ได้ทั้งเป็น สื่อสำหรับการโฆษณาและเป็นเครื่องประดับตกแต่งห้องมีผู้นิยมกัน ถึงขั้นสะสมกันเหมือนกับสะสม แสตมป์ เนื่องจากอิทธิพลของวงดนตรีประเภทต่าง ๆ และอิทธิพลของดารานักร้องที่มีกลุ่มแฟนคลับสนับสนุนเป็นจำนวนมากทำให้เกิดมาก เพื่อจำหน่ายให้แฟนเพลงวัยรุ่นที่ยอมรับโปสเตอร์ ในลักษณะเป็นสัญลักษณ์แห่งศิลปะ ซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมของกลุ่มวัยของเขา

จากอดีตมาจนถึงปัจจุบันนี้ โปสเตอร์ยังคงมีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในวงการโฆษณาสินค้า นอกจากวงการโฆษณาแล้ว โปสเตอร์ยังเป็นประโยชน์กับวงการอื่น ๆ อีกมาก เช่น วงการการเมือง การกุศล มูลนิธิต่าง ๆ เป็นต้น เพราะโปสเตอร์เป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพช่องทางหนึ่งใน ท่ามกลางช่องทางการสื่อสารชนิดต่าง ๆ ที่ใช้กันอยู่ในสังคมปัจจุบัน

ขนาดรูปทรงและประเภทของโปสเตอร์

โปสเตอร์มีหลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็ก ใช้แขวนหรือปิดประดับผนังห้อง ปิดตามที่สาธารณะ ตู้โชว์สินค้าตามร้านค้า ติดประกาศบนกำแพง ไปจนถึงขนาดใหญ่มากหลายสิบฟุตที่ติดตั้งริมถนนหนทาง หรือบนผนังตึกใหญ่ ๆ

นอกจากนี้โปสเตอร์ยังมีรูปทรงหลายแบบ เช่นแบบปกติที่เป็นลักษณะกรอบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทั้งแนวนอน และแนวตั้ง จนถึงรูปทรงที่ผิดแปลกออกไปจากรูปกรอบทรงเรขาคณิตคือใช้ลักษณะของรูปภาพเป็นกรอบไปในตัว เช่น รูปทรงต้นไม้ รูปทรงของร่างกาย

ส่วนประเภทของโปสเตอร์นั้น ถ้าเราจำแนกตาม วัตถุประสงค์การใช้หรือ เนื้อหาของ ข่าวสารที่ปรากฏ เราก็จะได้ประเภทโปสเตอร์เพื่อการโฆษณาสินค้าและบริการ และโปสเตอร์ซึ่งมิใช่เพื่อการค้าเช่น โปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้ง รณรงค์เพื่อการกุศล เป็นต้น แต่ถ้าเราจะจำแนก

ประเภทโปสเตอร์ตามลักษณะสถานที่ตั้งโปสเตอร์ เราก็จะได้โปสเตอร์ที่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน เช่น บิลล์บอร์ด(Billboard) ในวงการโฆษณา ซึ่งหมายถึงโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ตั้งไว้ตามข้างถนนหนทาง หรือตั้งไว้บนกำแพงผนังตึกริมถนน คำว่า บิลล์บอร์ด นี้มีที่มาจากวงการโฆษณาในประเทศ

สหรัฐอเมริกาตอนต้น ค.ศ.1900 เมื่อกิจการร้านค้าต่าง ๆ ได้เช่าพื้นที่บนกระดานไม้ (board) ไว้คอยติดประกาศข้อความโฆษณาของตน (bill) ถึงแม้ว่าในสมัยปัจจุบันนี้ แผ่นกระดานไม้ที่ปิดป้ายโฆษณาจะเปลี่ยนเป็นวัสดุอื่นไปแล้ว เช่น อะลูมิเนียมแต่ศัพท์คำว่า บิลล์บอร์ด นี้ก็ยังคงใช้กันอยู่ตลอดมา

โปสเตอร์ประเภทที่ปิดไว้ตามยวนยานพาหนะที่เป็นบริการสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทางนั้นเรียกว่า คาร์การ์ด(car cards) ซึ่งปิดไว้ได้ทั้งข้างในรถ ที่ปิดไว้ท้ายรถภายนอกมักจะเรียกว่า บัสแบค (bus back) และถ้าปิดด้านข้างจะเรียกว่า บัสไซด์ นอกจากตามยานพาหนะแล้ว ยังมีโปสเตอร์ซึ่งปรากฏปิดอยู่ตามที่สาธารณะอื่น ๆ เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารประจำทาง ป้ายรถประจำทาง

องค์ประกอบของโปสเตอร์

โปสเตอร์โดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่ หรือเป็นประเภทใดก็ตาม จะมีองค์ประกอบดังนี้ รูปภาพของสินค้า หรือบริการหรือเรื่องราวที่ต้องการจะสื่อสาร มีถ้อยคำที่เป็นตัวอักษรประกอบ ซึ่งโดยมาเป็นข้อความที่ไม่ยาวนัก ชื่อของผู้เป็นสปอนเซอร์หรือผู้ที่ผลิตโปสเตอร์นั้นสำหรับโปสเตอร์โฆษณาสินค้า ในบางครั้งก็อาจเพิ่มเติม เครื่องหมายการค้า (trade mark) หรือคำขวัญเข้าไปด้วย

ข้อควรคำนึงถึงก่อนการลงมือออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารประเภทสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างไป จากสื่อสิ่งพิมพ์อื่นคือ โปสเตอร์ติดอยู่กับที่ที่ติดตั้ง ต้องรอคอยให้ผู้ดูเป็นฝ่ายเดินทางไปถึงจุดที่ตั้งแสดงอยู่ ในขณะที่สื่ออื่น ๆ เช่นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ จะเสนอเนื้อหาข่าวสารไปถึงผู้อ่าน ผู้ชม ในที่อยู่อาศัยโดยตรง ดังนั้นงานสำคัญ ที่ผู้ออกแบบโปสเตอร์จะ ต้องพยายามทำให้สำเร็จก็คือจะต้อง สร้างและยึดความสนใจของผู้ที่มองเห็นโปสเตอร์แล้วให้ได้ตั้งแต่เขาชายตา ชำเลืองมองในครั้งแรกหัวใจสำคัญของวิธีการที่จะจับความสนใจผู้ดูโปสเตอร์ นั้นก็คือ ความง่าย (simplicity) และความตรงไปตรงมา (directness) ในการสื่อสาร ความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่เข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญก็คือส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นถ้อยคำ ตัวอักษร ที่ประกอบกันแล้วจะต้องสอดคล้องกันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ

วิธีที่จะทำให้โปสเตอร์ดูเข้าใจได้ง่ายมีดังนี้

- องค์ประกอบส่วนที่เป็นภาพ ควรเป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งเมื่อมองเห็นแล้วก็ สามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ควรเป็นภาพที่แสดงระดับงานศิลป์ที่สูงส่ง ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐานลึกซึ้งเพียงพอที่จะเข้าใจ ได้ และไม่ควรเป็นภาพประเภทแอบสแทรค (abstract) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ดูแลแปลความหมายของภาพไปได้นานาประการ

- เป็นภาพจำลองของจริงซึ่งมองเห็นได้ชัดเจนในลักษณะขยายใหญ่ (closeup) เฉพาะในส่วนที่เป็นหัวใจของเรื่องที่ต้องการเสนอ ผู้ดูจะรู้สึกเหมือนได้เห็นภาพห่างไม่กี่ฟุตทั้งที่โดยความจริงแล้วอาจจะยืน ดูภาพอยู่เป็นระยะทางไกลหลายช่วงตึกก็ได้

- ในส่วนที่เป็นตัวอักษร ควรคำนึงถึงเรื่องหลักของการอ่านได้ง่ายเป็นสำคัญ เช่น การใช้สีตัดกันของตัวอักษรกับพื้นภาพ ตามหลักควรให้ตัวอักษรเป็นสีเข้ม ส่วนพื้นที่เป็นสีอ่อนดีกว่าจะใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นสีเข้ม สีที่ดีที่สุดของตัวอักษรสำหรับโปสเตอร์ที่จะทำให้เห็นได้ชัดและอ่านได้ง่าย โดยเฉพาะโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ต้องมองดูในระยะไกล คือตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง

- ในการเลือกแบบตัวอักษร ไม่ควรเลือกแบบตัวอักษรที่มีลักษณะผอมสูง และไม่ควรให้ช่องไฟเบียดติดกัน สำหรับขนาดก็ควรใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ ๆ ได้สัดส่วนกับพื้นที่และองค์ประกอบอื่น หากจำเป็นจะต้องวางตัวอักษรทับไปบนส่วนที่เป็นภาพ ไม่ควรให้พื้นภาพบริเวณที่ ตัวอักษรจะทบลงไปนั้นเป็นลวดลาย เราะจะทำให้เห็นตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่สะดวกกับการอ่าน

- ต้องเป็นแผ่นโดดๆ ซึ่งสามารถปะติดลงบนพื้นผิวก็ได้
- ต้องมีข้อความประกอบเสมอ
- ต้องปิดไว้ในที่สาธารณะ
- ต้องผลิตขึ้นมาจำนวนมาก

โปสเตอร์ที่ดีควรจะสนองแนวคิดหลัก 5 ประการ ได้แก่

- จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่
- จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์ และ ข้อความ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย ต้องมีความ กระจ่าง มีขนาดที่พอเหมาะกัน
- รูปภาพและข้อความที่นำเสนอ ควรให้มีความสอดคล้อง สัมพันธ์และ ส่งเสริมซึ่งกันและ กัน
- ต้องมีความกะทัดรัด และแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียวกับการออกแบบโปสเตอร์ คือ การกำหนดขนาด การกำหนดรูปภาพประกอบ การกำหนดตัวอักษร

ตัวอักษรข้อความ หรือตัวอักษรหัวเรื่องที่จะต้องกำหนดลงในงานออกแบบกราฟฟิก จะทำหน้าที่บรรยายข้อมูลสาระให้รับรู้การกำหนดตัวอักษร จึงต้องเน้นหนักที่ขนาดของตัวอักษร รูปแบบ และการกำหนดโครงสีบนตัวอักษรทั้งหมด

- ขนาดของอักษร
- รูปแบบตัวอักษร
- สีของตัวอักษร ได้แก่ ค่าน้ำหนักของสี สีของตัวอักษรต้องไม่หลายสีเกินไป ภายในหนึ่งหน้ากระดาษ ควรใช้สีให้เหมาะกับคำหรือข้อความนั้นๆ

4.1.2.2 กราฟิกบนแผ่นพับ สื่อโฆษณาประเภทนี้ จัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ชนิด ไดเร็คเมลล์ (Direct Mail) ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจะส่งตรงถึงผู้บริโภค ทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และการแจกตามสถานที่ต่างๆ ลักษณะเด่นของแผ่นพับก็คือ มีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวก สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้มาก ผู้ดูสามารถเลือกเวลาใดก็ได้ในการหยิบขึ้นมาอ่าน ผู้ออกแบบมีเทคนิคในการออกแบบ ได้อย่างอิสระ หลากหลายและสวยงามค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำ จุดเด่นคือ สามารถเลือกแจกได้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ ทำให้สื่อที่ผลิตขึ้นถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

วิธีการออกแบบ

แผ่นพับมีลักษณะเด่น คือ สามารถพับได้หลายแบบ การพับแบบต่างๆทำให้ภาพลักษณ์ของสื่อเปลี่ยนแปลงไปเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้าอย่างน้อย 4 หน้า และสามารถพับได้ถึง 80 หน้า แต่ส่วนใหญ่แล้วนิยมพับอย่างมาก 16 หน้า เนื่องจากจำนวนหน้าเกิดจากการแบ่งกระดาษด้วยการพับ จึงมักไม่นิยมใส่เลขหน้า ในการออกแบบกราฟิกจึงต้องพิจารณาถึงขนาดของข้อมูลอย่างชัดเจน ต้องแสดงลักษณะเฉพาะแต่ละหน้า และความสัมพันธ์ระหว่างหน้าอื่นๆ ที่จะพับมาต่อกันด้วย ถ้าผู้ออกแบบแบ่งสาระข้อมูลไม่ดี หรือวางหน้าไม่เหมาะสมจะทำให้ผู้ดูเกิดความสับสนในการอ่าน เพราะลักษณะเฉพาะของแผ่นพับอาจทำให้ผู้ดูเปิดพลิกไปไม่ได้ การออกแบบที่ดี มักจะให้ข้อมูลแต่ละหน้าจบในตัวของมันเอง และสามารถเริ่มอ่านตรงส่วนใดก่อนก็ได้

4.1.2.3 กราฟิกบนใบปลิว เป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตราคาถูกที่สุด รูปแบบและลีลาของการออกแบบนำเสนอสาระข้อมูลของแผ่นปลิวไม่มีข้อจำกัดตายตัวจากการที่มีลักษณะของการผลิตที่ใช้ค่าใช้จ่ายน้อย ทำให้สามารถผลิตขึ้นได้ครั้งละจำนวนมาก จึงได้รับความนิยมในการนำ มาเป็นสื่อในการสื่อสาร เพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างกว้างขวางทั้งในรูปแบบของการแจกโดยบุคคลหรือวิธีการใช้เฮลิคอปเตอร์โปรยสู่กลุ่มประชาชน ซึ่งทำให้ได้รับความสนใจได้มาก ขนาดของแผ่นปลิวมีขนาดไม่แน่นอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอ

4.1.2.4 กราฟิกบนบัตรเชิญ บัตรเชิญเป็นสื่อโฆษณาอีกประเภทที่มีบทบาทในวงการโฆษณาประชาสัมพันธ์การออกแบบกราฟิกทางด้านบัตรเชิญดำเนินไปอย่างกว้างขวางนัก ออกแบบ จะพยายามสร้างรูปแบบแปลกใหม่ที่จะท้าทายให้ผู้ได้รับเชิญ เกิดความรู้สึกอยากรู้อยากเห็น อยากสัมผัส บัตรเชิญ เรียกได้ว่าสื่อเฉพาะกิจจะใช้ในโอกาสสำคัญๆ เช่น เชิญเปิดร้าน เชิญปิดกิจการ เปิดนิทรรศการการแสดงต่างๆ หรือการโชว์สินค้า

4.2 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น เป็นหีบห่อ เป็นกล่อง เป็นขวด เป็นลัง เป็นกระป๋อง ฯลฯ การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆได้ 3 กลุ่มตามลักษณะหน้าที่ดังนี้

4.2.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับการค้าปลีก

4.2.2 บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง

4.2.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

การออกแบบฉลากสินค้า

ฉลากสินค้าจะติดมากับตัวสินค้าที่บรรจุมาในรูปขวด กล่อง ห่อ กระป๋อง หรือรูปแบบอื่น ตามลักษณะและ ประเภทของสินค้า ฉลากสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงรายละเอียดต่างเกี่ยวกับสินค้านั้นอย่างมาก ในบางครั้งฉลากสินค้าจะช่วยให้สามารถสมมารถตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้สินค้าได้ รายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อบริษัท ที่อยู่ของผู้ผลิต ประเภท ชนิด สี ของวัสดุที่ใช้ ขนาดน้ำหนักหรือปริมาตร ส่วนผสม วิธีใช้ หรือสรรพคุณ

วิธีการออกแบบ

การออกแบบฉลากจะต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขหลายอย่าง นักออกแบบจะสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้า ให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความสวยงาม โดยการออกแบบกราฟิกบนตัวฉลากสินค้า ที่สอดคล้องกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าบางอย่างมีเพียงเฉพาะข้อความเท่านั้น บางอย่างมีรูปภาพประกอบอย่างสวยงาม

4.3 งานกราฟิกบนสิ่งพิมพ์ทั่วไป

4.3.1 การออกแบบปกหนังสือ (Cover Design) มีหลักที่จะต้องพิจารณา ก่อนดำเนินการดังนี้

4.3.1.1 พิจารณาถึงประเภทของหนังสือ

4.3.1.2 พิจารณาถึงบุคลิกของหนังสือ

4.3.1.3 พิจารณาถึงแนวทางสร้างสรรค์รูปแบบ

4.3.1.4 พิจารณาถึงวิธีการผลิต

4.3.1.5 พิจารณาถึงวัสดุที่ใช้ทำปก

4.3.2 การออกแบบจัดหน้า ซึ่งพอจะแบ่งได้ตามลักษณะและขนาดออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือสำหรับเด็ก

4.3.2.1 หนังสือพิมพ์ คือ การรวบรวมเรื่องราว ภาพข่าว บทวิเคราะห์ สาระเกร็ดความรู้ และการโฆษณาต่างๆ ตลอดจนเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

วิธีการจัดหน้า คือ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับประกอบด้วย ส่วนของข้อความพาดหัวข่าว เนื้อข่าว ภาพข่าว และส่วนโฆษณา ในกระบวนการจัดหน้าจะต้องดำเนินการ อย่างเป็นระบบรัดกุม เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามกำหนดรายวัน

4.3.2.2 นิตยสาร คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความแตกต่างจาก หนังสือพิมพ์หลายลักษณะ ตั้งแต่ลักษณะเนื้อหา ขนาดรูปเล่ม ร ะบบการพิมพ์นิตยสาร ต้องการนำเสนอเนื้อหา ทางด้านวิชาการ บทวิเคราะห์ บทความ แนวคิด การบันเทิง การกีฬา ฯลฯ นิตยสารจะไม่มุ่งไปที่ความสดใหม่ของข่าวสาร แต่จะเน้นด้านประโยชน์และสาระบันเทิงมากกว่า

จุดมุ่งหมายของการจัดหน้า

- เพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้อื่น
- เพื่อให้อ่านง่ายดูง่าย
- รูปแบบและขนาด

วิธีการจัดหน้า คือ ผู้ออกแบบหรือนักจัดหน้าควรเอาใจใส่ตั้งแต่ปกด้านในไปจนถึงปกหลังด้านใน การออกแบบโครงร่างของการจัดหน้าผู้ออกแบบ ต้องคิดเสมอว่าข้อมูลทุกๆ หน้าจะต้องมีความสมบูรณ์ทุกด้านต้องมีเอกภาพทั้งหน้าเดี่ยวและหน้าคู่ การออกแบบต้องมีความสัมพันธ์ กันระหว่างหน้าต่อหน้าทั้งหน้าซ้ายและหน้าขวาหรือด้านหน้าและด้านหลัง

4.3.2.3 หนังสือสำหรับเด็ก เป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้ที่จะช่วยโน้มน้าวให้เด็กๆ เกิดความสนใจในเนื้อหา เกิดความเพลิดเพลินในการเรียนรู้โดยไม่ตั้งตัว การออกแบบจัดหน้ารูปเล่มและภาพประกอบจึงมีความสำคัญอย่างมากที่นักออกแบบจะต้องสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับความสนใจ

จุดมุ่งหมายของการจัดหน้า

- กระตุ้นความสนใจในเนื้อหา
- ใช้สีสันเพื่อความเข้าใจในเนื้อหา
- เพื่อต้องการให้เกดความรักหนังสือ
- การออกแบบภาพต้องพิถีพิถัน สวยงาม

แนวคิดของการจัดหน้า การออกแบบการจัดหน้าหนังสือสำหรับเด็ก จะมีลักษณะและวิธีการที่แตกต่างกันไป จากงานลักษณะอื่นๆ หนังสือประเภทนี้จะมุ่งเน้น การนำเสนอเนื้อหาด้วยภาพประกอบเป็นหลักและมีข้อความเป็นส่วนประกอบ

4.3.3 การออกแบบรูปเล่ม

ลักษณะของรูปเล่มจะเป็นแบบอย่างไร ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข หลายประการ ตั้งแต่ความสะดวกในการหยิบอ่าน ความสวยงาม ความคล่องตัวในการพกพา ความสะดวกในการเก็บรักษา ความเหมาะสมกับขนาดความหนาของหนังสือ ความสอดคล้องกับระบบการจัดพิมพ์

4.3.3.1 ความหนาของรูปเล่ม การกำหนดความหนา หรือจำนวนหน้ากระดาษของเล่ม จะต้องได้รับการวางแผนไว้ตั้งแต่เริ่มแรกของการวางแผนงาน โดยพิจารณาจากปริมาณของเนื้อหา ภาพประกอบ และการกำหนดรูปแบบของเล่ม เพื่อกำหนดขนาดของคอลัมน์ข้อความ ขนาดความหนาจะต้องเป็นขนาดที่กระดาษมาตรฐานตัดลงตัว

4.3.3.2 การเย็บเล่ม เมื่อได้ดำเนินการในกระบวนการพิมพ์เสร็จเรียบร้อยผู้พิมพ์จำเป็นจะต้องกระทำกับชิ้นงานพิมพ์นั้นให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์กรณีที่เป็นโปสเตอร์อาจจะใช้งานได้เลย แต่ถ้าเป็นเอกสารต้องการเย็บเป็นรูปเล่ม ก็ต้องนำมาดำเนินการตามขั้นตอน ในการพับเพื่อนำไปรวมเล่มจะเป็น การพับกระดาษทีละแผ่นหรือที่ละยก ซึ่งแต่ละยกหรือแต่ละชุดเรียกว่า " กนก " (Signature) เมื่อพับครบ ยกแล้วจึงนำแต่ละกนกมาเย็บทำเป็นเล่มต่อไป

4.3.3.3 วิธีการพับ

4.3.3.1 การพับด้วยมือ

4.3.3.2 การพับด้วยเครื่องจักร ซึ่งมี 2 วิธี คือ เครื่องพับกระดาษแบบลูกกลิ้ง เครื่องพับกระ ดาษแบบใบมีด

4.3.3.4 การออกแบบภาพประกอบ การใช้ภาพประกอบในการสื่อความหมาย ในงานกราฟิกนับ เป็นเรื่องสำคัญยิ่ง จะเห็นว่าภาพสามารถทำหน้าที่ได้หลายทาง ได้แก่ อธิบายเนื้อหา ขยายความ สร้างความสนใจในเนื้อหาช่วยย่นระยะเวลาในการสื่อความหมายน้อยลง

4.3.3.5 ลักษณะของภาพประกอบ

4.3.3.5.1 ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง

4.3.3.5.2 ภาพการ์ตูน

4.3.3.5.3 ภาพนามธรรม

4.3.3.5.4 การออกแบบกราฟิกสำหรับเครื่องฉาย

งานกราฟิกสำหรับเครื่องฉายหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบ และวิธีการสร้างต่างไปจากงานออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไปทั้งกระบวนการผลิตงานและแนวคิดในการทำงานงานออกแบบกราฟิกในลักษณะนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบ จะต้องมีความประณีตสูง เพราะต้นฉบับจะถูกถ่ายทำหรือถ่ายทอดลงบนฉากที่มีขนาดใหญ่ ทำให้ต้นแบบงานต้องมี อัตราส่วนการขยายภาพมากตามลักษณะการนำไปใช้ และเป็นการนำไปใช้โดยตรงด้วยกระบวนการที่ไม่ซับซ้อนเหมือนงานพิมพ์

ข้อสังเกตในการทำต้นแบบ

- การจัดทำต้นแบบสำหรับเครื่องฉายทุกประเภทควรเพิ่มหรือเผื่อพื้นที่ว่างทั้ง 4 ด้าน เพื่อความสะดวกในการถ่ายทำ
- ขนาดสัดส่วนของต้นฉบับ จะแตกต่างกันไป ตามลักษณะงานแต่ละชนิด ดังนั้น ผู้ออกแบบจะต้องกำหนดขนาดและสัดส่วนของต้นฉบับให้สอดคล้องกับการนำไปใช้
- ควรกำหนดโครงสีที่ชัดเจน
- งานกราฟิกเกี่ยวกับเครื่องฉายควรเน้นภาพมากกว่าข้อความ
- การจดวางรูปแบบกรอบภาพนิยมจัดภาพ ในลักษณะแนวนอนเพราะให้ความรู้สึกเบาสบายตา

5. เอกสารที่เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดีย

5.1 ความเป็นมาของสื่อมัลติมีเดีย

สื่อมัลติมีเดียเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในวงการธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะได้นำมาใช้ในการฝึกอบรมและให้ความบันเทิง ส่วนในวงการศึกษามัลติมีเดียได้นำมาใช้เพื่อการเรียนการสอนในลักษณะแผ่นซีดีรอม หรืออาจใช้ในลักษณะห้องปฏิบัติการมัลติมีเดียโดยเฉพาะก็ได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า มัลติมีเดียจะกลายมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางการศึกษาในอนาคต ทั้งนี้เพราะว่ามัลติมีเดียสามารถที่จะนำเสนอได้ทั้งเสียง ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว ดนตรี กราฟิก ภาพถ่ายวัสดุตีพิมพ์ ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ ประกอบกับสามารถที่จะจำลองภาพของการเรียนการสอนที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองแบบเชิงรุก (Active Learining)

สื่อมัลติมีเดียเริ่มต้นในราว ๆ ต้นปี พ.ศ. 2534 พร้อมๆ กับการใช้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ 3.0 ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่ใช้สำหรับเครื่องพีซี (PC) และเป็นระบบปฏิบัติการที่เรียกว่า กราฟิกยูซเซอร์อิเทอร์เฟท (Graphic User Interface) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า GUI สำหรับ GUI เป็นอินเทอร์เฟทที่สามารถแสดงได้ทั้งข้อความ (Text) และกราฟิก (Graphic) ซึ่งง่ายต่อการใช้งานต่อมาในราว ๆ ต้นปี พ.ศ.2535 บริษัทไมโครซอฟต์ด้พัฒนาโปรแกรมมัลติมีเดียเวอร์ชั่น 1.0 ที่ใช้ร่วมกับระบบปฏิบัติการวินโดวส์ 3.0 ทำให้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์มีศักยภาพเพิ่มขึ้นในเรื่องของภาพและเสียง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของมาตรฐานมัลติมีเดียที่เรียกว่า มาตรฐานเอ็มพีซี (MPC : Multimedia Personal Computer) ซึ่งมาตรฐานนี้จะเป็นสิ่งกำหนดระบบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียวที่เล่นบนระบบ ปฏิบัติการวินโดวส์

การเริ่มนำเอาวินโดวส์ 3.1 เข้ามาแทนวินโดวส์ 3.0 ในราว ๆ ต้นเดือนมีนาคม พ.ศ.2536 ทำให้การใช้มัลติมีเดียกว้างขวางยิ่งขึ้นโดยเฉพาะมีศักยภาพในการเล่นไฟล์เสียง(Wave) ไฟล์มีดี

(MIDI) ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และภาพยนตร์จากแผ่นซีดีรอม (CD-ROM) จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของมัลติมีเดียที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีจนถึงปัจจุบัน

มัลติมีเดีย คือการใช้สื่อมากกว่า 1 สื่อร่วมกันนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยจุดมุ่งหมายให้ผู้รับสื่อสามารถรับรู้ข่าวสารได้มากกว่า 1 ช่องทาง โดยผ่านการควบคุมการใช้ และโต้ตอบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ส่วนบุคคลหรือเครือข่าย ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบของมัลติมีเดีย ให้สอดคล้องกับปรัชญาการเรียนรู้มากขึ้น สื่อประเภทนี้ไม่ได้เป็นเพียงรูปแบบของบทเรียนแบบโปรแกรม ที่ให้พียงเนื้อหา คำถาม และคำตอบ แต่ได้รับการออกแบบให้เปิดกว้างสำหรับ การสำรวจกระตุ้นให้ผู้เรียนได้คิดค้น สืบค้นมากขึ้น สื่อมัลติมีเดีย สื่อประสมหรือสื่อหลายแบบที่มีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อการนำ เสนอข้อมูลเป็นหลักโดยได้มีการออกแบบนำเสนอไว้อย่างมีระบบมัลติมีเดียนั้น ได้รวมเอาฮาร์ดแวร์ และซอฟแวร์ไว้ด้วยกัน จะเน้นส่วนไหน มากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะการงานและจะเน้นผลผลิตที่เกิดจากการ นำเสนอข้อมูลหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความเทคโนโลยีมัลติมีเดีย เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างสูง สำหรับในยุคนี้ ซึ่งสามารถพิจารณา จากการพัฒนาคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็นด้านสมรรถนะของพีซียู รวมทั้งประสิทธิภาพของอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟแวร์ในปัจจุบัน ต่างก็พัฒนาขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของเทคโนโลยีมัลติมีเดียมากขึ้น ตัวอย่างเช่น

- ความสามารถของโปรเซสเซอร์ที่สามารถประมวลข้อมูลอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับการคำนวณด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกที่มีความซับซ้อนมากขึ้น
- หน่วยความจำในเครื่องที่มีความเร็วสูงขึ้น และเพิ่มขยายได้มากขึ้น
- การ์ดแสดงผลที่ช่วยให้แสดงภาพได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพในการแสดงผลสูง
- จอภาพขนาดใหญ่
- การ์ดเสียงและลำโพงที่สมบูรณ์แบบเทียบได้กับเครื่องเสียงราคาแพงๆ
- อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่มีความจุมากขึ้น เช่น ฮาร์ดดิสก์ เป็นต้น

สื่อมัลติมีเดีย คือ ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิด โดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ฐานข้อมูล ตัวเลข กราฟิก ภาพเสียง และวีดิทัศน์ (Jeffcoate. 1995)

สื่อมัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์สื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟ ภาพศิลป์ (Graphic Art) เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวิดีทัศน์ เป็นต้นถ้าผู้ใช้สามารถควบคุมสื่อเหล่านี้ ให้แสดงออกมาตามต้องการได้ ระบบนี้จะเรียกว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) (Vaughan. 1993)

สื่อมัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์สื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟ ภาพศิลป์ (Graphic Art) เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวิดีทัศน์ เป็นต้นถ้าผู้ใช้สามารถควบคุม สื่อเหล่านี้ให้แสดงออกมา ตามต้องการได้ ระบบนี้จะเรียกว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) (Vaughan. 1993)

5.1.1 ประโยชน์ของมัลติมีเดีย มัลติมีเดียได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากยิ่งขึ้น โดยมีประโยชน์ ดังนี้

5.1.1.1 เสนอสิ่งเร้าให้กับผู้เรียน ได้แก่ เนื้อหา ภาพนิ่ง คำถาม ภาพเคลื่อนไหว

5.1.1.2 นำเสนอข่าวสารในรูปแบบที่ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับ เช่น บทเรียนมัลติมีเดีย

5.1.1.3 สร้างสื่อเพื่อความบันเทิง

5.1.1.4 สร้างสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์

นอกจากประโยชน์ดังกล่าว เทคโนโลยีมัลติมีเดีย ยังมีบทบาทต่อ

5.1.2.1 การเรียนการสอน อันส่งผลให้เกิดระบบห้องสมุดแบบดิจิตอล (Digital Library)

5.1.2.2 การเรียนการสอนทางไกล (Distance Learning) การสร้างห้องเรียนเสมือนจริง (Virtual Classroom) และการเรียนการสอนแบบกระจาย อันส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ อย่างกว้าง

5.1.2.3 ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า E-Commerce อันจะช่วยให้การนำเสนอสินค้า มีความน่าสนใจมากกว่าเดิม

5.1.2.4 การเรียนการสอน อันส่งผลให้เกิดระบบห้องสมุดแบบดิจิตอล (Digital Library) การเรียนการสอนทางไกล (Distance Learning) การสร้างห้องเรียนเสมือนจริง (Virtual Class room) และการเรียนการสอนแบบกระจาย อันส่งผลให้เกิดการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง

5.1.2.5 ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า E – Commerce อันจะช่วยให้การนำ เสนอสินค้า มีความน่าสนใจมากกว่าเดิม

5.1.2.6 การสื่อสารโทรคมนาคม เนื่องด้วยเทคโนโลยีมัลติมีเดีย ต้องอาศัย สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ดังนั้นเทคโนโลยีนี้ จึงมีความสัมพันธ์กับ ระบบการสื่อสาร โทรคมนาคม อย่างแยกกันได้ยากมาก

5.1.2.7 ธุรกิจการพิมพ์ นับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สัมพันธ์กับเทคโนโลยีมัลติมีเดีย อันจะส่งผลให้หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆ มีความน่าสนใจมากขึ้น และปัจจุบันก็มี E-Magazine หรือ E-Book ออกมาอย่างแพร่หลาย

5.1.2.8 ธุรกิจการให้บริการข้อมูลข่าวสาร เมื่อมีการนำเทคโนโลยีมัลติมีเดียมาช่วย จะทำให้ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไป มีความน่าสนใจมากกว่าเดิม

5.1.2.9 ธุรกิจโฆษณา และการตลาด แน่นอนว่ามีความสัมพันธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อันจะช่วยดึงดูดคนเข้ามาชม ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีความแปลกใหม่

5.1.2.10 การแพทย์และสาธารณสุข ปัจจุบันมีการสร้างสื่อเรียนรู้ด้านการแพทย์ ช่วยให้ประชาชนทั่วไป มีความสนใจศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดูแล รักษาสุขภาพตนเอง

5.1.2.11 นันทนาการ นับเป็นบทบาทที่สำคัญมาก ทั้งในรูปของเกม การเรียนรู้ และ VR เป็นต้น

5.1.2 สื่อมัลติมีเดียเพื่องานธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ คือ ระบบการส่งสัญญาณภาพ และเสียงหรือส่งรายการโทรทัศน์ผ่านเน็ทเวิร์ค โดยที่ผู้ส่งสามารถควบคุมการส่งรายการจากต้นทางและ เป็นระบบส่งสัญญาณระบบเดียวที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อโฆษณากับลูกค้า เป็นสื่อโฆษณาในรูป แบบของช่องสัญญาณสื่อสารขนาดเล็ก (Narrow Broadcasting) เป็นการประชาสัมพันธ์กระจายข้อมูลข่าวสาร ในระบบดิจิตอลโดยมีจอเป็นตัวแสดงผล (Digital Signage) เช่น LCD TV, Plasma TV, LED, Projector หรืออื่นๆแสดงได้ทั้งในรูปแบบภาพยนตร์ โฆษณาภาพกราฟฟิคและ ตัวอักษรวิ่ง (Scrollable text) ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และเสียง ได้ในเวลาเดียวกันสามารถดึงดูดความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มลูก ค้าเป้าหมายได้ ณ จุดบริการ หรือจุดขายสินค้า เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ต่างๆ เช่นสนามบิน, ธนาคาร, ห้างสรรพสินค้า, สปา, ฟิตเนส, โรงพยาบาล, โรงแรม, รถไฟฟ้า, องค์กรราชการ, รัฐวิสาหกิจ, อาคารสำนักงาน, Exhibition Hall และอีกมากมายโดยสามารบริหารจัดการเนื้อหารายการการนำเสนอผ่านโครงข่าย IT ได้

5.2 องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย

มัลติมีเดียสามารถจำแนกองค์ประกอบของสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วยข้อความหรือตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และภาพวิดีโอ (Video) แล้วนำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างคอมพิวเตอร์ กับผู้ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรม ที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการตัวอย่าง เช่น ผู้ใช้ได้ทำการเลือกรายการ และตอบคำถามผ่านทางจอภาพของ เครื่องคอมพิวเตอร์

จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ ก็จำทำการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับผ่านทางจอภาพให้ผู้ใช้เป็นอีกครั้ง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน ตัวอย่างเช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มี สีแตกต่างจากข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวิดีโอตามที่ได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้าแล้วดังนั้น จึงถือได้ว่า การปฏิสัมพันธ์ในมัลติมีเดีย เป็นส่วนหนึ่ง ที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่นๆ สำหรับหัวข้อย่อยของเนื้อหาส่วนนี้ ประกอบด้วย

5.2.1 ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ข้อความหรือตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ ของมัลติมีเดียระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่าน จอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการ แล้วยังสามารถกำหนดลักษณะ ของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วยดังรูปต่อไปนี้ ข้อความเป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่นำเสนอ ซึ่ง ปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วย โปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพ เป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (HyperText) เป็นรูปแบบของข้อความ ที่ได้รับความนิยมสูงมาก ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงก์ หรือเชื่อมข้อความ ไปยังข้อความ หรือจุดอื่นๆ ได้

5.2.2 ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และ ภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความ หรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผล ในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมาย ได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความ หรือตัวอักษรนั่นเองซึ่งข้อความ หรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้าน ความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถ สื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บน สื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น ภาพกราฟิก (Graphics) เป็นสื่อในการนำเสนอที่ดี เนื่องจากมีสีสัน มีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้กว้าง ประกอบด้วย ภาพบิตแมพ (Bitmap) เป็นภาพที่มีการเก็บข้อมูลแบบพิกเซล หรือจุดเล็กๆ ที่แสดงค่าสี ดังนั้นภาพหนึ่งๆ จึงเกิดจากจุดเล็กๆ หลายๆ จุดประกอบกัน (คล้ายๆ กับการปัก

ผ้าครอสติก) ทำให้รูปภาพแต่ละรูปเก็บข้อมูลจำนวนมาก เมื่อจะนำมาใช้ จึงมีเทคนิคการบีบอัดข้อมูล ฟอร์แมตของภาพบิตแมพ ที่รู้จักกันดี ได้แก่ .BMP, .PCX, .GIF, .JPG, .TIF ภาพเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพที่สร้างด้วยส่วนประกอบของเส้นลักษณะต่างๆ และคุณสมบัติเกี่ยวกับสีของเส้นนั้นๆ ซึ่งสร้างจากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เช่น ภาพของคนก็จะถูกสร้างด้วยจุดของเส้นหลายๆ จุดเป็นลักษณะของโครงร่าง (Outline) และสีของคนก็เกิดจากสีของเส้นโครงร่างนั้นๆ กับพื้นที่ผิวภายในนั่นเอง เมื่อมีการแก้ไขภาพ ก็จะเป็นการแก้ไขคุณสมบัติของเส้น ทำให้ภาพไม่สูญเสียความละเอียด เมื่อมีการขยายภาพนั่นเอง ภาพแบบ Vector ที่หลายๆ ท่านคุ้นเคยก็คือ ภาพ .wmf ซึ่งเป็น clipart ของ Microsoft Office นั่นเอง นอกจากนี้คุณจะสามารถพบภาพฟอร์แมตนี้ ได้กับภาพในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือ Macromedia Freehand คลิปอาร์ต (Clipart) เป็นรูปแบบของการจัดเก็บภาพ จำนวนมากๆ ในลักษณะของตารางภาพ หรือ ห้องสมุดภาพ หรือคลังภาพ เพื่อให้เรียกใช้ สืบค้น ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว HyperPicture มักจะเป็นภาพชนิดพิเศษ ที่พบได้บนสื่อมัลติมีเดียมีความสามารถเชื่อมโยง ไปยัง เนื้อหา หรือรายละเอียดอื่นๆ มีการกระทำ เช่น คลิก (Click)หรือเอาเมาส์มาวางไว้เหนือตำแหน่งที่ระบุ (Over) สำหรับการจัดหาภาพ หรือเตรียมภาพ ก็มีหลายวิธี เช่น การสร้างภาพเอง ด้วยโปรแกรมสร้างภาพ เช่น Adobe Photoshop, PhotoImpact, CorelDraw หรือการนำภาพจากอุปกรณ์ เช่น กล้องถ่ายภาพดิจิตอล, กล้องวิดีโอดิจิตอล หรือสแกนเนอร์

5.2.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิก ที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดง ขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของอะตอมในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อ สร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติ เฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5.2.4 เสียง (Sound) เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิตอล ซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียงหากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจ และสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้น เกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างความน่าสนใจ และน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความ หรือภาพนิ่งนั่นเอง ดังนั้น เสียงจึงเป็นองค์ประกอบ ที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดีย ซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

<u>ลักษณะของเสียง ประกอบด้วย</u>

คลื่นเสียงแบบออดิโอ (Audio) ซึ่งมีฟอร์แมตเป็น .wav, au การบันทึกจะบันทึกตามลูกคลื่นเสียง โดยมีการแปลงสัญญาณให้เป็นดิจิทัลและใช้เทคโนโลยีการบีบอัดเสียงให้เล็กลง (ซึ่ง

คุณภาพก็ต่ำลงด้วย) เสียง CD เป็นรูปแบบการบันทึกที่มีคุณภาพสูงได้แก่ เสียงที่บันทึกลงในแผ่น CD เพลงต่างๆ MIDI (Musical Instrument Digital Interface) เป็นรูปแบบของเสียงที่แทนเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ สามารถเก็บข้อมูล และให้วงจรอิเล็กทรอนิกส์ สร้างเสียงตามตัวโน้ต เสมือนการเล่นของเครื่องเล่นดนตรีนั้นๆ เทคโนโลยีเกี่ยวกับเสียง ประกอบด้วย การบันทึกข้อมูลเสียง เสียงที่ทำงานผ่านคอมพิวเตอร์ เป็นสัญญาณดิจิตอล ซึ่งมี 2 รูปแบบคือ Synthesize Sound เป็นเสียงที่เกิดจากตัววิเคราะห์เสียง ที่เรียกว่า MIDI โดยเมื่อตัวโน้ตทำงาน คำสั่ง MIDI จะถูกส่งไปยัง Synthesize Chip เพื่อทำการแยกสียงว่า เป็นเสียงดนตรีชนิดใด ขนาดไฟล์ MIDI จะมีขนาดเล็ก เนื่องจากเก็บคำสั่งในรูปแบบง่ายๆ Sound Data เป็นเสียง จากที่มีการแปลงจากสัญญาณ analog เป็นสัญญาณ digital โดยจะมีการบันทึกตัวอย่างคลื่น (Sample) ให้อยู่ที่ใดที่หนึ่งในช่วงของเสียงนั้นๆ และการบันทึกตัวอย่างคลื่นเรียงกันเป็นจำนวนมาก เพื่อให้มีคุณภาพที่ดี ก็จะทำให้ขนาดของไฟล์โตตามไปด้วย Sample Rate จะแทนด้วย kHz ใช้อธิบายคุณภาพของเสียง อัตรามาตรฐานของ sample rate เท่ากับ 11kHz, 22kHz, 44kHz Sample Size แทนค่าด้วย bits คือ 8 และ 16 บิท ใช้อธิบายจำนวนของข้อมูลที่ใช้จัดเก็บในคอมพิวเตอร์ คุณภาพเสียงที่ดีที่สุด ได้แก่ Auido-CD ที่เท่ากับ 44kHz ระบบ 16 บิท เป็นต้น มาตรฐานการบีบอัดข้อมูล เสียงที่มีคุณภาพดี มักจะมีขนาดโต จึงต้องมีการบีบอัด ข้อมูลให้มีขนาดเล็กลง มาตรฐานการบีบอัดข้อมูล ได้แก่ ADPCM - Adaptive Differential Pulse Code Modulation โดยจะทำการบีบอัดข้อมูลที่มีการบันทึกแบบ 8 หรือ 16 บิท โดยมีอัตราการบีบอัดประมาณ 4:1 หรือ 2:1 u-law, A-law เป็นมาตรฐาน ที่กำหนดโดย CCITT สามารถบีบอัดเสียง 16 บิท ได้ในอัตรา 2:1 MACE มีจุดเด่นคือ บีบอัดและขยายข้อมูลให้มีขนาดเท่าเดิมได้ จึงใช้ได้เฉพาะข้อมูลเสียง 8 บิต อัตราการบีบอัดคือ 3:1 และ 6:1 อย่างไรก็ตามคุณภาพเสียงไม่ดีเท่าที่ควร และทำงานได้เฉพาะกับ Mac เท่านั้น MPEG เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูลที่นิยมมากในปัจจุบัน โดยชื่อนี้ เป็นชื่อย่อของทีมงานพัฒนา Moving Picture Export Group โดยปัจจุบันมีฟอร์แมตที่นิยมคือ MP3 (MPEG 1 Audio Layer 3) ซึ่งก็คือเทคโนโลยี การบีบอัดข้อมูลเสียงของมาตรฐาน MPEG 1 นั่นเอง เป็นไฟล์ที่นิยมใช้กับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย

5.2.5 ภาพวิดีโอ (Video) วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดีย ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอ ในระบบดิจิตอลสามารถนำเสนอ ข้อความ หรือ รูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับ เสียงได้สมบูรณ์มากกว่า องค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอ ในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่ บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าว ไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาที อาจต้องใช้หน่วย

ความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและ มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ด้อยลง ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ สามารถบีบอัดขนาดของภาพอย่างต่อเนื่องจน ทำให้ภาพวิดีโอสามารถ ทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและ กลายเป็นสื่อที่มีบทบาท สำคัญต่อระบบมัลติมีเดีย (Multimedia System) Video file format เป็นรูปแบบที่ใช้บันทึกภาพและเสียงที่สามารถทำงานกับคอมพิวเตอร์ได้เลย มีหลายรูปแบบได้แก่ AVI (Audio / Video Interleave) เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดยบริษัทไมโครซอฟต์ เรียกว่า Video for Windows มีนามสกุลเป็น .avi ปัจจุบันมีโปรแกรมแสดงผลติดตั้งมาพร้อมกับชุด Microsoft Windows คือ Windows Media Player MPEG – Moving Pictures Experts Group รูปแบบของไฟล์ที่มีการบีบอัดไฟล์ เพื่อให้มีขนาดเล็กลงโดยใช้เทคนิคการบีบข้อมูลแบบ Inter Frame หมายถึง การนำความแตกต่าง ของข้อมูลในแต่ละภาพมาบีบ และเก็บ โดยสามารถบีบข้อมูลได้ถึง 200 : 1 หรือเหลือข้อมูลเพียง 100 kb/sec โดยคุณภาพยังดีอยู่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดย MPEG-1 มีนามสกุล คือ .mpg Quick Time เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดย บริษัท Apple นิยมใช้นำเสนอข้อมูลไฟล์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีนามสกุลเป็น .mov

6. เอกสารเกี่ยวกับจดหมายทางตรง

6.1 ความหมายของจดหมายทางตรง (Direct Mail) หมายถึง การโฆษณารูปแบบหนึ่งที่ส่งไปรษณีย์โดยตรงและมีการระบุชื่อผู้รับตรมที่อยู่นั้น

6.2 ลักษณะพิเศษของจดหมายทางตรง

6.2.1 การเข้าถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง

6.2.2 มีความเป็นไปได้ที่ถูกเห็นและถูกอ่านสูง

6.2.3 สามารถเลือกผู้รับเป้าหมายได้อย่างเสรี

6.2.4 สามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะกับเวลา

6.3 หน้าที่พิเศษต่าง ๆ ของจดหมายทางตรง

6.3.1 ใช้ในการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ และผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง ในการขายสินค้าใหม่ หรือสินค้าแพงนั้น

6.3.2 ใช้ในการชักนำและโน้มน้าวจูงใจ

6.3.3 ใช้ในการนำเสนอได้เหมาะสมตามสถานการณ์ของผู้รับ

6.3.4 ใช้ช่วยการขยายของพนักงานขาย

6.3.5 ใช้ในกรณีการหลังการขาย

6.3.6 ใช้ผสมผสานกับสื่อโฆษณาอื่นๆ

6.3.7 ใช้เป็นมาตรการที่ผู้ผลิต

6.3.8 เพื่อให้เกิดการนัดหมาย

6.3.9 ใช้สำรวจความคิดเห็นของลูกค้าด้านต่างๆ

6.4 รูปแบบของจดหมายทางตรง

6.4.1 ไปรษณียบัตร หรือแผ่นโปสการ์ด

6.4.2 จดหมาย

6.4.3 แผ่นพับ

6.4.4 ใบปลิวโฆษณา

6.4.5 จุลสาร

<u>การเตรียมแผนงานก่อนการจัดทำการส่งจดหมายทางตรง</u>

- กำหนดจุดมุ่งหมาย
- ระบุเป้าหมาย
- จัดเตรียมรายชื่อเป้าหมาย
- ระบุกลุ่มเป้าหมายในการจัดส่ง
- กำหนดโครงสร้างเนื้อหา
- กำหนดรายละเอียดของเนื้อหา
- รูปแบบการแสดงออก
- กำหนดงบประมาณ

<u>การทิ้งช่วงห่างของจดหมายทางตรง</u>

เนื่องจากการใช้จดหมาย อาจไม่เห็นผลได้ด้วยจดหมายฉบับเดียว ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้กิจการอาจต้องส่งจดหมายและติดต่อกันมากกว่า 1 ครั้งซึ่งกิจการจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการวางแผนการติดต่อทั้งหมดไว้ล่วงหน้า

<u>อุปกรณ์ของจดหมายทางตรงรูปแบบจดหมายปิดผนึกประกอบด้วย</u>

- จดหมาย เป็นอุปกรณ์หลัก ซึ่งเนื้อหาของจดหมายทางตรงแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ จดหมายมุ่งการขายสินค้า (Hard Sell) และการจูงใจด้านอารมณ์ (Soft Sell)
- ซองใส่จดหมาย เปรียบเสมือนใบหน้า ของซองจดหมายปิดผลึก ที่จะสร้างความประทับใจให้ผู้ได้หรือไม่ หากผู้รับรู้สึกสะดุดตาก็ย่อมสนใจที่เปิดดูข้างใน ดังนั้นต้องคำนึงถึงรูปแบบซองด้วย
- แผ่นพับ/ใบปลิว จัดเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้จดหมายปิดผลึกนั้นๆ น่าสนใจมากขึ้น นอกเหนือไปจากเนื้อหาในรูปแบบจดหมาย สิ่งที่น่าสนใจในการจัดทำแผ่นพับ/ใบปลิวได้แก่ การพับแผ่นพับหรือใบปลิว การจัดวางองค์ประกอบภายใน และการจัดวางข้อความ
- เครื่องมือตอบสนอง (Response Device) เมื่อลูกค้าเปิดซองจดหมายอ่าน และเกิดความสนใจ

แล้ว ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายแต่ค่อนข้างยากก็คือ การทำให้ลูกค้ามีการตอบรับจดหมายที่ได้รับมีข้อแนะนำ

นอกเหนือจากซองจดหมายที่ดึงดูดใจแล้ว ความสำเร็จของการตลาดแบบตรง โดยใช้ Direct mail จะเกิดขึ้นจากการที่นักการตลาดต้องมีความชัดเจนของข้อมูลลูกค้า เพราะหากข้อมูลในการจัดส่งเกิดการตกหล่น ของข้อมูลความน่าสนใจของ Direct mail จะลดลงทันที เช่น หากเราส่งจดหมายแล้วใช้คำว่า

เรียน ท่านเจ้าของบ้าน กับ

เรียน คุณอิสราภรณ์ ลาดละคร

ข้อมูลแบบไหนที่เป็นท่านแล้วอยากเปิดซองจดหมาย เพราะหากเป็นแค่ท่านเจ้าของบ้าน แสดงว่าเราไม่รู้จักลูกค้าจริง แต่หากเราใส่ชื่อ ที่อยู่จริง ความน่าเชื่อถือ ความจริงใจ จะสร้างความรู้สึกให้กับลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม นักการตลาดต้องสร้างฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานมากขึ้น แนวทางหลักๆ ที่นักการตลาดนำมาใช้ในการทำ Direct Mail มาใช้เครื่องมือในการดำเนินการทางการตลาด คือ

- งบประมาณในการจัดส่งจดหมาย เพราะในการส่งจดหมายปัจจุบันต้นทุนจะเริ่มที่ 3 บาท นั่นเอง
- การใช้การตลาดแบบตรงใน Direct Mail นักการตลาดต้องไม่ลืม ข้อเสนอที่แปลกและแตกต่าง ที่ทำให้ลูกค้าเกิดการสนใจในการตอบกลับมาหาบริษัทหรือในปัจจุบันที่เราเรียก โปรโมชั่นโดนๆ นั่นเอง เช่น ถ้าตอบกลับมาจะมีของขวัญส่งให้ เป็นต้น
- รายชื่อลูกค้าเป้าหมาย ทั้งที่เป็นลูกค้าเก่า และกลุ่มลูกค้าคาดหวัง
- ผู้รับผิดชอบโครงการ ซึ่งอาจเป็นทีมการตลาด ที่มีการฝึกฝนอย่างดี ต่อการตอบรับของลูกค้า เพราะหากลูกค้าตอบกลับมายังบริษัทแต่พนักงานไม่สามารถโต้ตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ แทนที่จะเป็นผลดีกลายเป็นผลเสียไป
- สุดท้ายนักการตลาดแบบตรง ควรจะมีการวิเคราะห์ผลการตอบกลับของกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาดแบบนี้ โดยนักการตลาดควรทำการศึกษาตั้งแต่จำนวนข้อมูลในการจัดส่ง อัตราการตอบกลับของลูกค้า อัตราการซื้อ รวมถึงข้อมูลในการจัดส่งจดหมายอย่างไร จึงจะประสบความสำเร็จตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ความสำเร็จของการตลาดโดยใช้ Direc mail ว่าจะยากก็ยาก ว่าจะง่ายก็ง่าย แต่ความสำเร็จเกิดขึ้น ได้เสมอถ้านักการตลาดมีการวางแผนที่ดี

บทที่ 3
วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อจำกัดในการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสำหรับ ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปาโดยวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเว็บไซต์และเอกสารต่างๆ ของสภาพทั่วไปของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา อันได้แก่ การบริการห้องพักแบบต่างๆ สถานที่ การบริการทั่วไปสำหรับแขกที่ไปพัก และสภาพแวดล้อมโดยรวม เพื่อศึกษาและสร้างแนวความคิด ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อเก็บรวมรวมข้อมูล และศึกษา สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา ที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อนำมาประกอบในการออกแบบครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 3 การนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพทั่วไปของ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มาวิเคราะห์ เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบการสร้างสรรค์แนวคิด ในการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผลการศึกษา อภิปรายโดยอ้างอิงข้อมูลทั้งหมด จากข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษา เอกสาร งานวิจัย และข้อมูลที่สืบค้นจากสื่ออื่นๆ มาวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ การออกแบบเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเอกสาร

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งข้อมูลประเภท เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ปัจจุบันของทางภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา นำมาร่างเป็นแนวคิดของการวิจัยขั้นต้น ประกอบด้วย

1.1.1 ประวัติความเป็นมาของภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ตารางที่ 3.2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

วัตถุประสงค์	แนวคำถาม
เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ประวัติความเป็นมา ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา	**แนวคำถามผู้จัดการ** - ประวัติความเป็นมาภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา - จำนวนและวัยผู้ที่มาใช้บริการ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา
เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา	- การเรียนรู้สถานที่ต่างๆ และการบริการภายในภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบความคิด การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา การกำหนดในเบื้องต้นมาออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการออกแบบ และพัฒนาโดย มีอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการให้การแนะนำแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และ ภาพลักษณ์

ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผล อภิปรายแนวทาง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์โดยนำ เสนอผลการวิจัยออกมาเป็นข้อสรุปนำเสนอในลักษณะหารพรรณนาวิเคราะห์แนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งสริมภาพลักษณ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากกระบวนการรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไป ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่ง เสริมภาพลักษณ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และการออกแบบ เพื่อให้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และสร้างสรรค์ ให้งานออกแบบมีประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุป

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่างแบบ

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์

ส่วนที่ 4 การจัดแสดงผลงานการออกแบบ

บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุป

1.1 **ชื่อโครงการ** (Project Title) โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

1.2 **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

1.3 **ข้อมูลสถานที่** ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

ความเป็นมาของโครงการ บริษัท ภัทรภิญโญ หลังจากประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ " โรงแรม เดอะแกรนด์ริเวอร์ไซด์ " ที่ผ่านมา จึงทำให้คุณธีรชาติ ภัทรภิญโญ กรรมการผู้จัดการ ลงทุนในโครงการ "ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา" มูลค่ากว่า 300 ล้านบาท เป็นรีสอร์ทใจกลางเมือง อีกหนึ่งทางเลือก สำหรับนักธุรกิจ ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดพิษณุโลก ที่ต้องการใช้เวลาสำหรับการพักผ่อน อย่างแท้จริงและต้องการความเป็นส่วนตัว

ภัทธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา สร้างขึ้นด้วยรูปแบบทันสมัย เป็น Chic Resort แห่งแรก ในจังหวัดพิษณุโลก ด้วยการจัดสรรพื้นที่อย่างลงตัวภายในพื้นที่ 17 ไร่ ประกอบด้วย ห้องพักเพียง 64 ห้อง สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส, สปา, ห้องสมุด, ห้องอาหาร, โดยแยกห้องประชุม สัมมนา จัดเลี้ยง และพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรม ไว้อย่างเป็นสัดส่วนเพื่อมิให้รบกวนกับผู้ที่พักอยู่ในรีสอร์ท

ด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับใจกลางเมือง ดีไซน์ร่วมสมัยของรีสอร์ทแห่งนี้ทำให้ตัวรีสอร์ทโดดเด่นขึ้นมาจากเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานอย่างพิษณุโลก ที่นี่เป็นที่พักอันยอดเยี่ยมสำหรับการไปเที่ยวชมซากเมืองเก่าของสุโขทัย และนอกจากนี้เรือนแพ พระราชวังจันทร์ โรงหล่อพระพุทธรูปและวัดใหญ่ก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในตัวเมือง พิษณุโลกนั้น เพิ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นคุณจะได้เพลิดเพลินกับการเที่ยวชมซากปรักหักพังและวัดวาอารามต่าง ๆ โดยไร้ความพลุกพล่าน หลังจากเดินเที่ยวชมเมืองมาทั้งวันแล้ว คุณควรเอนหลังและผ่อนคลายด้วยการนวดที่สปาใน รีสอร์ท ภัทธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา ให้คำมั่นสัญญาว่าจะ เป็นสถานที่ที่มีสไตล์มากที่สุด ที่คุณจะได้เข้าพักในภูมิภาคนี้

1.4 **ข้อมูลทางการตลาด** (Marketing Data) **วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาสทางการตลาด** Product / SWOT (Strength , Weakness , Opportunity , Theat)

จุดแข็ง
1. มีรูปแบบ Chic Resort แห่งแรก และแห่งเดียวในจังหวัด พิษณุโลก
2. เป็นที่นิยมของบรรดาแขกชั้นผู้ใหญ่
3. สถานที่มีความสวยงามทางธรรมชาติแตกต่างจากโรงแรมอื่นที่ใกล้เคียงหรือในตัวเมืองพิษณุโลกด้วยกัน

จุดอ่อน
1. เนื่องจากเปิดตัวได้ไม่นานจึงยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
2. สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่มีความหลากหลาย
3. ยังมีการประชาสัมพันธ์ที่น้อย

อุปสรรค
1. คนส่วนใหญ่กังวลเรื่องราคาสูง
2. การประชาสัมพันธ์ในเรื่องของโปรโมชั่นพิเศษเพื่อดึงดูดผู้ที่จะมาใช้บริการ ยังไม่จริงจังมากนัก
3. ยังมีอีกหลายคนที่ต้องการมาพักรีสอร์ทรูปแบบนี้ แต่ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ เนื่องจากรีสอร์ทค่อนข้างมีความเป็นส่วนตัว

โอกาส

1. มีผู้ที่สนใจที่อยากพักรีสอร์ทแห่งนี้ เพราะมีความสวยงามทางธรรมชาติที่อยู่ใจกลางเมือง ซึ่งสามารถเดินทางได้สะดวก ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ที่ดีสามารถเพิ่มผู้มาใช้บริการได้อีกทางหนึ่ง

2. หากเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้ง่าย เช่น Direct mail โปสเตอร์ ใบปลิว วิดีโอโฆษณา จะสามารถเข้าถึงบุคคลได้ง่าย จะเป็นการช่วยดึงดูดอีกทางหนึ่ง

1.5 **กลุ่มเป้าหมาย** (Main Target) : กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยว แขกชั้นผู้ใหญ่ คู่รักและบุคคลทั่วไป ทั้งชายและหญิงที่มีอายุ 25 – 40 ปีขึ้นไป เป็นคนที่ชื่นชอบในความเป็นธรรมชาติ รักการท่องเที่ยว และการพักผ่อนแบบส่วนตัว

1.6 **Design Concept** : ความเรียบหรูผสมความเป็นธรรมชาติได้อย่างลงตัว

Support Concept : ต้องการให้รู้สึกถึงความมีคุณค่า มีราคา เหมาะสมแก่ความสวยงามของสถานที่ ที่มีความสวยงามทางธรรมชาติมาก และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันทุกรูปแบบ ซึ่งหาได้ยากที่จะมีอยู่ในใจกลางเมือง อีกทั้งยังมีการให้ความเป็นส่วนตัวแก่ผู้ที่มาใช้บริการสูง และ มีการบริการที่ได้ให้ความประทับใจแก่ผู้ที่มาพักยิ่งนัก สามารถเป็นการดึงดูดได้ถึงการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นในจังหวัดพิษณุโลกได้อีกด้วย

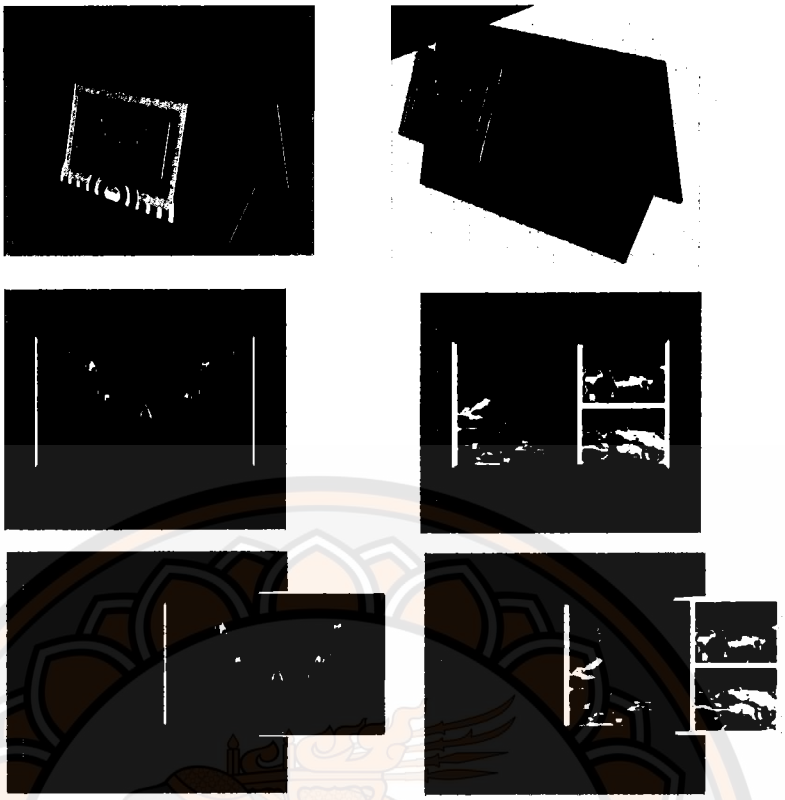
Mood and Tone

- Luxurious / หรูหรา
- Nature / ธรรมชาติ
- Precious / มีคุณค่า

ภาพที่ 4.1 Mood and Tone จากตราสัญลักษณ์

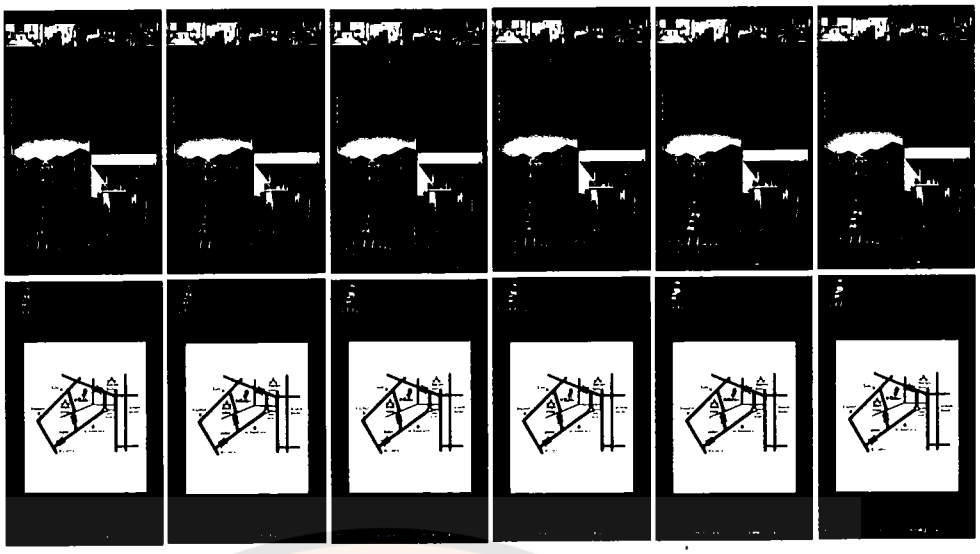
ส่วนที่ 2 **ขั้นตอนการร่างแบบ** คือ การออกแบบผลงานทั้งหมดตั้งแต่ครั้งเริ่มต้น

ภาพที่ 4.2 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 1



ภาพที่ 4.3 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 2

ภาพที่ 4.4 แสดงแบบ(Sketch) ปฏิทินครั้งที่ 3



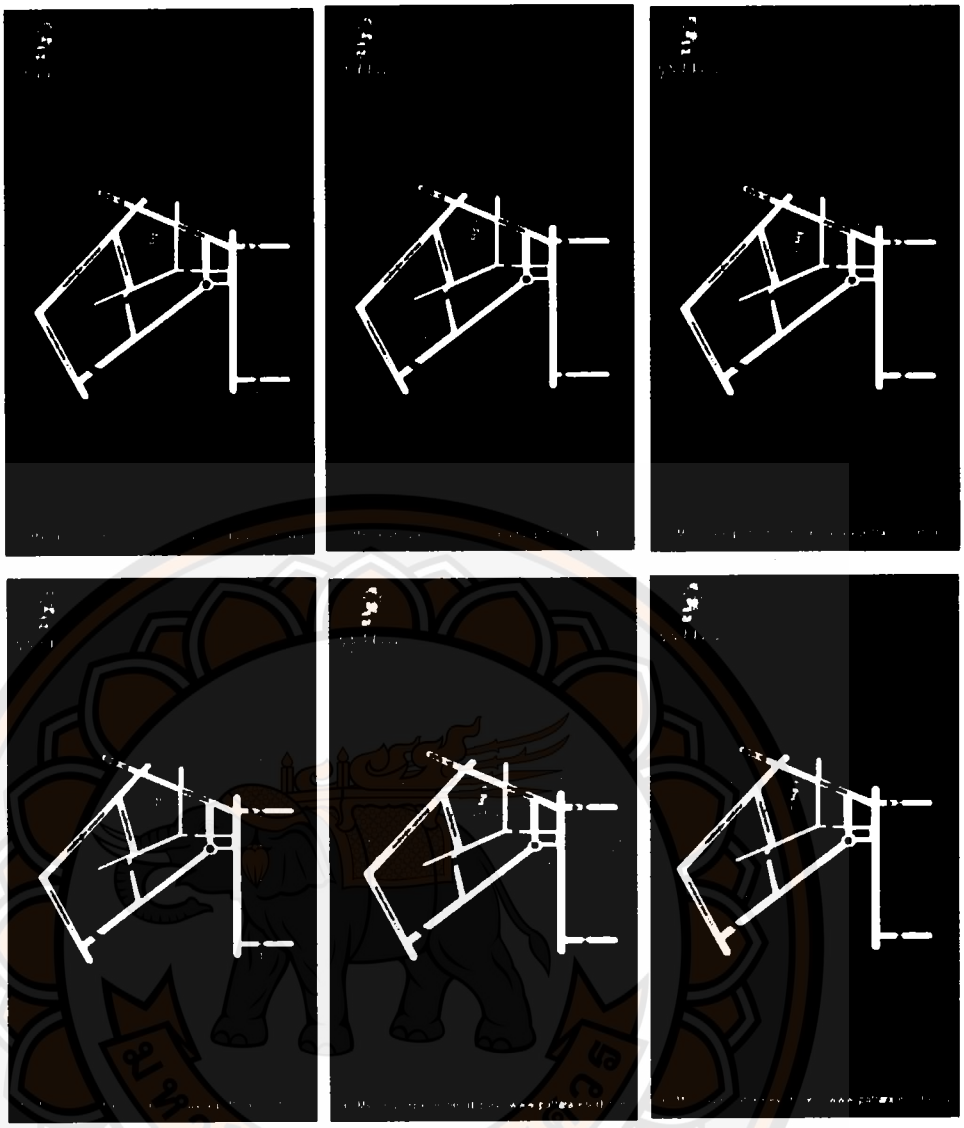
ภาพที่ 4.5 แสดงแบบ(Sketch) ใบปลิว

ส่วนที่ 3 **การพัฒนาและการสร้างสรรค์** คือ ข้อสรุปของการออกแบบผลงานทั้งหมด

ด้านหน้า

ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงใบปลิวแบบสมบูรณ์

ด้านหลัง

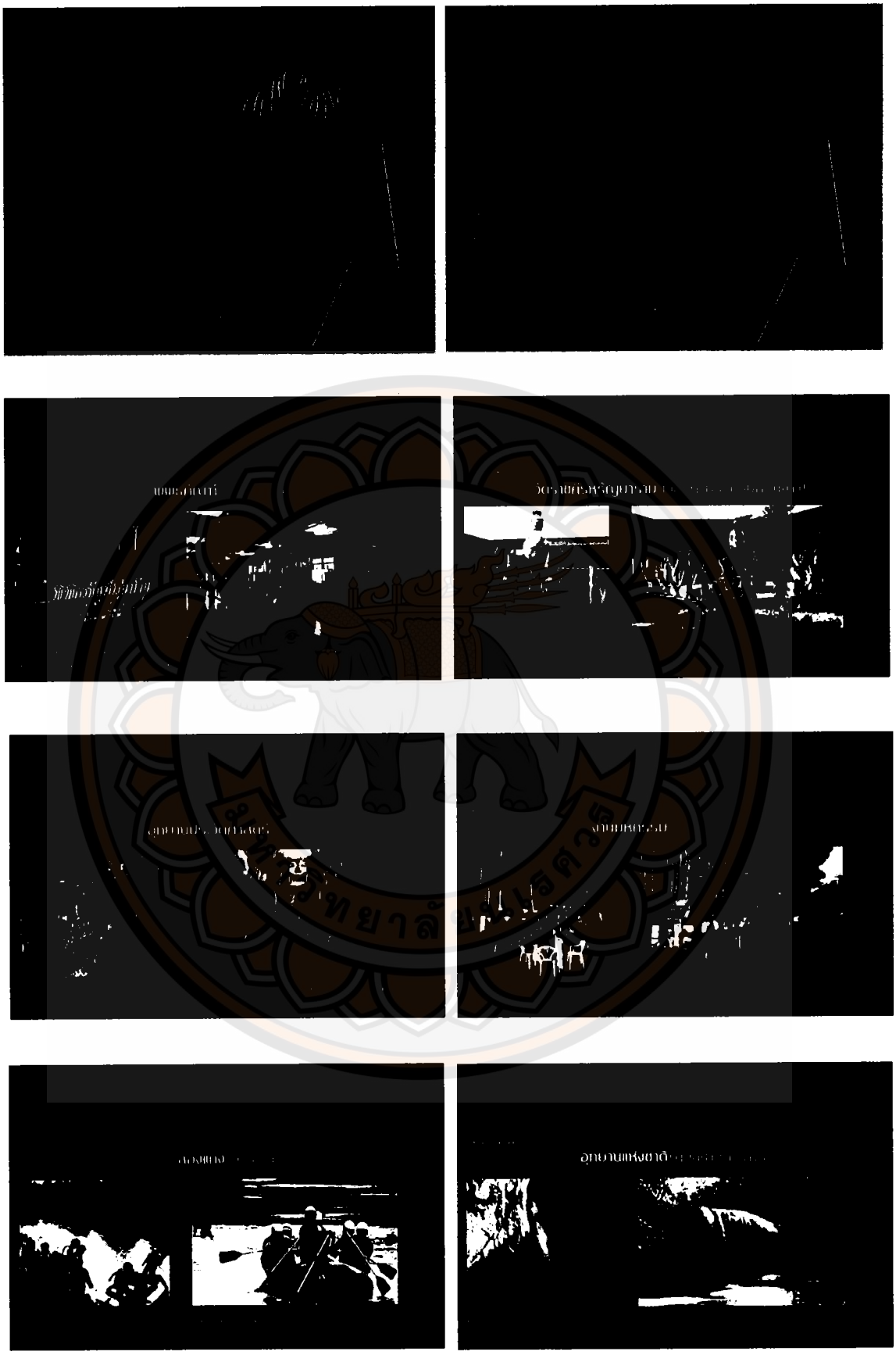


ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงใบปลิวแบบสมบูรณ์

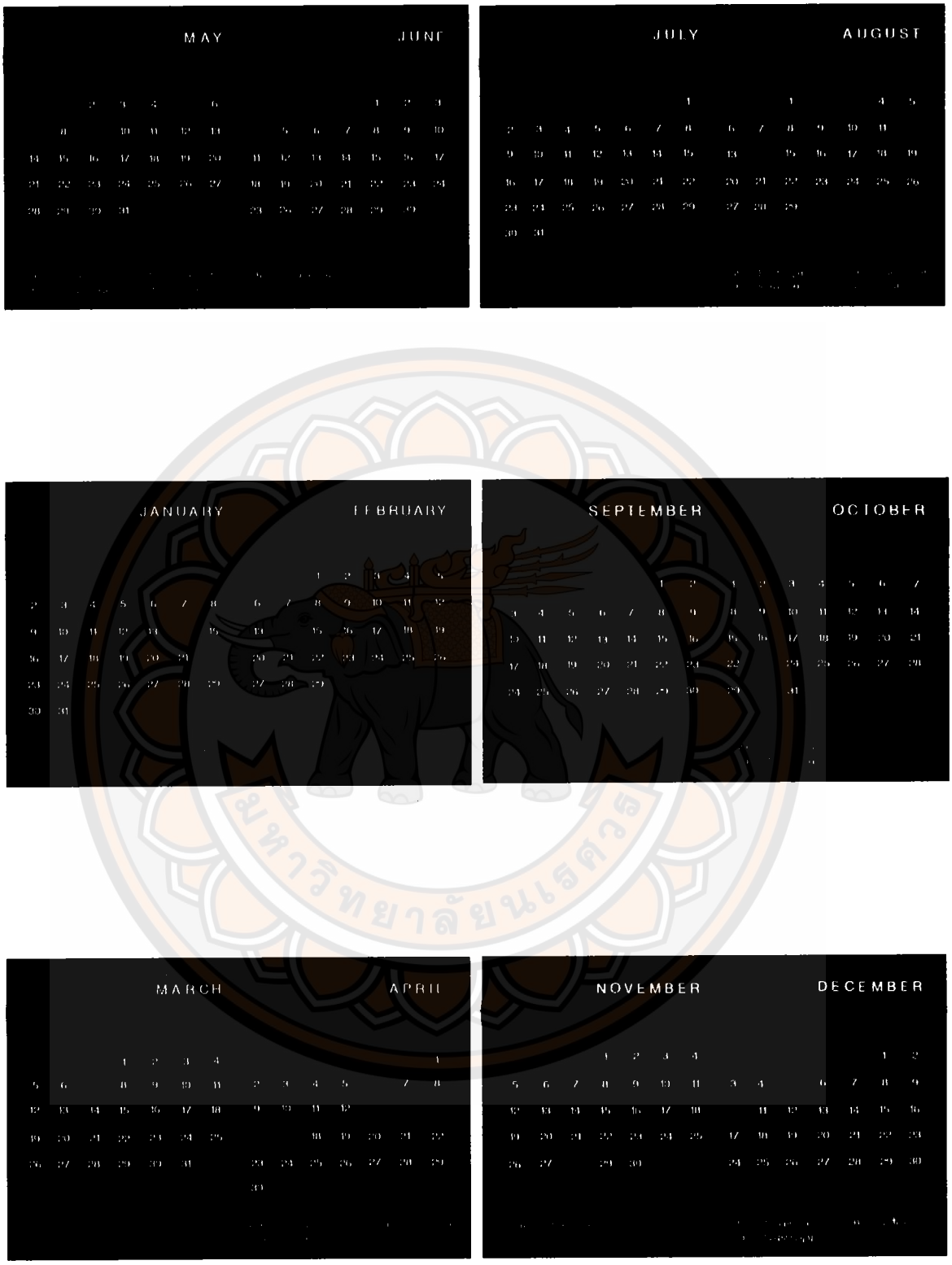
ด้านหน้า ด้านหลัง

ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงนามบัตร

ภาพที่ 4.9 แสดงโปสเตอร์แบบป้ายญี่ปุ่น

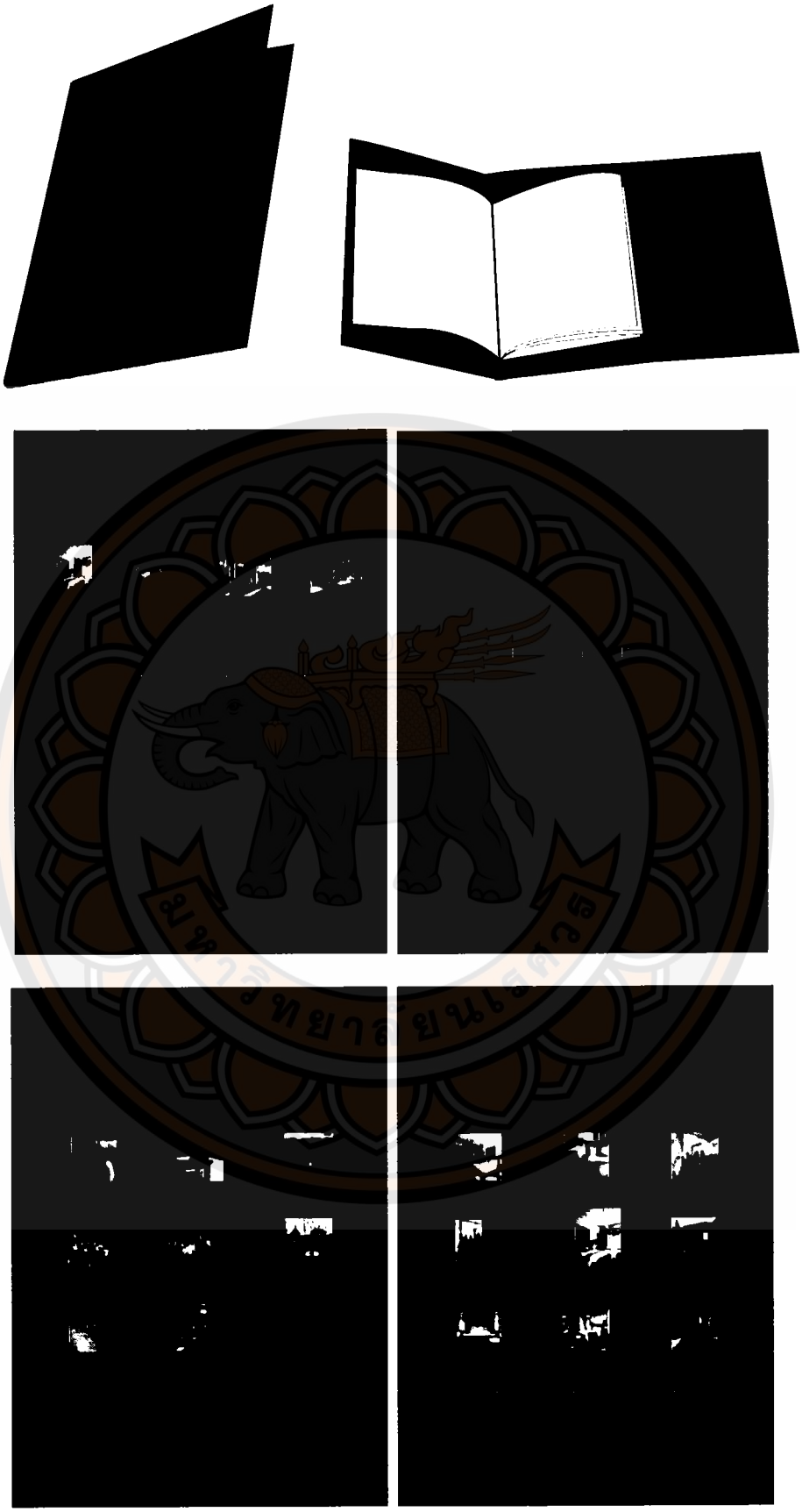


ภาพที่ 4.10 แสดงปฏิทินแบบสมบูรณ์

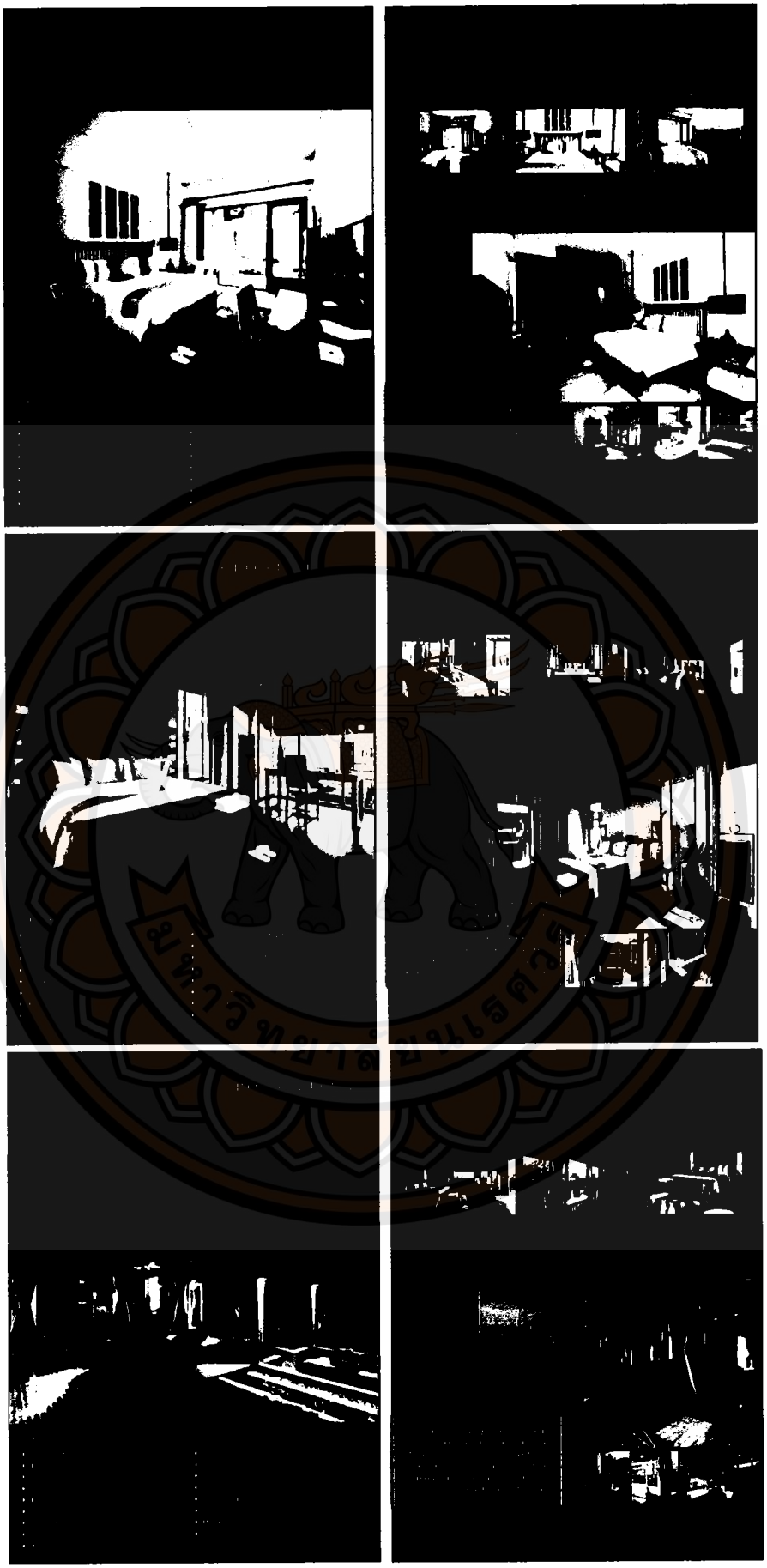


ภาพที่ 4.11 แสดงปฏิทินแบบสมบูรณ์

รูปเล่ม

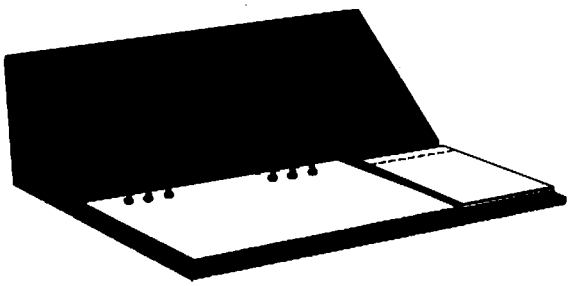


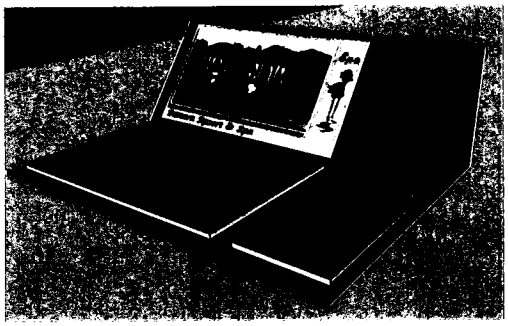
ภาพที่ 4.12 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท



ภาพที่ 4.13 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท

ภาพที่ 4.14 แสดงหนังสือพิเศษแนะนำรีสอร์ท





Pattara

SPA

PATTARA RESORT & SPA

...come you to a timeless experience as you step into the world of ...tion and rejuvenation of Pattara Spa

▸ MASSAGE PROGRAM

- *Thai Tradition Massage*
- *Anti-Cellulite Massage*
- *Hot Compress Massage*
- *Foot Massage*
- *Aroma Relaxing Massage*

MASSAGE PROGRAM

- ***Thai Tradition Massage***

Outstanding full body without oil, using ancestral techniques. The massage is a combination of acupressure, shiatsu and stretching for healing pains and releasing daily tension, starting from the feet moving to the head, each move is designed to support both client and therapist it is one of complete healing and relaxing

Pattara

ภาพที่ 4.15 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา

• ***Hot Compress Massage***

n Siamese massage experience using 'Luk Pra Kob' to massage your body. These are steaming poultices with aromatic and organic Asian herbs - more than just a nice smell. Aromatherapy is the inhalation or absorption through the skin of aromatic essential oils. Alleviating specific phy-sical disorders can positively affect us emotionally. Working on the nervous system makes aromatherapy a truly holist c therapy.

• ***Aroma Relaxing Massage***

n classical therapeutic massage. These awaken stimulation of body systems that create positiveness hat uplifts revives, reakes and restores mental and emotional energy.

• ***Anti-Cellulite Massage***

This special massage of parts of the body affected with cellulite. (The thighs and the stomach.)increases blood circulation, whereas a special anti – cellulite cream, applied to the affected areas, accelerates the process of fat elimination and improves the elasticity of skin.

• ***Foot Massage***

Foot massage is one of the most unbelievably relaxing treats that you can give yourself or others. The ultimate study of foot massage is reflexology. Foot reflexology is "pressure therapy" and involves applying focused pressure to certain known reflex points located in the foot cure or prevent disease. Foot reflexology is based on the premise that our nerve zones or reflex points go from the bottom of our feet to the top of our head.

DETOX PROGRAM

• ***Herbal Steam Bath***

Therapeutic effects of steam with Thai traditional herbs. In combination with medicinal herbs have been well known for centuries to have a greatly beneficial health enhancing effect. This treatment will improve your circulation and respiratory function, while relaxing your muscles and general stress. It will also help to stimulate weight loss and healing.

• ***Body detox and Mind Detox***

Mind body detox is an integrated thing – you can't fully cleanse your body if your mind holds fears, worries, stress and so forth. Similarly, you will not have peace of mind and true happiness if your body is being poisoned. Mind detox is removing the compulsive thoughts, fears, hates, worries and other attachments from our minds; body detox is removing the toxins and accumulated crap from our bodies.

• ***Oil Pulling***

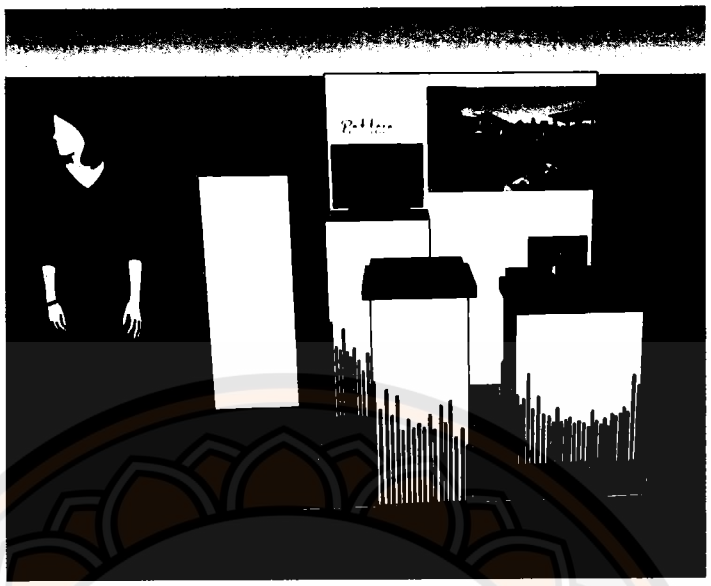
The latest craze in healing modalities has turned to what is known as oil pulling. Perhaps you've heard about it already.Oil pulling was developed by Dr. Karach and presented in a paper claiming oil pulling will cure: head-aches, bronchitis, tooth pain, thrombosis, eczema ulcers and diseases of stomach, intestines, heart, blood, kidney, liver, lungs and women's diseases.

ภาพที่ 4.16 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา

ภาพที่ 4.17 แสดง Direct mail

ภาพที่ 4.18 แสดงบรรจุชีดีภาพยนตร์โฆษณา

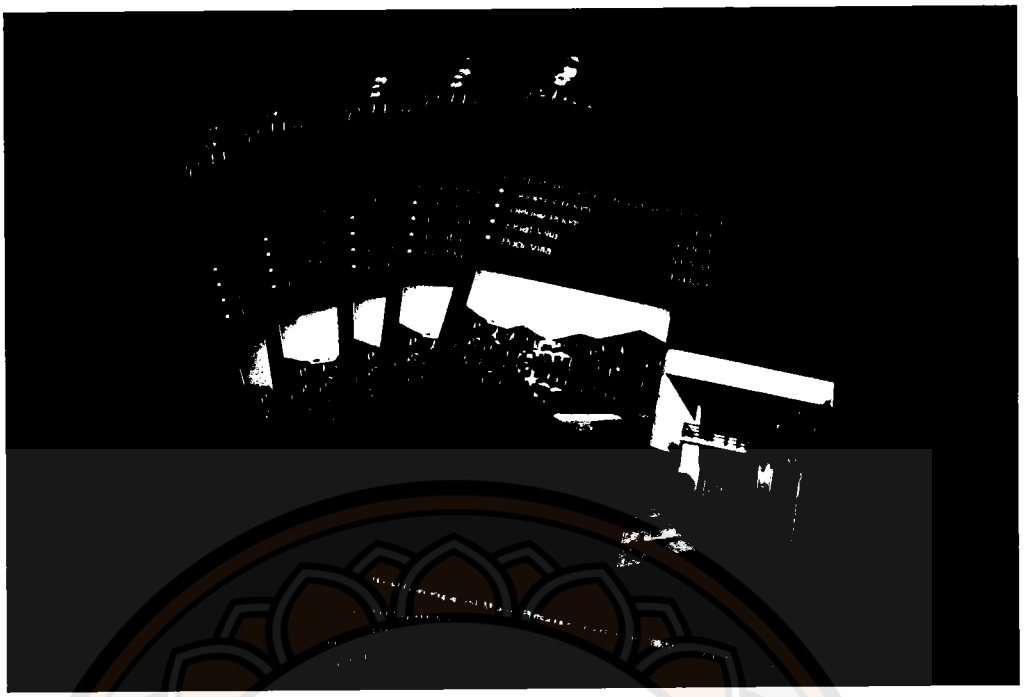
ส่วนที่ 4 การจัดแสดงผลงานการออกแบบ คือ การนำผลงาน การออกแบบทั้งหมดมาจัดแสดงนิทรรศการ โดยการออกบูธแสดงผลงานที่ ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล จังหวัด พิษณุโลก



ภาพที่ 4.19 แสดงแบบ(Sketch) บูธครั้งที่ 1 ซึ่งในการออกแบบครั้งนี้ ผู้ออกแบบได้คิดวิธีนำเสนอที่เรียบง่าย เน้นการนำเสนอตัวผลงานเป็นหลัก

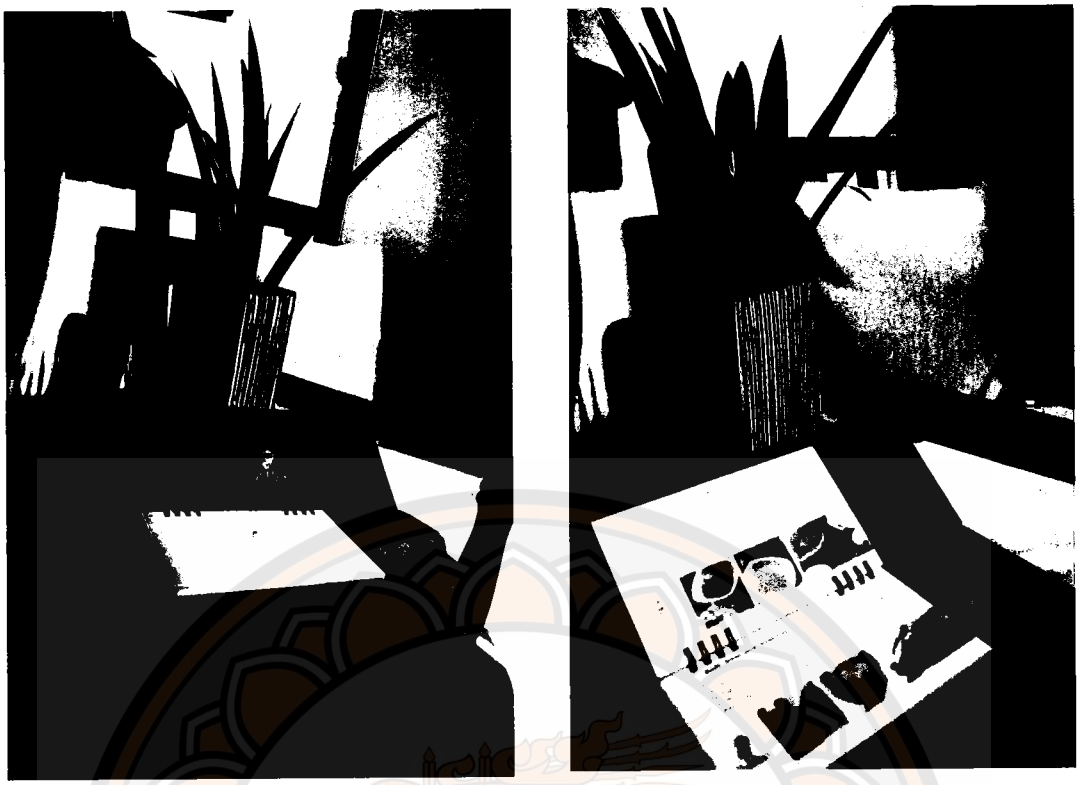
ภาพที่ 4.20 แสดงแบบ(Sketch) บูธครั้งที่ 2 ผู้ออกแบบได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาภาควิทยานิพนธ์แล้ว อาจารย์ให้ความคิดเห็นว่าแบบ(Sketch) ครั้งที่1 ยังไม่สื่อบรรยากาศถึงความเป็นรีสอร์ท จึงมีการให้ปรับเปลี่ยนบูธแสดงผลงานใหม่ ในการออกแบบครั้งที่ 2 นี้ให้เน้นทั้งชิ้นผลงาน และตัวบูธจัดแสดงผลงานโดยการออกแบบให้เห็นถึงบรรยากาศความเป็นรีสอร์ทจริงๆ อาจจะมีการจำลองบรรยากาศห้องๆ หนึ่ง ที่สื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ออกแบบสามารถนำไปนำเสนอในห้องจำลองนั้นได้อย่างเหมาะสม จึงมีการนำเฟอร์นิเจอร์และสิ่งของมาใช้ประกอบ ในการนำเสนอบูธแสดงผลงานครั้งนี้

ภาพที่ 4.21 แสดงบูธนิทรรศ



ภาพที่ 4.22 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ

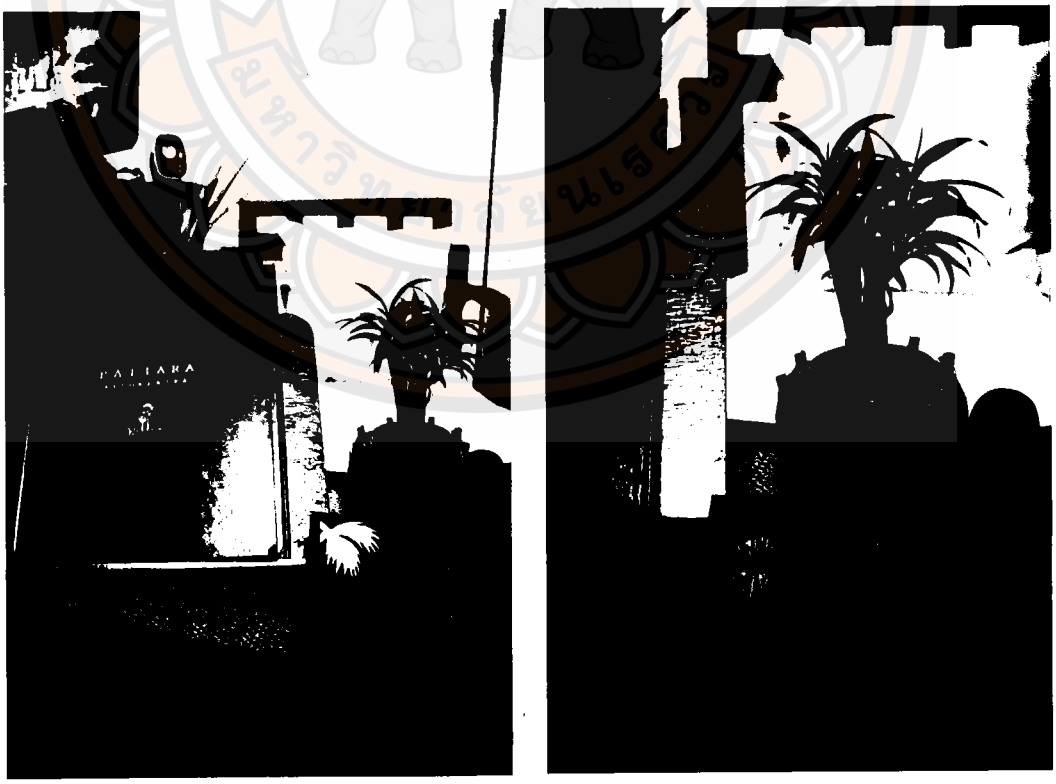
ภาพที่ 4.23 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ



ภาพที่ 4.24 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ

ภาพที่ 4.25 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ

ภาพที่ 4.26 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ



ภาพที่ 4.27 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ในงานนิทรรศการ

ภาพที่ 4.28 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์และวีดิโอโฆษณา

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

โครงการการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและการประชาสัมพันธ์ของรีสอร์ท รวมถึงข้อจำกัดในการออกแบบ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม สำหรับการส่งเสริมภาพลักษณ์ ให้กับ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา และใช้ข้อมูลที่ศึกษาได้นั้น ทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เพื่อสามารถสร้างแรงจูงใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว บุคคลทั่วไป ให้เข้ามาใช้บริการที่รีสอร์ทแห่งนี้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ สามารถสื่อความหมาย ความเป็นตัวตน และเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของรีสอร์ท สามารถนำสื่อมาใช้ได้จริง และมีประสิทธิภาพ

ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา สามารถแบ่งออกได้ 2 แบบด้วยกัน ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และรวดเร็วผู้ศึกษาจึงนำมาออกแบบ เป็นสื่อใช้ในการให้ข้อมูลสถานที่ ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการให้บริการต่างๆ แนะนำโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และบรรยากาศทางธรรมชาติที่สวยงามโดยรวม

2. สื่อมัลติมีเดีย เป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนา ให้ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว มัลติมีเดียเป็นเทคโนโลยีที่ใช้คอมพิวเตอร์แสดงผล ในลักษณะการผสมของสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกัน ทั้งตัวอักษร รูปภาพ เสียง ภาพ เคลื่อนไหววีดิโอโดยเน้นการโต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้เน้นการย่อระยะทางจากที่ไกลๆ ให้เสมือนอยู่ใกล้ โต้ตอบกันอย่างรวดเร็ว มัลติมีเดียมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ประการแรก คือต้องมีคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ทำให้เราเห็นหรือได้ยิน และสามารถโต้ตอบปฏิสัมพันธ์ได้ ประการที่สองคือ มีการเชื่อมโยงสื่อสารเพื่อทำให้สื่อต่างๆ ไหล เข้ามาเชื่อมโยงเกี่ยวกันและนำเสนอออกไปได้ ประการที่สามต้องมีเครื่องมือที่ทำให้เราในฐานะผู้ใช้ สามารถสร้างประมวลผล และสื่อสารข่าวสารต่างๆ ได้ โดยมีการออกแบบเป็น โฆษณาให้มีความครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการนำเสนอ และออกแบบให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา ได้อย่างชัดเจนที่สุด และผลของการนำเสนอโฆษณา ครั้งนี้ เป็นที่พอใจของผู้บริหาร ภัทธารารีสอร์ท และมีการนำสื่อโฆษณาชิ้นนี้ไปใช้จริงเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปให้มาใช้บริการที่รีสอร์ทแห่งนี้มากยิ่งขึ้น

สรุปผลการออกแบบ

ผลจากการศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

การออกแบบบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ คือ 1. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ใบปลิว โปสเตอร์ นามบัตร หนังสือพิเศษแนะนำโรงแรม สื่อสิ่งพิมพ์แนะนำสปา ปฏิทินตั้งโต๊ะ 2. การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย ได้แก่ วีดิโอโฆษณา 1.40 นาที 3. จดหมายทางตรง (Direct mail) เป็นการออกแบบโดยคำนึงถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียว เพื่อความสะดวกสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ดึงดูดนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปให้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ในหัวข้อ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา

1. นำความรู้ที่ได้จากการศึกษามา ประยุกต์ในการออกแบบ ให้มีความสวยงาม เข้าใจง่าย สื่อถึงความเป็นตัวตนให้ชัดเจนที่สุด และให้มีความหลากหลายมากขึ้น กว่าสื่อที่มีอยู่เดิมให้ได้มาก ที่สุด และทำให้สื่อที่มีอยู่เดิมกับสื่อที่ผู้วิจัยทำขึ้นมาเพิ่มเติมสามารถใช้ร่วมกันได้
2. การออกแบบครั้งนี้มีกระบวนการที่ยาก และ ซับซ้อนควรวางแผนระยะเวลา สำหรับขั้นตอนนี้ให้มาก เพราะขั้นตอนนี้มิใช่การทำขึ้นมาเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีการปรึกษาผู้จัดการทางรีสอร์ทแห่งนี้ และ อาจารย์ที่ปรึกษาด้วย เพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์ที่สุด
3. การออกแบบการพัฒนาแบบ ควรกำหนดแนวทางที่ชัดเจนและแน่นอน เป็นจุดที่สำคัญมากของการทำวิจัย เพื่อจะได้มีการทำงานและพัฒนาไปในทางที่ถูกต้องสมควร
4. การวิจัยไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองได้ทั้งหมด ต้องมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดระยะเวลาการทำวิจัย
5. ในการติดต่อกับสถานที่ต่างๆ เพื่อทำการขอเข้าไป ศึกษาสถานที่ สภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในหรือ ขอสัมภาษณ์ จะต้องมีการวางแผนที่ดี และ ต้องมีการดำเนินการ อย่างถูกต้องในการ จะขออนุญาตเข้าไปศึกษากับสถานที่นั้นๆ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาเอง และสถานที่นั้นๆ ให้มากที่ สุด
6. การตัดสินใจในการพัฒนาการออกแบบ ควรใช้เหตุผล ข้อมูล เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจมากกว่าความรู้สึก
7. การวางแผนความสำคัญก่อนหลังและความอดทนจะช่วยให้งานออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

8. พัฒนาการในด้านการออกแบบต้องมีกระบวนการที่ต่อเนื่องจึงมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอีก

บทสรุปของการทำวิจัยถือว่าเป็นประโยชน์ยิ่ง ในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ซึ่งมิใช่เพียงวิสัยทัศน์ในการศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นการมองให้กว้างออกไปยังภายนอก เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้าง อาศัยพื้นฐาน ของความเป็นจริง การศึกษา ค้นคว้า ตลอดจนการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัย

บรรณานุกรม

บรรณนานุกรม

นวลน้อย บุญวงษ์, (2539), หลักการออกแบบ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

พรเทพ เลิศเทวศิริ,(2545), รวมบทความรายงานการวิจัยศาสตร์แห่งการออกแบบ (Design Education)กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย :สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มนูญ ไชยสมบูรณ์. ใบปลิว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.gotoknow.org (วันที่สืบค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2554)

ภัทธารารีสอร์ท แอนด์ สปา. ข้อมูลรีสอร์ท [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.pattararesort.com (วันที่สืบค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2554).

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. องค์ประกอบของการออกแบบ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.pineapple-eyes.com (วันที่สืบค้นข้อมูล : 21 พฤศจิกายน 2554)

บริษัท ไทยทัวร์ อินโฟ จำกัด. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.thai-tour.com (วันที่สืบค้นข้อมูล : 24 พฤศจิกายน 2554)

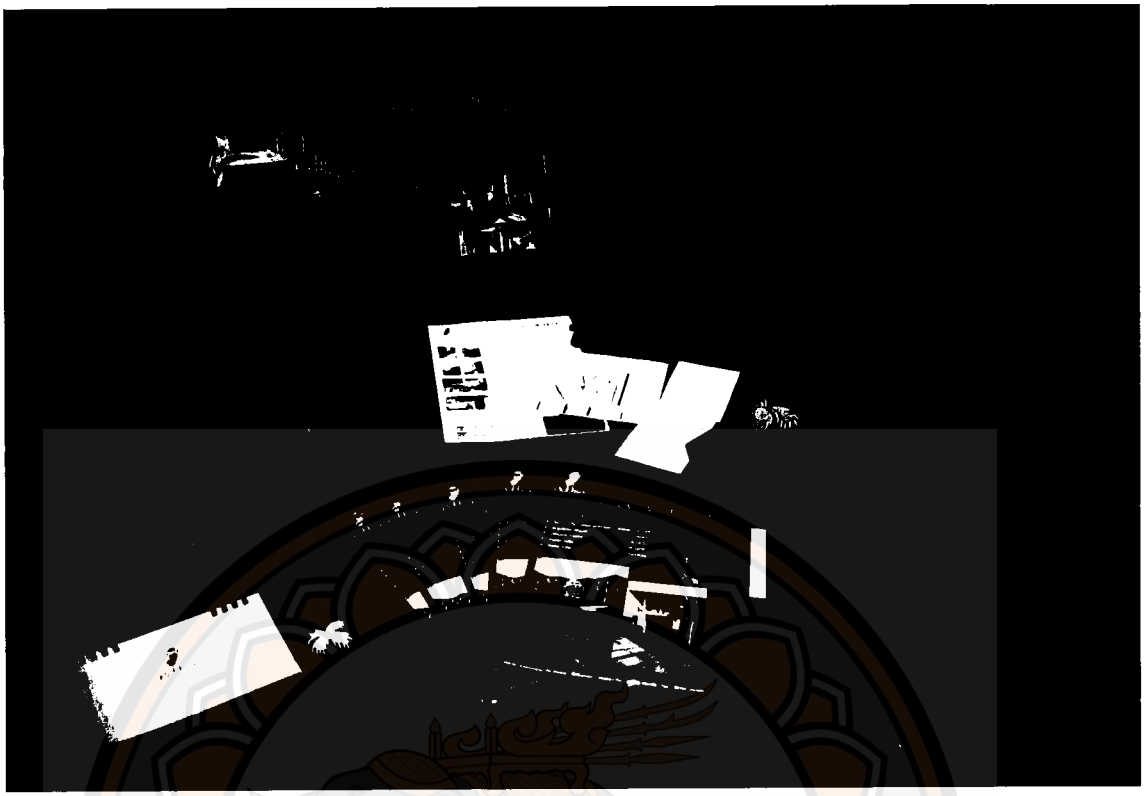
กิติมา เพชรทรัพย์,(2548), ความเป็นมาและความสำคัญของสื่อมัลติมีเดีย [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.thaigoodview.com (วันที่สืบค้นข้อมูล 24 พฤศจิกายน 2554)

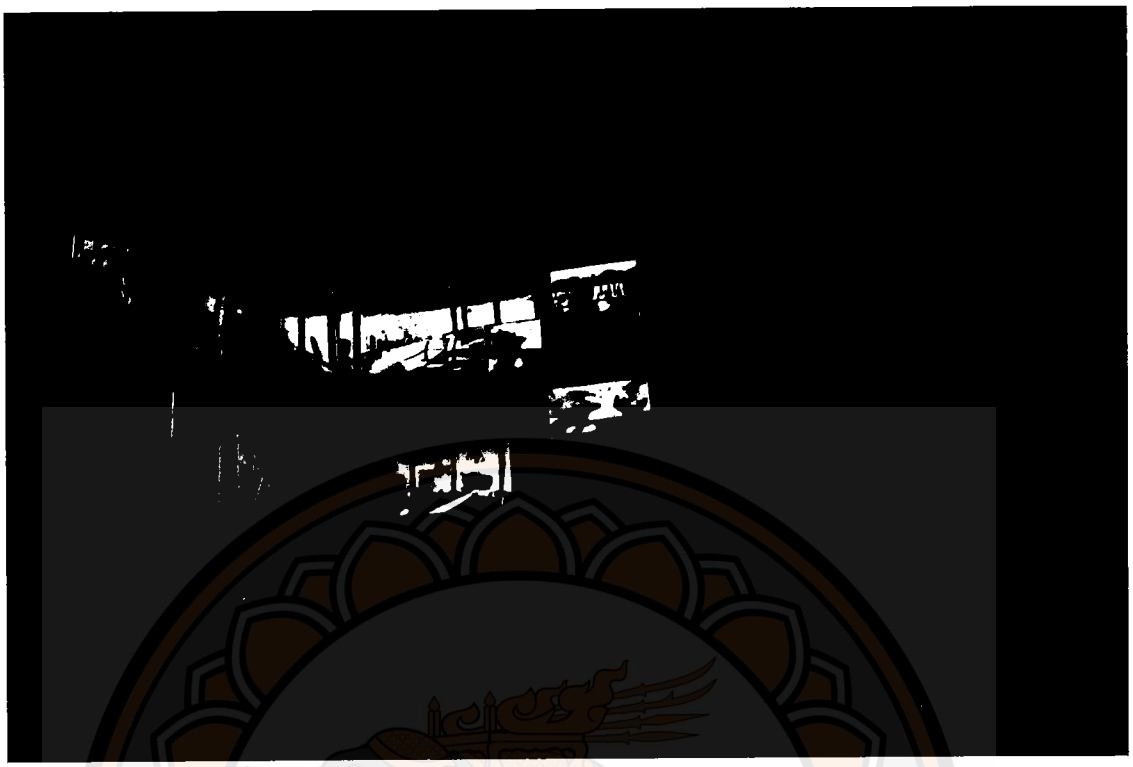
E. TECH Marketing Department. ประวัติและประเภทของสื่อโฆษณา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก www.thaigoodview.com.(วันที่สืบค้นข้อมูล : 24 พฤศจิกายน 2554)

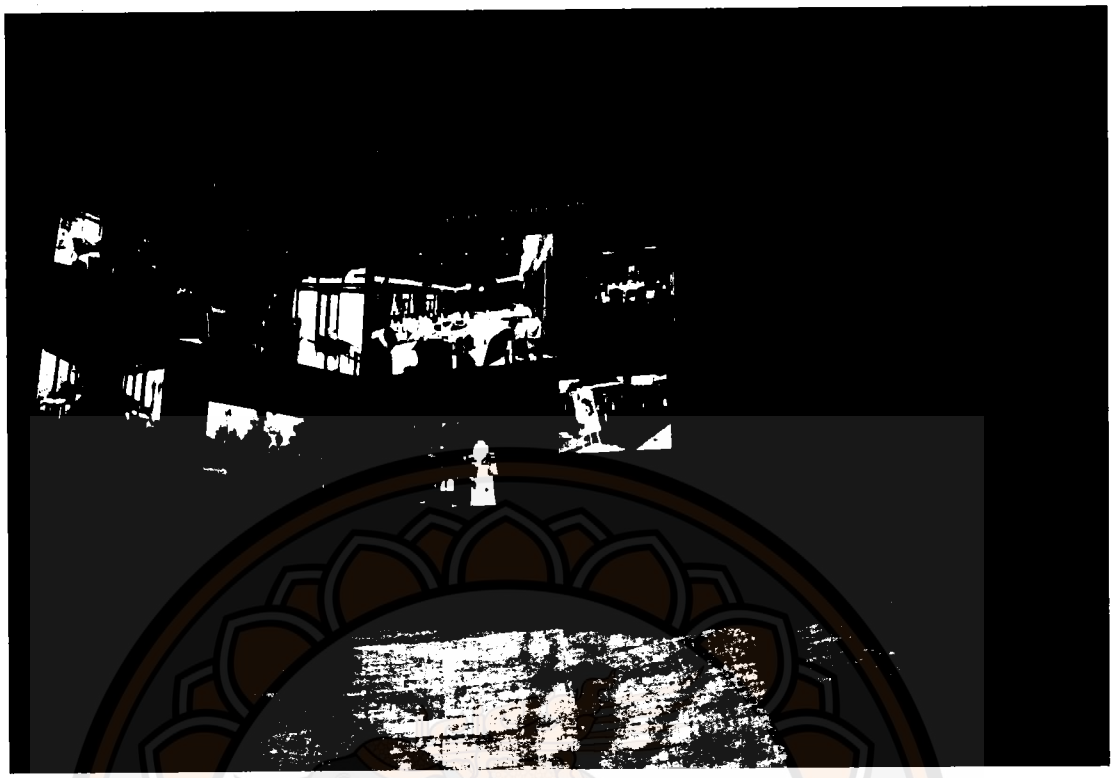
บริษัท วี พลัส กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด. ประวัติและการออกแบบโปสเตอร์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้ที่ http://www.bangkokprint.com (วันที่สืบค้นข้อมูล : 24 พฤศจิกายน 2554)

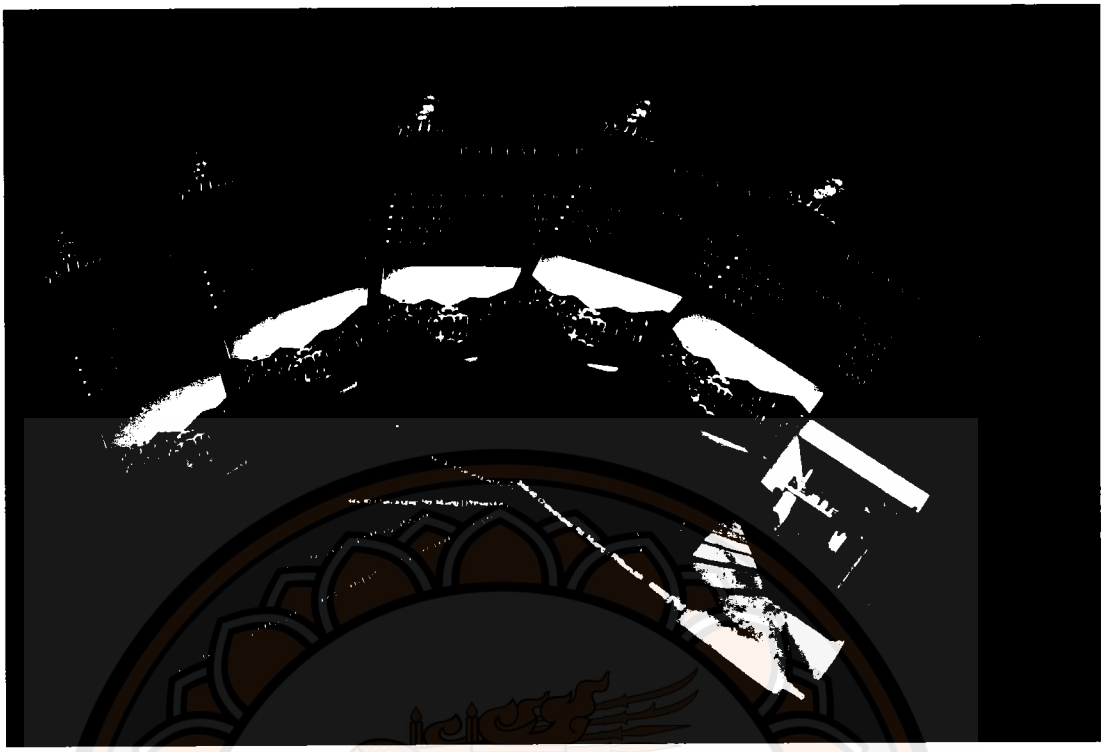
ภาคผนวก

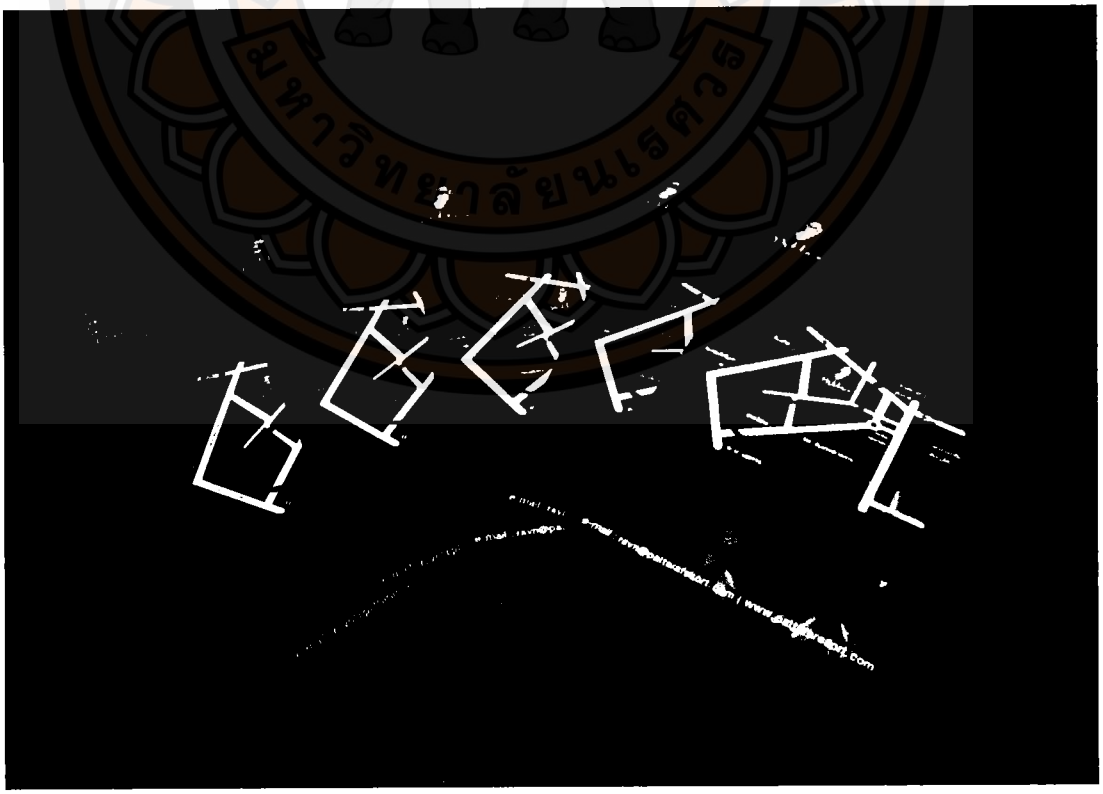
ภาคผนวก ก. ภาพแสดงชิ้นงานแบบสมบูรณ์

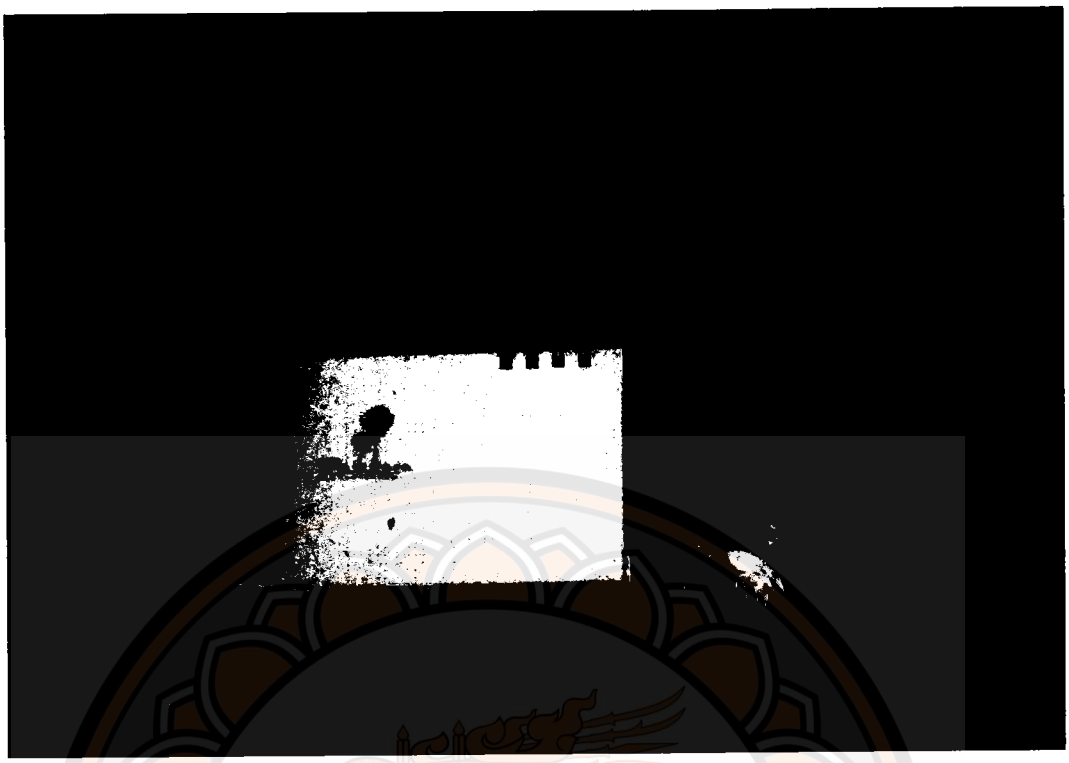












ภาคผนวก ข. ภาพแสดงการจัดโชว์ผลงาน ที่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล จังหวัด พิษณุโลก

อาจารย์ที่ปรึกษาภาควิทยานิพนธ์และผู้วิจัย